

Projekt: Nachhaltiger Tourismus in Deutschland –  
Praxisbeiträge und Empfehlungen der Verbände

## **Nachhaltiger Tourismus in ländlichen Regionen:** **Herausforderungen und Perspektiven**

### **Zusammenfassung der digitalen Fachkonferenz am 04. Dezember 2025**

Veranstalter: Ö.T.E. - LT&C e.V.  
Ökologischer Tourismus in Europa - Linking Tourism and Conservation  
und NaturFreunde Deutschlands e.V.  
mit dem Verbände-Arbeitskreis „Nachhaltiger Tourismus“

Keynote:

**Tourismus im ländlichen Raum: Balance von Lebensqualität, Wertschöpfung und Zukunftsfähigkeit**

**Dr. Kim Pollermann,**

Thünen-Institut, Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume, Wald und Fischerei

---

Tourismus wirkt in ländlichen Regionen weit über Urlaubserlebnisse hinaus. Er greift tief in das alltägliche Leben ein und beeinflusst sowohl materielle Grundlagen wie Infrastruktur, Mobilität und Versorgung als auch immaterielle Faktoren wie Identität, Teilhabe und Zugehörigkeit. Lebensqualität entsteht dort, wo touristische Angebote und die Strukturen des täglichen Lebens ineinandergreifen und sich gegenseitig stärken. Die ökonomische Wirkung des Tourismus in ländlichen Regionen ist je nach Attraktivität und Lage sehr unterschiedlich ausgeprägt. In weniger attraktiven Regionen kann der Tourismus Impulse zur ländlichen Entwicklung setzen und positive Synergieeffekte bewirken.

Eine zentrale Frage ist die Akzeptanz touristischer Projekte. Sie wächst, wenn Menschen frühzeitig informiert und beteiligt werden und wenn deutlich wird, dass Tourismus nicht nur Gästen, sondern auch der lokalen Bevölkerung etwas bringt. Besonders wirksam sind Projekte, die vorhandene Einrichtungen gemeinsam nutzbar machen – etwa Wanderwege, Dorfgemeinschaftshäuser oder ÖPNV-Angebote, die gleichzeitig für Tourist\*innen und Einheimische offenstehen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Barrierefreiheit und Inklusion. Sie werden nicht als Sonderlösungen verstanden, sondern als essenzieller Bestandteil eines Tourismus, der allen Menschen unabhängig von Alter, körperlicher Verfassung oder Herkunft den Zugang zu Erlebnissen ermöglicht. Barrierefreiheit wird hier als Komfort für alle definiert.

Auch wirtschaftlich ist die regionale Verankerung entscheidend. Nachhaltigkeit entfaltet Wirkung, wenn regionale Kreisläufe gestärkt werden. Regionalität, Authentizität und Qualität prägen sowohl Produkte als auch Kommunikation, Gastronomie und Mobilität. Gleichzeitig besteht die Gefahr der Zersplitterung: Viele kleine Einzelprojekte bleiben oft ohne nachhaltige Effekte. Erfolgreich sind dagegen koordinierte Strategien, die Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenführen.

Förderprogramme wie LEADER spielen dabei eine wichtige Rolle. Statt kurzfristiger Modellprojekte braucht es verlässliche Strukturen, integrierte Entwicklungsansätze und langfristige Planungssicherheit. Mit Hilfe einer LEADER-Förderung lassen sich flächendeckend einzelne Themen in ländlichen Regionen gut verbinden, neue Angebote schaffen oder bestehende Angebote verbessern, Konzepte entwickeln und Vernetzung fördern.

Fazit: Nachhaltiger Tourismus in ländlichen Regionen kann seine Wirkung nur entfalten, wenn er die Folgen des demografischen Wandels – veränderte Zielgruppen, Fachkräftemangel und tragfähige Infrastrukturen – aktiv mitdenkt. Da ländliche Räume sehr unterschiedliche touristische Potenziale besitzen, muss klar sein, ob Tourismus wirtschaftliches Standbein, Ergänzung zur Daseinsvorsorge oder Impuls für regionale Wertschätzung ist. Gerade tourismus-extensive Regionen benötigen dafür externe Unterstützung. Flexible Förderprogramme wie LEADER schaffen wichtige Kapazitäten und ermöglichen passgenaue regionale Strategien, statt isolierter Einzelprojekte.

Der Vortrag von **Dr. Kim Pollermann** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeitrag:

- Frage nach Alternativen, wenn LEADER-Förderungen wegfallen:
  - Die Politik ist gefordert, die finanzielle Ausstattung von Förderprogrammen sicherzustellen
  - Die Projektplanung sollte nicht nur von einer Förderung abhängig sein
  - Barrierearme Angebote können ein neues Feld für andere Förderungen eröffnen.

Impuls:

### **Tourismus und Lebensqualität: Wertschöpfung und Akzeptanz als Schlüssel zum Erfolg – Beispiele aus den Nationalen Naturlandschaften**

**Kerstin Emonds**, Nationale Naturlandschaften - NNL e.V.

**Raffael Manzl**, Naturpark Neckartal-Odenwald e.V.

**Karin Müller-Decker**, ehrenamtliche Inklusive-Wander-Botschafterin

---

Tourismus ist integrativer Bestandteil der Regionalentwicklung: Er schafft bleibende Werte für Gäste, aber vor allem für die Menschen vor Ort. Alltagsleben und Urlaub werden zusammengedacht, indem Infrastruktur für alle zugänglich wird. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Einbindung von Naturpark-Infozentren in die Routenführung von Buslinien. Gemeinsame Planung, klare Regeln und eine gezielte Kommunikation, die Einheimische wie Gäste mit passenden Botschaften erreicht, sind zentrale Bausteine. Netzwerkbildung, Planung am Runden Tisch mit allen Nutzern und Betroffenen und ehrenamtliche Aktivität sind wesentliche Voraussetzungen, um Nutzungskonflikten vorzubeugen. Barrierefreiheit bildet ein Querschnittsthema: Sie steht für Komfort für alle und schafft die Voraussetzung, dass alle

Menschen an Freizeit- und Naturerlebnissen teilhaben können. Ebenso gehören Qualität, Regionalität und regionale Wertschöpfung dazu, verbunden mit klaren Nachhaltigkeits- und Klimaschutzzielen sowie dem Anspruch, Authentizität glaubwürdig zu vermitteln. Natur- und Landschaftsschutz werden als gemeinsame Grundlage verstanden – für Erholung, Gesundheit und ein attraktives Landschaftsbild. Nutzung und Pflege, etwa durch Streuobstwiesen oder extensive Beweidung, zeigen dabei Wege auf, wie Schutz und Wertschöpfung zusammenwirken können. Partizipation und regionales Engagement fördern Akzeptanz, schaffen Identifikation und ermöglichen Räume für Begegnung und Bildung, die von Einheimischen und Gästen gleichermaßen genutzt werden. Soziale Teilhabe und der Austausch zwischen Generationen sind integrale Bestandteile dieses Ansatzes.

Das Projekt „Komfort-Wanderwege“ im Naturpark Neckartal-Odenwald zeigt exemplarisch, wie dieser Ansatz praktisch umgesetzt werden kann. Die Wege sind so gestaltet, dass sie für Menschen jeden Alters und jeder körperlichen Verfassung zugänglich sind: sanfte Steigungen, feste Beläge, gut platzierte Sitzgelegenheiten und eine klare Wegweisung ermöglichen sichere und komfortable Nutzung. Ein zentraler Bestandteil ist die aktive Beteiligung der Bevölkerung. Geschulte „Inklusive Wanderbotschafter\*innen“ testen Wege mit Hilfe von einheitlichen Kriterien, bei den ein besonderes Augenmerk auf Steigungen, Bodenbeschaffenheit, Parkmöglichkeiten, ausreichend Sitzgelegenheiten, potenziellen Gefahrenstellen, Mehrfachnutzungen und öffentlichen Behinderten-WCs gelegt wird. Gleichzeitig sammeln sie Erfahrungen und geben Rückmeldungen an die Verwaltung. Dadurch entsteht ein kontinuierlicher Lernprozess, in dem praktische Nutzung direkt in die Weiterentwicklung der Infrastruktur einfließt.

Inklusion wird dabei nicht nur als technische Frage der Barrierefreiheit verstanden, sondern als gesellschaftliche Aufgabe. Die Erfahrungen zeigen, dass barrierefreie Gestaltung allen zugutekommt: Sie verbessert Komfort, Sicherheit und Aufenthaltsqualität für sämtliche Nutzergruppen – weit über die Gruppe der mobilitätseingeschränkten Personen hinaus. Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren zählen neben den Kriterien für Komfort auch die landschaftliche Attraktivität sowie mindestens jährliche Kontrollen und detaillierte Informationen zum Komfort bzw. zur Barrierefreiheit in den für die Vermarktung der Wege relevanten Medien, insbesondere auf der Homepage des Naturparks.

Fazit: Projekte wie die „Komfort-Wanderwege“ zeigen, wie Tourismus Lebensqualität stärken kann: durch barrierearme Infrastruktur, regionale Zusammenarbeit, aktive Beteiligung der Bevölkerung und einen Ansatz, der Alltagsleben und Urlaub zusammendenkt. Sie fördern Akzeptanz, Identifikation und Wertschöpfung und tragen dazu bei, dass ländliche Räume für Einheimische und Gäste gleichermaßen attraktiv bleiben.

Der Vortrag von **Kerstin Emonds** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Der Vortrag von **Raffael Manzl** und **Karin Müller-Decker** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeiträge:

- Relevanz der Zielgruppe (Mobilitätseingeschränkte) im Naturtourismus:
  - Vorhandene Angebote werden nur wenig genutzt
  - Bedarf nimmt zu – alternde Gesellschaft, Familienfreundlichkeit
  - Angebote müssen mit weiteren barrierearmen Bausteinen kombiniert werden
  - Marketing muss mit „stimmiger“ Bildsprache arbeiten.

- Warum Komoot und nicht Outdooractive?
  - o Bei Komoot sind deutlich mehr Nutzer\*innen und die Bedienoberfläche schien einfacher
  - o Die>NNL haben eine Kooperation mit Komoot, die auch nach dem Verkauf noch Bestand hat.
- Zusammenarbeit mit dem Wanderverband bzgl. der Komfortwanderwege?
  - o Die Kriterien des Wanderverbandes dienten als Grundlage für die Entwicklung eigener Kriterien, es erfolgte aber bisher noch keine Zertifizierung durch den Deutschen Wanderverband.
- Wanderbotschafter\*innen werden mit der Agentur Panorama 361 ausgebildet.
- Barrierearme Gastronomie sollte möglichst eingebunden werden, wenn diese vorhanden ist.

Impuls:

### **Best Practice: Coconat – Workation als Instrument der ländlichen Entwicklung**

**Janosch Dietrich**, Coconat - A Workation Retreat, Bad Belzig

---

Das Projekt Coconat („Community and Concentrated Work in Nature“) im Fläming (Brandenburg) zeigt, wie Tourismus, Arbeiten und gemeinschaftliches Leben in ländlichen Räumen zusammengeführt werden können. Es richtet sich an Menschen aus verschiedenen Ländern, die zeitweise in der brandenburgischen Kulturlandschaft leben und arbeiten möchten. Der Ort verbindet nachhaltige Übernachtungsangebote, Verpflegung, gemeinschaftlich nutzbare Räume, vielfältige Veranstaltungsformate und professionelle Coworking-Strukturen. Die Leitidee dahinter ist einfach: Arbeiten soll dort möglich sein, wo Menschen gerne leben. Damit trägt das Projekt nicht nur zum touristischen Angebot bei, sondern stärkt die Region als attraktiven Lebens- und Arbeitsraum. Es macht deutlich, dass Digitalisierung und Regionalentwicklung sich nicht ausschließen, sondern gegenseitig unterstützen können.

Zum Konzept gehören eine nachhaltige Wertschöpfung als Hauptziel (keine Gewinnmaximierung), eine Zero-Waste-Ausrichtung, der Einsatz von Photovoltaik, nachhaltige Baustoffe und eine soziale Unternehmensstruktur. Das Projekt beschäftigt inzwischen 26 Mitarbeitende (größtenteils Teilzeit) und kooperiert eng mit regionalen Betrieben und Kulturschaffenden. Ein besonderes Anliegen des Projektes ist es auch die lokale Bevölkerung zu integrieren, so ist zum Beispiel die Inneneinrichtung bewusst so gewählt, dass sich sowohl die Dorfbewohner\*innen, wie auch Städter\*innen wohl fühlen. Zudem bietet das Projekt durch Start-Up-Förderung und Residenz-Programme Anreize zur Ansiedlung von Unternehmen und Menschen.

Fazit: Neue Arbeitsformen können ländliche Regionen bereichern. Ein so umfangreiches Produkt wie im Coconat in seiner Gesamtheit zu etablieren bedeutet jedoch sehr viel unternehmerisches Engagement. Einzelne Aspekte lassen sich hingegen leichter auf andere Regionen übertragen.

Der Vortrag von **Janosch Dietrich** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeiträge:

- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit: Unabhängigkeit von Fördermitteln zum Ziel, Geld muss grundsätzlich erwirtschaftet werden, lediglich einzelne kleinere Projekte (z.B. des Naturparks) werden durch Fördermittel finanziert.
- Das Projekt befindet sich im 10. Jahr und ist seit dem 1. Jahr wirtschaftlich tragfähig.
- Mobilität: Anbindung an ÖPNV durch Bürgerbusprojekt.
- Marketing: Deutscher Tourismuspreis 2019, Kooperation mit Tourismusverband Fläming.
- Zielgruppen: Reisende und Geflüchtete (nicht „nur“ Touristen).

Impuls:

### **Schlüsselfaktoren für die Entwicklung erfolgreicher touristischer Produkte in der Rhön – am Beispiel „Sternenpark Rhön“**

**Ramona Zimmer**, Rhön GmbH

---

Die Rhön ist als eine von sechs Regionen in Deutschland als Sternenpark ausgezeichnet und richtet ihre Produktentwicklung stark in diese Richtung aus. Durch die Kooperation zwischen Kommunen, Biosphärenreservat und Tourismusorganisation wurde die Reduktion von Lichtverschmutzung zu einem identitätsstiftenden Leitmotiv. Der Sternenpark wurde international ausgezeichnet und gilt heute als Symbol für die Verbindung von Umweltschutz und Tourismus. Mit attraktiv gestalteten Himmelsschauplätzen, Sternenkinos, über 300 Führungen jährlich und zahlreichen Bildungsangeboten wurde ein Tourismusprodukt geschaffen, das gleichermaßen emotional wie ökologisch wirksam ist. Besonders öffentlichkeitswirksam sind die Sternenparkwochen, eine 3-wöchige Veranstaltungsreihe mit über 90 Angeboten, bei denen regionale Akteure aus verschiedenen Branchen mit der Rhön GmbH als Veranstalter kooperieren.

Die Kombination von Wissenschaft, Naturschutz und touristischer Vermarktung zeigt, wie Nachhaltigkeit erlebbar werden kann. Zimmer betonte, dass Erfolg nur dort entsteht, wo Akteure kooperieren und gemeinsame Verantwortung übernehmen – von der kommunalen Ebene bis zu den regionalen Leistungsträgern.

Fazit: Authentische Erlebnisse und Kooperation sind die Grundlage erfolgreicher und nachhaltiger Tourismusprodukte.

Der Vortrag von **Ramona Zimmer** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeiträge:

- Zertifizierungen für Sternenparkführer\*innen organisiert das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, es sind keine Vorerfahrungen nötig.
- Führungen sind z.T. kostenlos, die Sternenparkführer\*innen werden aber in jedem Fall bezahlt.

Impuls:

## **Baukultur und Tourismus: eine Chance für die nachhaltige Regionalentwicklung im ländlichen Raum**

**Martina Leicher**, Verband Deutscher Naturparke - VDN e.V.

---

Baukultur umfasst die Summe aller menschlichen Aktivitäten zur Gestaltung der gebauten Umwelt, nicht nur einzelne Gebäude, sondern auch Städtebau, Landschaftsgestaltung und öffentliche Räume. Baukultur kann Landschaften einzigartig machen und Destinationen unverwechselbar gestalten. Regionaltypische Gebäude und gestaltete Freiräume tragen dazu bei, dass Gäste den Charakter einer Region unmittelbar erleben und wiedererkennen.

Die Verbindung von Baukultur und Tourismus kann zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung beitragen, indem attraktive Räume für die touristische Nutzung bereitgestellt werden, zum Beispiel als Freilichtmuseum, Infozentrum, Café oder als besonders attraktiver Übernachtungsort. Die Baukultur kann auch die Neugier der Besucher für die Geschichte eines Ortes wecken. Im Gegenzug kann Tourismus durch die Nutzung historischer Bausubstanz helfen, Baukultur zu erhalten sowie Ortskerne bzw. historische Stadtkerne wiederzubeleben. Eine wesentliche Herausforderung besteht darin, dass Baukultur und Tourismus bisher kaum zusammenarbeiten und die Branchen in unterschiedlichen Zeithorizonten arbeiten.

Fazit: Baukultur und Tourismus sind Partner in der Regionalentwicklung – gemeinsam schaffen sie Identität und Wertschöpfung. Baukultur von heute ist das kulturelle Erbe von morgen.

Der Vortrag von **Martina Leicher** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeiträge:

- Bestandsaufnahme und Potenzialanalyse sollten möglichst partizipativ mit den Menschen vor Ort im Rahmen einer Arbeitsgemeinschaft erfolgen.
- Komplexe Themenbereiche (Vorschriften, Denkmalschutz, Auflagen etc.) bilden die größte Herausforderung.
- Ergänzung: Auch Industriekultur und Firmengebäude prägen eine Region.
- Wichtige Aspekte die mitgedacht werden müssen sind die Herausforderungen der Klimaanpassung und Klimaschutz hinsichtlich der Baukultur, außerdem kann das Thema noch mit innerörtlicher ökologischer Grünflächenpflege verbunden werden.
- Name der Bundesstudie zur Baukultur: Bundesstudie „Regionale Baukultur und Tourismus“ (BMUB/BBSR, 2014/2015).
- Projekte zum Thema „Zirkuläres Bauen“ im Sinne der Wiedernutzung gebrauchter bzw. abgetragener Baustoffe:
  - o <https://www.dgnb.de/de/nachhaltiges-bauen/zirkulaeres-bauen/strategische-handlungsfelder>
  - o <https://www.freilichtmuseum-hohenfelden.de/>.
- Im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin gab es 2025 ein Baukulturwettbewerb: <https://www.schorfheide-chorin-biosphaerenreservat.de/hier-leben/regionaltypisches-bauen/baukulturwettbewerb-in-brandenburgs-biosphaerenreservaten/>.
- Im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin gibt es außerdem den Leitfaden: „Regionaltypisches Bauen und Sanieren“:

[https://www.schorfheide-chorin-biosphaerenreservat.de/fileadmin/user\\_upload/PDF/Schorfheide/Regionaltypisches\\_Bauen\\_und\\_Sanieren.pdf](https://www.schorfheide-chorin-biosphaerenreservat.de/fileadmin/user_upload/PDF/Schorfheide/Regionaltypisches_Bauen_und_Sanieren.pdf).

- In Brandenburg beschäftigt sich die AG Historische Dorfkerne im Land Brandenburg mit dem Thema, unter diesem Dach läuft auch die Gründungsinitiative für „Deutschlands schönste Orte“, vgl. Les plus beaux villages de terre: <https://www.historische-dorfkerne-brandenburg.de/>.

Impuls:

## **Herausforderung Versorgungsengpässe: Innovative Services für Wanderer und Radfahrer**

**Heike Dietrichkeit**, TAG Naturpark Habichtswald e.V.

---

Das Projekt „Uffgetischt“ im Naturpark Habichtswald ist eine Antwort auf gastronomische Versorgungslücken in ländlichen Regionen, indem es Verpflegung zu Wanderern und Radfahrern an den Wegesrand bringt. Das Konzept ermöglicht Wandernden und Radfahrenden, über digitale Buchungssysteme regionale Speisen an ausgewählten Picknickplätzen zu genießen. Dafür wurden drei an Wanderparkplätzen gelegene vorhandene Rastplätze zu „kulinarischen Rastplätzen“ aufgewertet und mit abschließbaren Picknickschränken ausgestattet, die online buchbar sind. Caterer, Gastronomiebetriebe und Direktvermarkter stellen die Picknick-Angebote zusammen.

Zu den vorbereitenden Maßnahmen gehörten behördliche Genehmigungen, ein Workshop für potenzielle Picknicklieferanten, die Entwicklung buchbarer Angebote, der Aufbau einer Online-Buchungsplattform sowie die Gestaltung von Logos und Flyern und die Ausstattung der Rastplätze. Die Materialkosten beliefen sich je Rastplatz auf etwa 3.000-4.000€. Die regelmäßige wöchentliche Kontrolle der Rastplätze wird vom Zweckverband Naturpark Habichtswald übernommen. Eine starke Identifikation der lokalen Bevölkerung mit dem Projekt trägt wesentlich zur Pflege und zum Schutz der Rastplätze bei und wirkt Vandalismus entgegen. Die Saison 2025 verlief sehr erfolgreich. Die Rastplätze wurden mindestens einmal pro Woche gebucht, bei Gruppengrößen von 4-12 Personen.

Fazit: Die Initiative verbindet Genuss, Regionalität und Nachhaltigkeit auf einfache Weise und wird sowohl von Gästen als auch von Einheimischen positiv aufgenommen.

Diskussionsbeiträge:

- Das Konzept ist weniger für Einzelreisende, sondern eher für Gruppen gedacht. Das Angebot ist erst ab 4 Personen wirtschaftlich, aber Einzelpersonen können an Naturparkführungen teilnehmen, die den kulinarischen Rastplatz als Station haben.
- Weiterentwicklungsmöglichkeiten: Sitzbankkissen, Komposttoiletten, Wassertretstellen und spezielle Angebote für Kindergeburtstage.
- Eine Verknüpfung des Angebotes mit Trekkingplätzen bietet sich an.
- Für Einzelwandernde gibt es in Brandenburg das Projekt „Dahmelandstulle“: <https://www.dahme-seenland.de/erlebnisse/essen-trinken/dahmelaender-stulle/>.
- Im Kitzinger Land gibt es Picknickarrangements: <https://www.kitzinger-land.de/erleben/wandern/picknickplaetze/>.
- Im Osnabrücker Land gibt es Erdkühlschränke: <https://www.instagram.com/reel/DH7r3xco1ya/>.



Der Vortrag von **Heike Dietrichkeit** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Impuls:

**Wie eine kleine Wanderregion sich traut, plötzlich Bundesliga zu spielen:  
Vermarktung über Emotion am Beispiel der Wanderschätze**

**Manuel Liebig**, Solling-Vogler-Region im Weserbergland e.V.

---

Die Solling-Vogler-Region zeigt, wie eine kleine Destination durch konsequentes Marketing und enge Kooperation zur anerkannten Wanderregion werden kann. Vor rund zehn Jahren wurde das Thema Wandern strategisch aufgebaut – mit dem Ziel, „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ zu werden. Dieses Ziel verpflichtet alle Akteure zur Zusammenarbeit und schafft gemeinsame Standards.

Über 80 ehrenamtliche Wegepat\*innen sichern Pflege und Qualität der Infrastruktur durch regelmäßige, zwei Mal jährlich durchzuführende Kontrollen. Die Region wurde 2022 offiziell vom Deutschen Wanderverband als Qualitätsregion zertifiziert. Der langfristige Erhalt der Wanderinfrastruktur ist zudem durch Rahmen- und Pflegevereinbarungen, Gestattungsverträge, Prüfungen des Deutschen Wanderverbands, Mängelprotokolle und Nacharbeiten gewährleistet.

Eine klare Profilierung in „wilde“ und „heimatliche“ Sphären prägt seitdem das Marketing und bildet die Grundlage für gezielte Kampagnen sowie die Entwicklung von Merchandise-Artikeln. Das Projekt „Wanderschätze“ mit analogen Stempelstationen (ähnlich wie im Harz) erwies sich im Jahr 2024 als unerwartet erfolgreich und bestätigt, dass haptische Erlebnisse emotionale Bindungen schaffen, die rein digitale Angebote nicht in gleicher Weise erzeugen können.

Die Region versteht sich heute als Tourismusregion. Die Vernetzung innerhalb der Region und mit benachbarten Destinationen trägt maßgeblich zur langfristigen Stabilität und Glaubwürdigkeit bei.

Fazit: Erfolg entsteht hier durch klare Themenfokussierung, hohe Qualität, dauerhafte Pflege und starkes Marketing.

Der Vortrag von **Manuel Liebig** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeiträge:

- Audio-Stationen könnten noch mit eingebunden werden.
- Einbindung des Ehrenamts wirkt Vandalismus entgegen.
- Bezahlung der Wegepaten erfolgt pro Kilometer Weg und muss von den Kommunen übernommen werden.
- Im Kitzinger Land gibt es auch eine Stempelaktion, die sogenannten „Traumrunden“: <https://www.kitzinger-land.de/erleben/wandern/traumrunden/stempelstationen/>.
- Bei den NNL ist ebenfalls eine Aktion mit Stempelpässen geplant: „EntdeckerPass“, kommt vermutlich im 3. Quartal 2026 heraus.



Impuls:

## **Naturfreundehäuser: Vernetzung leben – Nachhaltigkeit gestalten**

**Luise Döring**, NaturFreunde Deutschlands e.V.

---

Die Naturfreundehäuser sind Orte, an denen Gemeinwohl, Begegnung und regionale Verankerung zusammenwirken. In Deutschland gibt es über 350 dieser Häuser, die meist an besonderen Standorten liegen und von gemeinnützigen Trägervereinen betrieben werden. Sie verstehen sich nicht primär als Beherbergungsbetriebe, sondern als offene Orte für Menschen mit demokratischer Grundhaltung – Räume, in denen Gemeinschaft entsteht und in denen sich Einheimische wie Gäste begegnen.

Ihr gemeinwohlorientiertes Wirtschaften ermöglicht es, auch dort aktiv zu sein, wo klassische Unternehmen nicht mehr wirtschaftlich arbeiten könnten. Durch die lokale Verwurzelung der Häuser ist die Tourismusakzeptanz hoch; sie werden als Teil der eigenen Region verstanden. Ergänzende Angebote wie die „Erlebnisrucksäcke“, die Naturerkundung für Familien und Gruppen ermöglichen, stärken diesen Ansatz zusätzlich. Neue Betriebe können als „Anschlusshaus“ integriert werden, wenn sie sich vertraglich zu den Werten der NaturFreunde bekennen.

Fazit: Netzwerke entstehen dort, wo Räume geschaffen werden, die Begegnungen ermöglichen. Auch wenn das Konzept der Naturfreundehäuser nicht in jeder Hinsicht übertragbar ist, zeigt es: Orte, die Gemeinschaft fördern und regionale Verbundenheit stärken, können weit über ihre eigentliche Funktion hinaus wirken.

Der Vortrag von **Luise Döring** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

Diskussionsbeitrag:

- Neugründungen von Naturhäusern sind eher selten, aber grundsätzlich möglich.

### **Gesamtfazit der Fachkonferenz:**

Die Konferenz hat sehr deutlich gemacht: Nachhaltiger Tourismus in ländlichen Regionen funktioniert nur, wenn er als Teil der Regionalentwicklung gedacht wird – nicht als Nebenprodukt und nicht als kurzfristiges Projekt.

Fast alle Beiträge machten deutlich, dass touristische Angebote weit über die reine Freizeitgestaltung hinausreichen: Sie greifen tief in das Alltagsleben ein, prägen Identität, Infrastruktur und Mobilität – und sie funktionieren nur dann, wenn Einheimische echten Mehrwert erkennen. Frühzeitige Beteiligung, klare Kommunikation und gemeinsame Nutzung vorhandener Strukturen sind dabei unverzichtbar. Gleichzeitig wurde sichtbar, wie stark Barrierefreiheit, Qualität und regionale Wertschöpfung als Querschnittsaufgaben gefragt sind. Ob Komfort-Wanderwege, barrierearme Infrastrukturen oder regionale Produktentwicklung: Es geht um Angebote, die allen Menschen nutzen und damit Akzeptanz wie Lebensqualität erhöhen.

Mehrere Beispiele zeigten, wie wirkungsvoll lokale Kooperationen sein können. Die Komfort-Wanderwege im Neckartal-Odenwald beweisen, dass Infrastruktur besser wird, wenn die

Bevölkerung aktiv beteiligt ist. Das Coconat im Fläming zeigt, wie neue Arbeitsformen ländliche Räume beleben können – allerdings nur mit enormem Engagement und klarer Haltung. Der Sternenpark in der Rhön belegt, wie ein identitätsstiftendes Thema zu einem starken touristischen Produkt werden kann, wenn Naturschutz und Vermarktung zusammenspielen. Gleichzeitig wurde deutlich, wie wichtig es ist, Versorgungslücken kreativ zu schließen, etwa durch digitale Picknickstationen im Naturpark Habichtswald. Und die Solling-Vogler-Region verdeutlichte, was konsequente Profilierung, Qualitätsmanagement und starke Emotionen im Marketing bewirken können – selbst für kleine Regionen. Die Naturfreundehäuser als Orte der Begegnung unterstreichen die Notwendigkeit der Vernetzung untereinander.

Ein roter Faden der Konferenz war die Erkenntnis, dass nachhaltiger Tourismus stabile Strukturen, verlässliche Förderkulissen und langfristige Strategien braucht. Kurzfristige Einzelprojekte reichen nicht – erfolgreiche Regionen arbeiten kooperativ, strategisch und dauerhaft.

**Adresse:**

Ö.T.E. - LT&C e.V.

Ökologischer Tourismus in Europa - Linking Tourism and Conservation

c/o AÜE-Tourismusberatung, August-Bebel-Straße 16-18, 33602 Bielefeld,

www. [www.oete-ltandc.org](http://www.oete-ltandc.org)

Kontakt: Rolf Spittler, [rolf.spittler@oete-ltandc.org](mailto:rolf.spittler@oete-ltandc.org)

Die Fachkonferenz fand statt im Rahmen der Veranstaltungsreihe des Projektes „Nachhaltiger Tourismus in Deutschland – Praxisbeiträge und Empfehlungen der Verbände“ und wird durchgeführt in Kooperation mit dem Verbände-Arbeitskreis „Nachhaltiger Tourismus“.

Das Projekt wird gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.



Bundesministerium  
für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz  
und nukleare Sicherheit