

Themenwege in Kärnten – Inventar und Zertifizierung

Michael Jungmeier & Daniel Zollner

Kurzfassung

In dem vorgestellten Modellprojekt des Landes Kärnten werden die 160 Themenwege des Landes erfasst. Damit wird die Grundlage für eine Zertifizierung von Themenwegen geschaffen, die sich am „Erkenntnis- und Erlebniswert für die Zielgruppe“ ausrichtet. Die einzelnen qualitätsbestimmenden Merkmale werden beschrieben. Neben der gestalterischen Qualität werden auch Grundlagen zur regionalwirtschaftlichen Optimierung der Wege entwickelt und in die Beurteilung einbezogen.

Mit dem Projekt soll den steigenden Qualitätsanforderungen Rechnung getragen werden.

Einleitung

„Be-wandert“ sein bedeutet, schon viele Wege gegangen zu sein und dabei Erkenntnisse und Erfahrungen gesammelt zu haben. Themenwege bieten eine besondere Möglichkeit, im „Vorübergehen“ neue Einsichten, Wissen oder Erfahrungen zu sammeln (MIKULIK & JUNGMEIER 2000).

In den letzten Jahren haben sich Themenwege daher zu wesentlichen Instrumenten für Bewusstseinsbildung und Informationsaustausch entwickelt und sind darüber hinaus zu wichtigen Bestandteilen des touristischen Angebotes geworden.

Die Praxis zeigt, dass eine große Vielfalt an Themenwegen mit sehr unterschiedlichen Qualitäten existiert. Hier setzt eine Initiative des Landes Kärnten an: Die Gesamtheit der Themenwege im Land soll erfasst und im Hinblick auf ihre Qualität zertifiziert werden. Die zuständige Abteilung für Landesplanung und die Koordinationsstelle für das Leitbild Kärnten wollen so die Qualität der Themenwege im Land anheben. Das Projekt wurde von E.C.O. – Institut für Ökologie bearbeitet, die Ergebnisse sollen im September 2002 vorliegen.

Themenwege – Definition

Im Sinne des Projektes sind Themenwege unter ein „Motto“ gestellte Spazier- und Wanderwege. Sie bieten dem Besucher die Möglichkeit, sich im Freien zu Fuß zu bewegen und dabei Erkenntnisse und Erlebnisse zu gewinnen. Themenwege werden demnach durch drei Komponenten bestimmt:

- ◆ Gehen
- ◆ Erleben
- ◆ Erfahren

In Abgrenzung dazu sind folgende Anlagen keine Themenwege im eigentlichen Sinn:

- ◆ Anlagen, wo Sport im Vordergrund steht (z.B. „Fitnessparcours“)
- ◆ Wege, wo andere Fortbewegungsmittel eingesetzt werden (z.B. Radwege, Reitwege)
- ◆ „Geschlossene Bereiche“ (z.B. Themenparks, Spielplätze, Freilichtmuseen)

Aktuelle Situation in Kärnten

Im Zuge des Projektes wurden in einer Fragebogenaktion über Gemeinden und Regionalmanagements insgesamt 160 Themenwege erfasst. 25 Wege wurden „vor Ort“ einer Begutachtung unterzogen. Das im folgenden dargestellte Ergebnis ist im Detail bei JUNGMEIER & ZOLLNER (2002) aufbereitet.

- ◆ „Klassische“ Themen und Aufbereitungen überwiegen. Die Themen sind breit gefächert, wobei jedoch naturkundliche Themenwege (meist „Lehrpfade“) mit 50% überwiegen. Hier sind besonders stark Wald-, Gewässer-, und Geologiepfade vertreten. Ein weiteres Viertel der Wege führt dem Besucher kulturelle



Besonderheiten vor Augen. Die meisten Wege sind mit Schautafeln (67 %) und mit einer Begleitbroschüre ausgestattet (56 %). Immerhin elf Prozent der Wege haben interaktive Stationen.

- ◆ Gehen ist eine wichtige Komponente. Mehr als die Hälfte aller Wege (58 %) sind auf eine halbe bis zwei Stunden Gehzeit ausgelegt. Bei einem Drittel der Wege (31 %) muss sich der Besucher auf Gehzeiten von mehr als zwei Stunden einstellen.
- ◆ Initiative und Trägerschaft sind meist öffentlich. 50 Prozent der Wege werden von den Gemeinden erhalten und betreut, darüber hinaus liegt die Funktion bei Vereinen und Regionalmanagements.
- ◆ Die Wege spielen im regionalen/ lokalen touristischen Angebot eine wesentliche Rolle. Die Wege werden mit beachtlichem Werbeaufwand regional (57 %), und/ oder lokal (51 %) und/ oder überregional (42%) beworben. Nur für etwa fünf Prozent der Wege wird keine Werbung gemacht. Interessant ist jedoch, dass nur für wenige Wege eine konkrete Zielgruppe angegeben wird.
- ◆ Es besteht Angebot Weiterentwicklungsbedarf. Die Auswertung zeigt zudem, dass die Wege im Land eher älter sind. Etwa 43 % der Wege sind in den letzten fünf Jahren errichtet oder erneuert worden, etwa die Hälfte der Wege ist älter als fünf Jahre. Die Kosten der Errichtung liegen beim Gros der Wege (35 %) zwischen 700 € und 7000 €. 23 % der Wege kosteten mehr als 20.000 €. Eine Überblickskarte zeigt zudem, dass die in einigen Gemeinden/ Regionen zahlreiche Wege bestehen, in anderen keine – ein Hinweis auf punktuelle Initiativen ohne Vernetzung.

Qualität der Gestaltung

Für die Zertifizierung wurde ein Katalog von klaren Beurteilungskriterien erstellt. Als Oberziel wurde der „Erkenntnis- und Erlebniswert für die Zielgruppe“ festgelegt. Es ist ein (zu) wenig beachtetes Faktum, dass unterschiedliche Nutzer eines Themenweges sehr unterschiedliche Anforderungen an Inhalt und Aufbereitung haben. Der Walderlebnispfad für die „ganze Familie“ wird seine Zielgruppe mit spielerischen Attraktionen und (aufwändigen) interaktiven Stationen am besten erreichen, während der Kulturlehrpfad für ältere, gebildete Gäste durchaus mit schlichten Informationstafeln ausgestattet sein kann bzw. soll.

Als erster Schritt bei der Planung oder Beurteilung eines Themenweges muss daher die Zielgruppe definiert werden. Die folgende Matrix (vergl. Abbildung 1) kann eine Hilfe sein, die Zielgruppe zu identifizieren:

	Kinder	Familien	Jugendliche	Erwachsene	Senioren	Spezifische Gruppe
bildungsorientiert						
bewegungsorientiert						
erlebnisorientiert						
geselligorientiert						
sonstige (zu benennen)						

Abbildung 1: Matrix zur Identifizierung der Zielgruppe von Themenwegen

Spezifische Gruppen wären beispielsweise Behinderte, deren besondere Ansprüche an die Infrastruktur berücksichtigt werden müssen. Die Gestaltungskriterien müssen aus der Sicht der jeweiligen Gruppen entsprechen. Sie sind in folgende Aspekte aufgegliedert (vergl. Abbildung 2):

- ◆ Qualität des Inhaltes: Das Thema des Weges soll originell, interessant und ortsbezogen sein. Originell ist, was sich von bereits Vorhandenem abhebt. Dabei sind wichtig interessante/ neue/ seltene/ belangvolle Inhalte (nicht der 47. Waldlehrpfad), effektvolle Wegnamen, aber auch Herausarbeitung neuer Aspekte eines bekannten Themas. Bei der Zusammenstellung des Informationsgehaltes ist „weniger oft mehr“: allzuvielen Details sind in jedem Fall eher abschreckend. Besonderes Augenmerk sollte gelegt werden auf korrekte, nachvollziehbare, verständliche und wesentliche Informationen, ein ausgewogenes Verhältnis von Sachinformationen und Erlebnissen sowie die Bezugnahme der präsentierten Informationen auf die Umgebung/ Region.



- ◆ **Qualität der Gestaltung:** Durch die Weggestaltung sollen Nutzer und Landschaft optimal zusammengeführt werden. Selbst der schönste Themenweg ist nutzlos, wenn er vor Ort nicht auffindbar, schwer zu begehen oder für den Gast nicht zweckmäßig benutzbar ist. Für die Benutzerfreundlichkeit ist eine Vielzahl praktischer und „kleiner“ Punkte zu berücksichtigen. Beispielsweise sind die klar ersichtliche Beschilderung und Wegführung sowie korrekte Informationen zu Schwierigkeit, Streckenlänge oder Höhenunterschieden erforderlich. Die begleitenden Infrastrukturen (Mülleimer, WC, Rastmöglichkeiten, etc.) dürfen nicht fehlen. Der Weg darf keine Sicherheitsmängel aufweisen. Die Ausführung und Aufbereitung von Schautafeln, interaktiven Stationen und begleitenden Broschüren ist eine zentrale Komponente. Die Vielzahl zu berücksichtigender Aspekte ist bei LANG & STARK (2000) und EBERS et al. (1998) dargestellt.
- ◆ **Qualität der Betreuung:** Die Betreuung eines Themenweges muss langfristig gesichert sein. Die hinlängliche Wartung eines Themenweges ist – nicht nur rechtlich gesehen - eine Mindestanforderung. Einwandfreie Sicherungen (Brücken, Geländer, Stufen, Wind- oder Schneebruch etc.), gutes Einvernehmen mit den Grundbesitzern und erforderliche Kundmachungen (z.B. bei Wintersperre) sind unabdingbar. Als Vermittlung "von Mensch zu Mensch" kann die persönliche Betreuung eines Themenweges viel bewirken. Zu denken ist an (regelmäßige) Führungen, betreute Exkursionen oder die Ausweisung des Wegverantwortlichen gegenüber dem Besucher. Eine laufende Weiterentwicklung des Weges erhöht die Besucherbindung. Möglich sind beispielsweise durch zusätzliche Bausteine erweiterbare Wege, austauschbar ausgeführte Grundelemente (Wege, Stationen, Begleitinfrastrukturen) oder auch eine Besucherbefragung als Grundlage für Evaluierung und Weiterentwicklung des Weges.

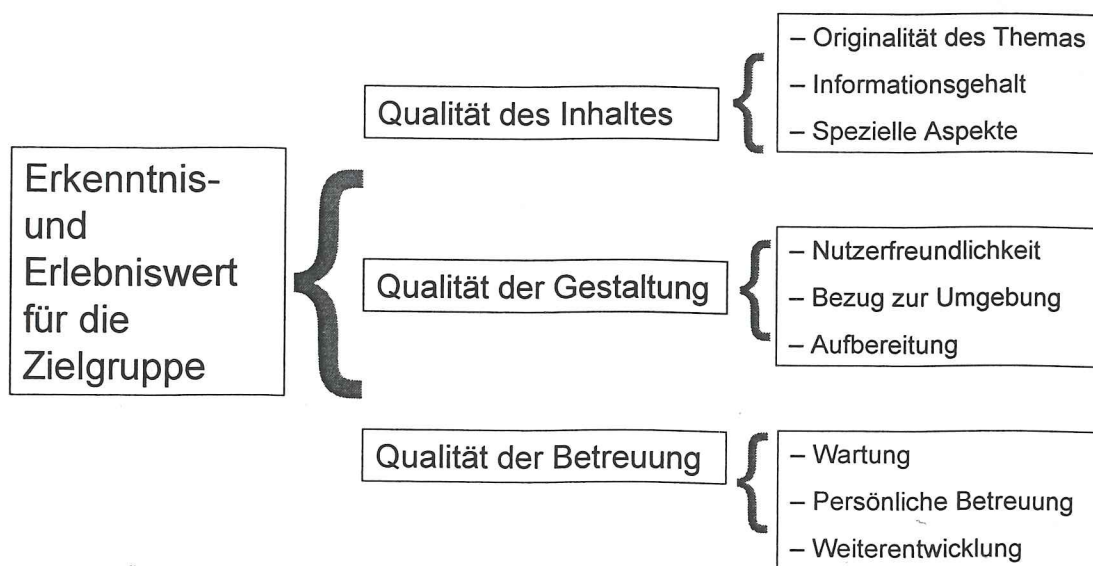


Abbildung 2: Übersicht qualitätsbestimmender Merkmale der Gestaltung eines Themenweges.

Qualität der regionalwirtschaftlichen Einbettung

Ein Themenweg kann langfristig eine positive Auswirkung auf die regionale Wertschöpfung zeigen. Dies kann durch die folgenden Punkte erreicht bzw. verbessert werden (vgl. Abbildung 3):

- ◆ **Direkte Einnahmen:** Durch Eintritte, den Verkauf von Begleitbroschüre und Souvenirs lassen sich im allgemeinen nur geringe Einnahmen erzielen. Diese können jedoch ausreichen, um den laufenden "Betrieb" des Weges sicherzustellen.
- ◆ **Indirekte Einkünfte:** Durch kluge Anbindung an örtliche Dienstleistungen, Produkte und Kooperationen kann die regionale Wertschöpfung gesteigert werden. Daher sollten regionale Dienstleistungen genutzt bzw. einbezogen werden. So kann etwa der Themenweg auf das Angebot touristischer Betriebe (Gasthaus, Jausenstation, Buschenschank, ev. Übernachtungsmöglichkeit) abgestimmt werden oder regionale Dienstleister (z.B. Bus - Gästeführer - Buschenschank - Bus) zum Einsatz bringen. Durch Bezugnahme des Themenweges auf regionale Produkte (Landwirtschaft, Kleingewerbe, Kunsthandwerk, etc.) können diese beworben und inwert gesetzt werden.



- ◆ Umwegrentabilität. Themenwege können eine hohe Umwegrentabilität aufweisen, wenn sie entsprechend konzipiert sind. Die Bedeutung von Themenwegen für das Regionsmarketing und die Gästebindung lässt sich optimieren, indem der Weg auf regionale Leitbilder und inhaltliche Schwerpunkte der Region Bezug nimmt, in seiner Aufbereitung in die *Corporate Identity* der Region/ der Gemeinde eingebettet ist, sowie eine erkennbare und verstärkende Bezugnahme auf andere Aktivitäten in der Region zeigt.

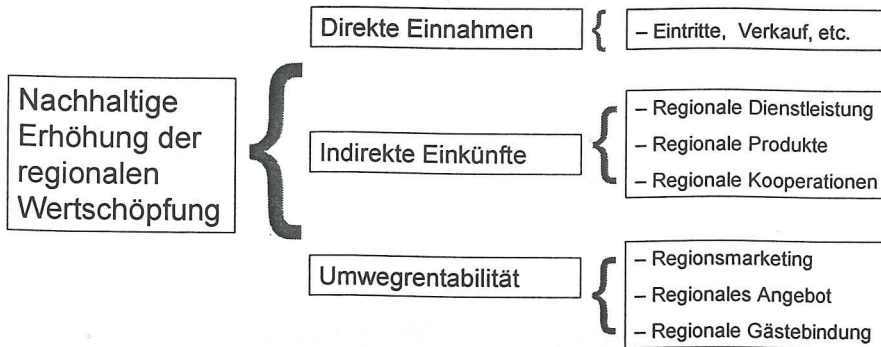


Abbildung 3: Mögliche Beiträge von Themenwegen zur regionalen Wertschöpfung.

Ausblick

Das Inventar der Themenwege in Kärnten zeigt das große Potential und die große Bedeutung, die den Themenwegen im Land zukommt. Auch verschiedene qualitative Mängel wurden sichtbar. Die Ergebnisse werden zur Zeit in einem „Ratgeber für Themenwege in Kärnten“ aufbereitet. Dieser soll parallel zu den Endergebnissen des Projektes im Herbst 2002 vorliegen und Planern, Wegerhaltern und Gemeinden als Grundlage für die Gestaltung von Themenwegen zur Verfügung stehen.

In weiterer Folge ist ein Zertifizierungsverfahren angedacht, wo die Qualitäten der Wege in einem Punktesystem aufbereitet und dem Besucher zur Orientierung angeboten werden.

Literatur

- ANL, 1998: Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (Hrsg.) 1998: Lehr-, Lern- und Erlebnispfade im Naturschutz. 7/98, Laufen, 73 S.
- BMFUJF, 1987: Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie (Hrsg.) 1987: Naturlehrpfade in Österreich. Grüne Reihe des Bundesministeriums für Umwelt, Jugend und Familie, Band 7, Eigenverlag, Wien, 190 S.
- EBERS, S., LAUX, L. & KOCHANEK, H.-M., 1998: Vom Lehrpfad zum Erlebnispfad. Handbuch für Naturerlebnispfade. 1. Auflage, Naturschutzzentrum Hessen NZH Verlag, Hessen, 183 S.
- JUNGMEIER, M. & ZOLLNER, D., 2002a: Ratgeber für Themenwege in Kärnten. Hrg. Amt der Kärntner Landesregierung, in prep.
- JUNGMEIER, M. & ZOLLNER, D., 2002b: Themenwege in Kärnten – Inventar und Zertifizierung. Studie im Auftrag des Amtes der Kärntner Landesregierung, in prep.
- LANG, C. & STARK, W., 2000: Schritt für Schritt Natur erleben. Ein Wegweiser zur Einrichtung moderner Lehrpfade und Erlebniswege. Forum Umwelt Bildung, Wien, 119 S.
- MIKULIK, M. & JUNGMEIER, M., 2000: Land schafft Raum - grüne Dörfer, freie Plätze, neue Wege. Österr. Arbeitsgemeinschaft für Dorferneuerung und Gemeindeentwicklung (Hrsg.), Verlag Anton Pustet, Salzburg, 187 S.

Autoren

Mag. Michael Jungmeier & DI Daniel Zollner
 E.C.O. – Institut für Ökologie
 Kinoplatz 6, A – 9020 Klagenfurt, Tel. ++43/463/504144
 Email: office@e-c-o.at
 Home: www.e-c-o.at