



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



PaNaNet+

E N D B E R I C H T

Qualitätskriterien für Besucherprogramme in den Schutzgebieten der PaNaNet-Region

- Das Projekt PaNaNet+ (ATHU003) wird im Rahmen des Programms INTERREG V-A Österreich-Ungarn mit Unterstützung des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung durchgeführt und von Ungarn kofinanziert -

Stand: Januar 2020

Erstellt: Dipl. Oec. Balázs Kovács (MBA)



Ausgangslage

Seit der Gründung der Natur- und Nationalparke im westpannonischen Raum in den 1990er Jahren gab es eine stetige Weiterentwicklung der Besucherprogramme, die nach und nach eine Vielfalt von Themen für unterschiedlichste Zielgruppen über alle Jahreszeiten umfasste. Mit der Intensivierung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit der Schutzgebiets-verwaltungen erfolgte ein permanenter Austausch an Erfahrungen sowohl in der Gestaltung der Infrastruktur als auch in der Ausrichtung der Besucherangebote.

Vorgehensweise

Der Nationalpark Neusiedl See - Seewinkel beauftragte im Rahmen der Projektumsetzung von PaNaNet+ Balázs Kovács (GD Consulting) zwischen 1. Oktober 2019 und 31. Januar 2020 mit der Erstellung von Qualitätskriterien für Besucherprogramme von Nationalparks und Naturparks im ökopädagogischen wie im ökotouristischen Bereich.

Für den 7. November 2019 wurde in Hegykő (Nationalpark Fertő - Hanság) ein dreistündiger Workshop vorbereitet und – mit Beteiligung von Projektpartnern aus allen PaNaNet-Gebieten – durchgeführt, bei dem neben den bisherigen Erkenntnissen (siehe Excel-Tabelle im Anhang) auch die eigenen Erfahrungen und Best Practises der Projektpartner diskutiert wurden.

Im Rahmen des Workshops wurde eine Excel-Auswertung finalisiert, die – quasi als Checkliste – einen Überblick über den Angebots- und Programmaufbau der 4 Nationalparks und 9 Naturparks bietet, den Status Quo in Bezug auf Qualitätsanforderungen erfasst und die Möglichkeit bietet, Änderungen nachzuverfolgen. Die Tabelle ist diesem Bericht als **Anhang Nummer 1** beigefügt.

Nach eingehender Abstimmung werden die Qualitätssicherungsaspekte für Besucherprogramme zur besseren Übersichtlichkeit nach den im Workshop festgelegten Kriterien gruppiert.

Die resultierenden Vorschläge können in die folgenden vier Gruppen unterteilt werden:

1. Marketing (Angebotsaufbereitung, Werbung, Verkaufsförderung)
2. Bewusstseinsbildung für das Naturerlebnis
3. Organisatorisches
4. Verantwortlichkeiten / gesetzliche Bestimmungen



1. Marketing (Angebotsaufbereitung, Werbung, Verkaufsförderung)

2. Datum und Thema der organisierten Veranstaltungen sollten auf den Websites gut sichtbar angezeigt werden, platziert wenn möglich an auffälliger Stelle der Startseite. Es wird empfohlen, einen Online-Veranstaltungskalender zu führen, der einen klaren Überblick über Optionen und Alternativen gibt.
3. Bei den Touren ist es ratsam, jeweils eine kurze Zusammenfassung der Route mit einem Überblick über Art, Inhalt, Dauer und Wegstrecke der Tour zu geben. Kurze Beschreibungen müssen die folgenden Informationen enthalten:
 - Länge und Dauer der Veranstaltung, sowohl in Kilometern als auch in geschätzter Zeit.
 - Die Routenführung der Tour, markiert mit wichtigen Stationen und Highlights, sowie die Teilnahmebedingungen, Hinweise auf entsprechende Ausrüstungs-, Bekleidungs- und Haftungsfragen.
4. Die Schwierigkeitsgrade sollten mit einheitlichen Symbolen und Piktogrammen (z. B. Stufe 1-4: leicht, mittel, schwer, erfordert eine besondere Vorbereitung) gekennzeichnet werden.
5. Nicht nur bei kostenpflichtigen Veranstaltungen sollte der Preis angezeigt werden, auch bei kostenlosen Programmen sollte auch „kostenlos“ vermerkt werden – damit lassen sich unnötige Rückfragen vermeiden.
6. Zusätzlich zu den Basisinformationen, die in den obigen Punkten angeführt sind, wird dringend empfohlen, verwandte Inhalte hinzuzufügen, die zusätzliche nützliche Informationen im Content-Marketing-Ansatz enthalten, um die Kommunikation für die Besucherprogramme zu verbessern. Eine der effektivsten Möglichkeiten hierfür sind Fotodokumentationen und/oder eine Kurzfilm-Programmorschau, die dem potenziellen Besucher einen kurzen, aber eindrucksvollen Eindruck von der geplanten Tour und den Rahmenbedingungen des Erlebnisses vermitteln.
7. Entsprechend den Herausforderungen der Digitalisierung sollte auch eine Online-Anmeldung möglich sein. Alle diesbezüglichen Informationen sollten auf der Startseite der Website veröffentlicht werden, und in allen relevanten Kommunikationsmitteln sollte auf die entsprechenden Kontaktdaten verwiesen werden. Im Allgemeinen wird empfohlen, mindestens die Website als zusätzliche Informationsquelle anzugeben.
8. Es sollten Anstrengungen unternommen werden, eigene kostengünstige Kommunikationskanäle sowohl im Bereich der sozialen Medien als auch zum Aufbau eines eigenen Newsletter-Services aufzubauen. Es ist ratsam, die dafür benötigten Daten bei der Anmeldung zu sammeln. Siehe dazu auch die Empfehlungen bezüglich der Datenschutzrichtlinie im Kapitel 4.
9. Der eigene Newsletter sollte so viele Verweise und Links wie möglich zur Website beinhalten, um mehr über das Thema erfahren zu können. Durch diese Verweise bekommen die potentiellen Teilnehmer mehr Informationen über die einzelnen Veranstaltungen. Nebenbei können sie bei Interesse auch weiter klicken, und so ergänzende Inhalte auf der Website finden. Bei der Erstellung von Newslettern und der Kommunikation von Programmen ist anzustreben, auf vergleichbare Programme von Partnerorganisationen hinzuweisen und diese vorzustellen. Die einfachste Form ist die Verlinkung der jeweiligen Online-Kommunikationsschnittstelle, die gleichzeitig zur Vertrauensbildung, zur größeren Auswahl von Alternativen für den Besucher und zur Vernetzung der Schutzgebietsverwaltungen dient.



10. Besonders wichtig ist die Vermeidung eines Unterhaltungs-Images des Besucher-programms, denn dies würde sowohl für Nationalparke als auch für Naturparke konträr zum authentischen Naturerlebnis und zum Bildungsauftrag stehen. Natürlich sollten die Programme auch unterhaltsam sein, übergeordnetes Themen sollten aber Natur, Naturschutz und Naturerlebnis mit Informationsgehalt sein. Es wird deshalb empfohlen, die Ausrichtung der Marketingkommunikation unter diesem Gesichtspunkt zu überprüfen.
11. Es ist schwierig, von den Teilnehmern Antworten auf Fragen in einem Feedback-Fragebogen zu bekommen. Das verlangt auf Papier zusätzlich Zeit, und meist gibt es keinen geeigneten Platz (Tisch, Sitzgelegenheit) zum Ausfüllen. Aus Sicht der Qualitätssicherung ist deshalb die Standardisierung der Fragebögen zur Gästezufriedenheit in digitaler Form ratsam. Es wird empfohlen,
 - die Besucher nach jeder Führung darauf aufmerksam zu machen, in welcher Form sie Feedback geben können und
 - bei der Registrierung eine Möglichkeit aus Sicht der Privatsphäre vorzusehen, damit der Besucher später vom Nationalpark / Naturpark kontaktiert werden kann, um die Zufriedenheit zu messen. Siehe dazu auch Kapitel 4.
12. Als weiterer Aktivität im Sinne der Gästebindung wurde die Idee der „Punkte-sammlung“ eingebracht, etwa die ermäßigte Teilnahmegebühr / den ermäßigten Eintritt ab der Buchung eines zweiten Programms in einem Schutzgebiet.

2. Bewusstseinsbildung

1. Die einzelnen Teilgebiete bzw. die Schutzgebiete als Ganzes müssen authentisch, nachhaltig, mit gutem Besuchermanagement und mit Rücksichtnahme auf ihre Belastbarkeit präsentiert werden. Es sollte deshalb auch kommuniziert werden, dass nicht jede naturtouristische Sehenswürdigkeit mit einer großen Gruppe besichtigt werden kann. Aus Sicht der Qualitätssicherung ist es deshalb bei Werbeaktivitäten – auch bei jenen von touristischen Partnern – empfehlenswert, bei geführten Touren sowohl die minimale als auch die maximale Teilnehmerzahl anzugeben.
2. Das Problem der Integration der Wettervorhersage in die Website wurde auch angesprochen. Es gibt dafür keine allgemein etablierte Praxis. Wenn ein solcher Vorhersagedienst verwendet wird, ist es in jedem Fall ratsam, sich unmissverständlich darauf zu beziehen, dass es „kein schlechtes Wetter, sondern nur unangemessene Kleidung“ gibt. Für weitere Informationen kann auf die Teilnahmebedingungen hingewiesen werden.
3. Während des Workshops wurde auch die Notwendigkeit zur Entwicklung eines Nationalpark- und Naturpark-Markenlabels angesprochen, das die Möglichkeit bietet, verwandte Dienstleister (Restaurants, Unterkunft usw.), Programmveranstalter u.ä. zu empfehlen. Zur Qualitätssicherung wird empfohlen, die Verbindung oder Integration mit vorhandenen oder anpassbaren Markenlabels in einem separaten Projekt in Betracht zu ziehen.
4. Es sollten Anstrengungen unternommen werden, um das Potenzial eines umweltfreundlichen Kommunikationsansatzes zu nutzen, die Zusammenarbeit mit Mobilitätsanbietern in diesem Bereich zu fördern und den Austausch und die Verbreitung bewährter Verfahren in Marketing-Kommunikationsaktivitäten zu integrieren.



5. Wenn der Nationalpark oder Naturpark bei der Weiterentwicklung seines Besucherprogramms konkrete Maßnahmen ergriffen hat, um die Umweltbelastung durch CO₂ zu verringern, wird empfohlen, den Umfang dieser Maßnahmen aufzulisten und darzustellen, beispielsweise in einem separaten Menüpunkt auf der Website.

3. Organisatorisches

1. Bei den angekündigten Wanderprogrammen sind Veranstaltungsort und Treffpunkt wichtige Informationen. Zur Qualitätssicherung wird empfohlen, GPS-Koordinaten und/oder eine Google Maps Karte vom Standort einheitlich anzuzeigen.
2. Der Name und die Erreichbarkeit der Guides kann nicht nur in Notfällen nützlich sein: Die Teilnehmer können sich bei ihm auch im Voraus informieren. Man sollte einen Ansprechpartner für die Qualitätssicherung haben, der für bestimmte organisatorische Fragen im Voraus erreichbar ist. Es wird auch empfohlen, einen Leitfaden für häufig gestellte Fragen und Antworten bereitzustellen und zu veröffentlichen, damit die Kontaktperson nicht mit häufig gestellten und/oder allgemeinen Fragen belastet wird.
3. Zur einheitlichen und effizienten Verwaltung des Anfrage-, Registrierungs-, Abrechnungs-, Nachverfolgungs- und Zufriedenheitspfads sowie zur Gewährleistung eines hochwertigen Digitalisierungsprozesses sollte gegebenenfalls ein integriertes System eingeführt werden, z. B.: Registrierung und Identifizierung über QR-Code.
4. Die Möglichkeit der Vorregistrierung ermöglicht die Angabe der ungefähren Anzahl der Teilnehmer. Damit kann man auch bestimmen, wie viele Personen teilnehmen können ohne das betreffende Ökosystem zu beeinträchtigen. Die Vorregistrierung wird auch im Sinne der Qualitätssicherung, des Marketings und der Verkaufsförderung empfohlen.
5. Die Angabe der Parkmöglichkeiten ist wichtig, weil nicht viele Treffpunkte mit ÖPNV erreichbar sind, meist wegen zu großer Entfernung von den Ortschaften. Es ist wichtig, dass sich alle Aspekte der Erreichbarkeit auf den öffentlichen Verkehr konzentrieren, aber auch Parkmöglichkeiten in der Nähe und andere Alternativen angeben.

4. Verantwortlichkeiten / gesetzliche Bestimmungen

1. Für die Besucherprogramme wird empfohlen, die einschlägige EU-Datenschutzgrundverordnung (GDPR) sowie das geltende Gemeinschaftsrecht und das geltende nationale Recht über alle Kommunikationskanäle hinweg einheitlich mündlich und schriftlich zu behandeln.
Kritische Punkte dabei sind: Datenerhebung bei der Registrierung, Regulierung der Verwendung von Informationen und Daten in Newslettern und in Zufriedenheitsfragebögen, Kontrolle der Verwendung von Fotos, die während eines Gruppenprogramms aufgenommen wurden. Aus Sicht der Qualitätssicherung müssen die Nationalparke und Naturparke über Datenverwaltungsvorschriften verfügen, die diese Punkte abdecken.
2. Die Überprüfung der Einhaltung dieser kritischen Punkte durch einen externen Experten ist empfehlenswert. Die Teilnehmer müssen sowohl offline (Platzierung einer entsprechenden Informationstafel) als auch online über die Datenschutzbestimmungen informiert werden.



3. Den geltenden EU-Gesetzen zufolge muss jeder Teilnehmer an einem Programm im Voraus eine GDPR Erklärung ausfüllen. Diese muss natürlich einheitlich gestaltet werden. Ungeklärt blieb beim Workshop, ob die Besucher eines PaNaNet-Parks ihre Zustimmung mit der Unterschrift auch als Besucher eines anderen Naturschutzgebiets in der Region geben.
4. Um mit den Folgen von Unfällen und Zwischenfällen während der einer Nationalpark- oder Naturpark-Exkursion umgehen zu können wird empfohlen, in allen Kommunikationskanälen die Teilnahmebedingungen einschließlich der Haftungsaspekte zu beachten und leicht erkennbar darzustellen.
5. Es sollte auch auf das Recht des Veranstalters hingewiesen werden, das Programm zu ändern, abzusagen oder abubrechen. Es ist auch notwendig, die Bedingungen für die Nichtteilnahme und Stornierung mit entsprechenden Fristen darzustellen und die Kosten zu nennen. Folgende Frage blieb in diesem Zusammenhang zur Klärung offen: Wie bekommt man die einbezahlte Summe zurück, wenn der Veranstalter das Programm absagt?

Auf der Grundlage des hier Beschriebenen wird eine tabellarische Checkliste erstellt, anhand dieser jeder Nationalpark und Naturpark überprüfen kann, ob seine Praktiken die vorgeschlagenen Qualitätssicherungskriterien erfüllt, teilweise erfüllt oder noch nicht erfüllt (erfüllen kann). Die Checkliste ist im **Anhang Nummer 2** dargestellt.