

## RAHMENKONZEPT UMWELTBILDUNG IM NATURPARK SCHLEI UND MACHBARKEITSSTUDIE FÜR EIN NATURPARKZENTRUM AM STANDORT LINDAUNIS

Kurzfassung des Abschlussberichts

Wir fördern den ländlichen Raum



EU.SH



SH



Landesprogramm ländlicher Raum: Gefördert durch die Europäische Union – Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)  
Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete

Schleswig-Holstein  
Ministerium für Energiewende,  
Landwirtschaft, Umwelt, Natur  
und Digitalisierung



AktivRegion  
SCHLEI-OSTSEE



# RAHMENKONZEPT UMWELTBILDUNG IM NATURPARK SCHLEI UND MACHBARKEITSSTUDIE FÜR EIN NATURPARKZENTRUM AM STANDORT LINDAUNIS

## Kurzfassung

### Auftraggeber

**Gemeinde Boren**

Schleistraße 1, 24392 Boren

Ansprechpartner

Herr Thomas Detlefsen, Bürgermeister

## Inhalt

1	Einführung.....	1
2	Kernergebnisse des Rahmenkonzepts Umweltbildung .....	2
3	Kernergebnisse der Machbarkeitsstudie .....	3
4	Innovative digitale Umweltbildungs- und Informationsangebote.....	6

### **B T E Tourismus- und Regionalberatung**

Stiftstr. 12, D-30159 Hannover  
Tel. +49 (0)511 - 70 13 2 – 0; Fax -99  
hannover@bte-tourismus.de  
www.bte-tourismus.de

Harald Geißler  
geissler@bte-tourismus.de

### **In Kooperation mit**

#### **BN Architekten und Stadtplaner**

Ludwig-Barnay-Straße 7, 30175 Hannover  
Tel. +49 (0)511 – 98 49 1-0, Fax -22  
www.bn-arch.de

Dr. Ing. Uvo Bittner  
uvobittner@bn-arch.de



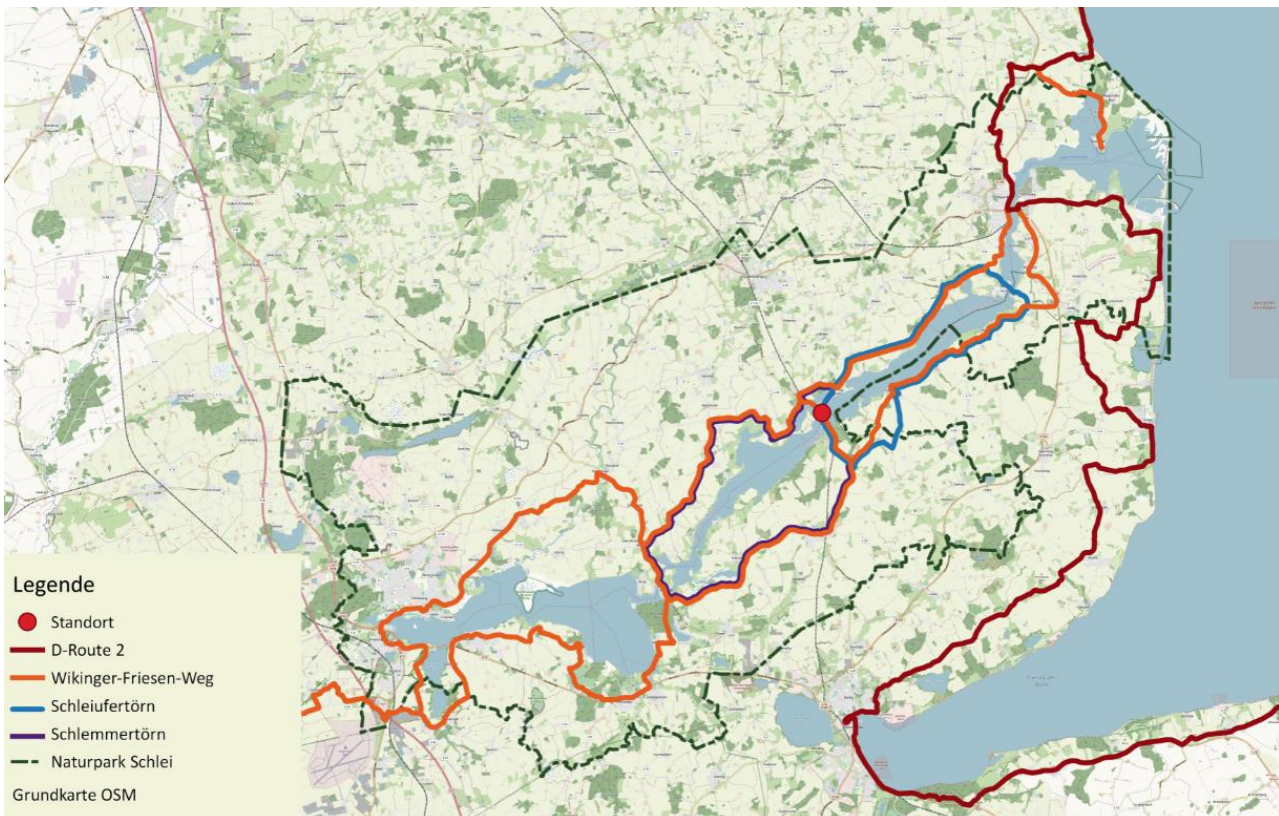
## 1 Einführung

Die Träger des Naturparks Schlei beabsichtigen, das Umweltbildungsangebot im Naturpark zu qualifizieren und am Standort Lindaunis ein Besucherzentrum des Naturparks einzurichten.

Mit der Erarbeitung einer Machbarkeitsstudie wurde geprüft, ob, in welcher Form und mit welchen Themen ein zentrales Informationsangebot zum Naturpark Schlei an diesem Standort sinnvoll ist. Als Entscheidungs- und Planungsgrundlage wurden die bestehenden Umweltbildungseinrichtungen mit ihrer inhaltlichen Ausrichtung erfasst und ein Rahmenkonzept für die optimierte arbeitsteilige Vernetzung der Angebote erarbeitet.

Die vorliegende Kurzfassung fasst die Kernergebnisse der Machbarkeitsstudie zusammen.

### Lage des Standorts Lindaunis im Naturpark Schlei an relevanten touristischen Routen



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA)

## 2 Kerneergebnisse des Rahmenkonzepts Umweltbildung

Das bestehende Umweltbildungsangebot im Naturpark Schlei umfasst

- das Naturerlebniszentrum Maasholm und die Naturerlebnisräume Moostoft Ekenis, Galloway (Stadt Schleswig) und Ziegelei Borgwedel,
- die Naturerlebnisprogramme und -führungen sowie Informationsangebote (Vorträge etc.) des Naturparks, der Natur- und Landschaftsführer, des Naturschutzvereins Süderbrarup, der Lighthouse Foundation, des Naturschutzbunds Deutschland, des SIEZ und weiterer Partner,
- die Naturschutzgebiete mit Informationstafeln.

Im Umfeld des Naturparks befinden sich das Ostsee-Info-Center sowie die Integrierte Station Geltinger Birk. Die Bestandsaufnahme hat gezeigt:

- Mit den bestehenden Angeboten wird ein breites Themenspektrum abgedeckt, das von der Landschaftsentstehung und spezifische bestimmte Ökosysteme über den Menschen in der Natur bis hin zu Landschaftspflege und Naturschutzprojekten reicht. Der Naturpark Schlei wird von keinem der Angebote und Einrichtungen vordergründig präsentiert, allenfalls randlich dargestellt.
- Die bestehenden Angebote richten sich überwiegend an naturinteressierte Menschen sowie an Kinder und Jugendliche. Die breite Masse der Einwohner und Touristen wird damit nur begrenzt angesprochen.
- Die Vernetzung der Umweltbildungsangebote im Naturpark Schlei ist steigerungsbedürftig. Es fehlt ein zentraler Akteur in einer zentralen Einrichtung, der die Abstimmung und Zusammenarbeit der Akteure in der Umweltbildungsarbeit wie auch die gemeinsame Vermarktung der Akteure organisiert und unterstützt.
- Im projektbegleitenden Arbeitskreis wurde von den Teilnehmern bestätigt, dass der Naturpark Schlei bislang im Bewusstsein der Einwohner nicht hinreichend präsent ist. Es fehlt ein zentrales Schaufenster des Naturparks, das dessen Aufgaben und Ziele werbewirksam vermittelt und zur Identifikation der Einwohner mit dem Naturpark beiträgt.

Die Bestandsaufnahme belegt Defizite, die mit der Errichtung des geplanten Naturparkzentrums überwunden werden sollen.

### Einordnung des Naturparkzentrums in das Umweltbildungsangebot

In den deutschen Großschutzgebieten hat sich ein dezentral-hierarchisches System der Besucherinformations- und Umweltbildungsangebote bewährt. Dieses System könnte wie folgt auf den Naturpark Schlei übertragen werden:

- 1) Das Naturparkzentrum am Standort Lindaunis an der Spitze des Systems,
- 2) die bestehenden Umweltbildungs- und Naturerlebnisangebote auf der zweiten Stufe,
- 3) Informationsstellen an Standorten mit hoher Nutzungsfrequenz auf der dritten Stufe,
- 4) viele Informationspunkte im Naturpark auf der vierten Stufe.

Die Gutachter schlagen eine enge Verknüpfung zwischen der Ausstellung im Naturparkzentrum und den Angeboten auf den Stufen 2) bis 4) vor. Denkbar ist z. B., dass in der Ausstellung im Naturparkzentrum eine Geschichte (Story) erzählt wird, die an den weiteren Standorten bzw. Einrichtungen (als Spin-off) aufgegriffen und weitergeführt wird.

### 3 Kernergebnisse der Machbarkeitsstudie

Arbeitsziel der Machbarkeitsstudie ist die Prüfung, ob das geplante Naturparkzentrum Schlei am Standort Lindaunis angemessene Besucherzahlen erreichen kann und ob es mit überschaubaren Kosten errichtet und betrieben werden kann.

#### Ergebnisse der Standortprüfung

Der Standort „ehemaliger Bahnhof Lindaunis“ weist mehrere wichtige Qualitäten auf:

- Der Standort liegt direkt an der Schlei und bietet so eine hohe Authentizität zum Kernthema des Naturparks.
- Der Standort liegt an einer der wenigen Möglichkeiten zur Querung der Schlei; hier konzentrieren sich automatisch die Verkehre von Einwohnern und Touristen, mehrere touristische Fahrradtouren führen am Standort vorbei.
- Der Standort ist bislang mit öffentlichen Verkehrsmitteln grundsätzlich erreichbar und erfüllt damit eine Pflicht. Mit der anvisierten Reaktivierung des Bahnhaltepunkts Lindaunis ergibt sich die Perspektive auf einen Mobilitätsknotenpunkt (Umstieg auf Bus, Rad, Schiff) am geplanten Portal zum Naturpark Schlei.

Aus Sicht der Gutachter ist der Standort hervorragend für die Errichtung des geplanten Naturparkzentrums geeignet.

#### Erfolgsstrategie

Die Erfahrungen aus vielen Besucherzentren in Naturparks, Nationalparks und Biosphärenreservaten zeigen, dass diese nur erfolgreich sein können, wenn sie

- an ihrem Standort von bestehenden Besucherströmen profitieren können und es ihnen gelingt, die Aufmerksamkeit der Passanten zu finden,
- ihre Besucher mit ihrem Angebot zufriedenzustellen und beeindrucken, damit sie nach dem Besuch im Bekanntenkreis wirksame Mund-zu-Mund-Propaganda leisten.

Diese Doppelstrategie ist Leitgedanke für das Angebotskonzept des Naturparkzentrums.

#### Architektonisches Konzept inkl. Abschätzung der Investitionskosten

Die ursprüngliche Zielvorstellung, das Naturparkzentrum in dem bestehenden ehemaligen Bahnhofsgebäude einzurichten, wurde angesichts des schlechten baulichen Zustands des Gebäudes und der ungünstigen Raumaufteilung gleich zu Projektbeginn verworfen.

Anstelle eines Sanierungs- und Raumkonzepts für das historische Gebäude wurde ein architektonischer Entwurf für ein neues Gebäude erarbeitet,

- der aufzeigt, wie das geplante Raumprogramm für das Naturparkzentrum (siehe unten) erfüllt werden kann,
- der Ideen für eine aufmerksamkeitserregende Architektur präsentiert (hier: die Kombination aus einem würfelförmigen Kubus als Hauptgebäude und einem ovalen Ausstellungstrakt, eine barrierefreie Rampe vom EG zum OG, eine Aussichtsterrasse als beeindruckendes Erlebnis mit eigenständiger Attraktivität)
- die Grundlage für die Abschätzung der Investitionskosten darstellt.

Ergänzend wurde ein städtebaulicher Entwurf für die Gestaltung des Außengeländes erarbeitet, der den Zugang zum Gebäude, Parkflächen, Aufenthaltsbereiche für die Besucher und Naturerlebnisbereiche für Umweltbildungsangebote umfasst.

Das Raumprogramm für das Naturparkzentrum umfasst folgende Bausteine:

- Ein großes Foyer,
  - mit Informationstheke, Shop und ersten Exponaten,
  - mit Zugang zur Ausstellung, zu Toiletten und einer Garderobe,
  - mit Flächen für Verweilen oder für die Begrüßung von Gruppen.
- Die Dauerausstellung als Abfolge von vier bis sechs Räumen
- Einen multifunktionalen Raum,
  - geeignet für Wechselausstellungen, Vorträge und Veranstaltungen,
  - als Plattform für die regionale Vernetzung des Naturparks.
- Eine möglichst hoch gelegene Aussichtsmöglichkeit, die den Blick vom Standort auf die Schlei und ihre Umgebung inwertsetzt.
- Arbeitsräume für die Geschäftsstelle des Naturparks sowie für die Lokale Aktion Schlei
- Lagerräume und Technik

Die Abschätzung der Investitionskosten führt zu dem Ergebnis, dass

- eine architektonisch aufwändige Lösung mit Investitionskosten von rd. 4,6 Mio. Euro verbunden ist,
- die Investitionskosten durch architektonisch einfachere Lösungen und ergänzende Einsparungen auf rd. 3,8 Mio. Euro (für das Gebäude und das Außengelände) begrenzt werden können.

### **Eckpfeiler des Ausstellungs- und Attraktivitätskonzepts**

Mit der Machbarkeitsstudie wurde eine Zielvorstellung für die Ausstellung erarbeitet, die

- verdeutlicht, wie die Ausstellung den Zielen des Naturparks und des Rahmenkonzepts Umweltbildung gerecht wird und kein Unterhaltungsangebot ist,
- aufzeigt, wie die Ausstellung dennoch die Besucher begeistern kann und sie zu Mund-zu-Mund-Propaganda im Bekanntenkreis motiviert,
- als Grundlage für die Ausschreibung („Briefing“) der Erarbeitung des Ausstellungskonzepts verwendet werden kann.

Kerngedanke des Konzepts ist die Auswahl von wenigen Themenfeldern, die gemeinsam ein plastisches Gesamtbild des Naturparks Schlei, seiner Alleinstellungsmerkmale, seiner Aufgaben und seiner Ziele bieten und gleichzeitig mit spannenden und erlebnisreichen Stationen und Exponaten untersetzt werden können.

Als mögliche Umsetzung wurde eine Gliederung der Ausstellung in vier aufeinander aufbauende Themenräume entworfen:

- Zunächst werden die Besucher in Raum 1 in die Naturparkregion, ihre Entstehung und ihre natur- und kulturräumlichen Besonderheiten eingeführt,
- auf dieser Informationsgrundlage wird den Besuchern in Raum 2 die Existenz und Bedeutung des Naturparks Schlei vermittelt,

- im Kino- bzw. Multimediarraum (Raum 3) werden die Informationen aus Raum 1 und 2 emotional vertieft und verankert,
- Raum 4 bildet die Überleitung zur Naturparkregion, mit Tipps und Hinweisen auf die zahlreichen Erlebnisstandorte und Bildungsangebote im Naturpark.

Mit Raum 4 bedient das Naturparkzentrum auch seine Aufgabe, die Einrichtungen und Angebote seiner Partner bekanntzumachen und zu bewerben. Auch hier sollen analoge und digitale Exponate und Angebote eingesetzt werden.

### Wirtschaftlichkeitskonzept für das Naturparkzentrum

Das Wirtschaftlichkeitskonzept umfasst folgende, aufeinander aufbauende Abschnitte:

- Die **Erfassung des Einzugsgebiets** zeigt, dass das Besucherpotenzial durch die niedrige Bevölkerungsdichte im Umkreis bis 60 Minuten Fahrzeit begrenzt wird. Mit dem Marketingkonzept für das Besucherzentrum müssen daher auch die zahlreichen touristischen Besucher der Region erreicht werden.
- Die **Nachfrageprognose** basiert auf Richt- und Erfahrungswerten zum Ausflugsverhalten und führt zu rd. 20.000 Besuchern pro Jahr im Naturparkzentrum Schlei. Höhere Besucherzahlen sind unter optimistischen Annahmen erreichbar, sind aber vereinbarungsgemäß nicht Grundlage für die Betriebsergebnisprognose.
- Das **Mengenmodell zum Nachfrageverlauf** weist darauf hin, dass außerhalb der Ausflugssaison und unter der Woche nur sehr geringe Besucherzahlen zu erwarten sind. Zur Begrenzung der Personalkosten sollten die Öffnungstage im Winterhalbjahr erheblich begrenzt werden.
- Die möglichen **Effekte eines reaktivierten Bahnhofpunkts** werden in das Wirtschaftlichkeitskonzept einbezogen. Neben allgemeinen touristischen Effekten für die Region sind rd. 5.000 weitere Besucher pro Jahr für das Naturparkzentrum erwartbar.
- Die **Umsatzprognose** umfasst den Ertrag aus Eintrittspreisen für die Ausstellung und den Rohertrag (ohne Einkaufskosten) im Shop. Die weiteren Angebote (Führungen, Vorträge, Vermietungen) gelten als kostendeckend. Es ergibt sich ein Budget von rd. 76.000 Euro pro Jahr für den Betrieb des Besucherzentrums.
- Der **Personalaufwand** kann durch die Begrenzung der Öffnungszeiten auf ca. 225 Tage im Jahr erheblich begrenzt werden. Weitere Einsparungen ergeben sich aus der Unterstützung von Mitarbeitern des Naturparks bei der Besucherbetreuung. Die Personalkosten summieren sich auf rd. 70.000 Euro pro Jahr und umfassen eine halbe Stelle für die Leitung und einen Vollzeitarbeitsplatz für die Informationstheke/Kasse.
- Die **weiteren betriebs- und anlagebedingten Kosten** (Verbrauch, Versicherungen, Wartung, Mobilität, Verwaltung und Buchführung, Instandhaltung, Marketing) summieren sich auf weitere rd. 70.000 Euro pro Jahr.
- Für die **Schließung der Deckungslücke** stehen mehrere Ansatzpunkte bereit; u. a. hat die Stiftung Natur im Norden eine Bereitschaft zur Unterstützung signalisiert und können eingesparte Mietkosten der Naturpark-Geschäftsstelle gegengerechnet werden.
- Die **Gemeinde Boren** wird Flächeneigentümer und macht die Fläche frei von Bebauung. Die Gemeinde unterstützt nach regionaler Abstimmung und einem Finanzierungskonzept als Bauträger und stellt dem Naturpark das Gebäude und die Fläche kostenfrei zur Verfügung. Der **Naturpark ist Betreiber** des Naturparkzentrums und finanziert alle Kosten, die mit dem Betrieb des Naturparkzentrums und die Instandhaltung des Gebäudes verbunden sind.

## 4 Innovative digitale Umweltbildungs- und Informationsangebote

Mit der Kombination aus persönlich angeleiteter Umweltbildung (insbesondere für Kinder und Jugendliche) und Besucherinformation im Naturparkzentrum werden die klassischen Zielgruppen im Naturpark Schlei gut bedient. Darüber hinaus müssen neue Wege beschritten werden, um die jüngere und mittlere Generation mit zeitgemäßen digitalen Angeboten und Erlebnissen zu erreichen. Diesen Zielgruppen soll mit diversen Inhaltsformaten auf unterschiedlichen digitalen Endgeräten der Reiz des Naturparks Schlei und die Attraktionen des Naturparkzentrums vermittelt werden. Die Kernziele des „Digitalen Naturpark Schlei“ sind:

1. Steigerung der Besucherzahlen im Naturparkzentrum, im Naturpark und auf den digitalen Präsenzen des Naturparks
2. Vermittlung der Themen des Naturparks über analoge und digitale Inhaltsformate
3. Langfristige Bindung von Besuchern des Naturparks und des Naturparkzentrums
4. Steigerung der Empfehlungen für die Angebote des Naturparks und des Naturparkzentrums
5. Aufbau digitaler Sichtbarkeit zur Schaffung von Reichweite und Bekanntheit für den Naturpark und das Naturparkzentrum

Der „digitale Naturpark Schlei“ richtet sich an folgende Zielgruppen:

- **Besucher** des Naturparkzentrums, die ihren Besuch bereits fest eingeplant haben, nutzen den „Digitalen Naturpark Schlei“, um die Stationen und Erlebnisse des Aufenthaltes zu planen und zu erleben.
- **Potentielle Besucher** des Naturparkzentrums, die bereits in der Region sind (Bewohner, Urlauber, etc.), aber noch keinen festen Besuch eingeplant haben, werden durch digitale Angebote aufmerksam, durch digitale Interaktion involviert und erhalten so einen konkreten Anreiz zum Besuch.
- **Ehemalige Besucher** des Naturparkzentrums, die ihren Besuch bereits erlebt haben, erhalten durch digitale Erlebnisse eine Verlängerung ihres Aufenthaltes, was sowohl die Nachbetreuung als auch die Wiederbesuchsrate begünstigt.

Alle drei genannten Besuchertypen erhalten durch den „Digitalen Naturpark“ einen verstärkenden Anreiz, um ihre positiven Erfahrungen mit dem Naturpark und dem Naturparkzentrum zu teilen und zu empfehlen. Das erhöht durch den viralen Netzwerkeffekt die Sichtbarkeit und Reichweite.

Das Grobkonzept definiert die Leitplanken für die Entwicklung und Umsetzung des „Digitalen Naturpark Schlei“. Es umfasst:

- Aussagen zur Balance zwischen analogen und digitalen Angeboten,
- eine Hierarchie der Wirkungsorte, die bei der didaktischen Hinführung berücksichtigt werden,
- die Beschreibung einer gemischten Strategie für die Auspielung von Inhalten über eine eigene Community und etablierte Communitys,
- einen Vorschlag für die Digitalisierung von Erlebnisorten und für die Kombination von narrativen, immersiven und interaktiven Content-Formaten
- sowie Beispiele für digitale Anwendungen für verschiedene Zielgruppen.