

**Entwicklungskonzept für den Naturpark Altmühltal
unter besonderer Berücksichtigung der Ansprüche
von Kurzurlaubern und Tagesausflugsgästen**

Josef STEINBACH, Andrea HOLZHAUSER,
Pascal GOEKE, Christian HAAS, Barbara HASMÜLLER, Heike KOBER,
Bernhard KÖGLSPERGER, Daniela KRÖTSCH, Bettina MEYER, Eva NÄHER, Michael NOWAK,
Karin PLÖCKL, Christiane STROTKÖTTER, Michael TYRKAS, Andrea ZORN

Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie

Heft 12

Eichstätt 2002

Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Herausgeber: Prof. Dr. Josef Steinbach (bis einschl. Heft 14)

ISBN: 978-3-943218-23-7

ISSN: 2192-8827

© 2002 MDW. Die Autoren behalten die vollen Urheberrechte ihrer Beiträge.

Inhalt

1. Aufgabenstellung.....	4
2. Veränderungen der Attraktivität im öffentlichen Personenverkehr.....	6
2.1 Struktur der Potentialmodelle.....	6
2.2 Modellergebnisse.....	11
3. Teilregionen als Planungsbasis.....	20
4. Analyse der Angebotselemente	22
4.1 Naturräumliches Angebot	22
4.2 Kulturräumliches Angebot.....	28
4.3 Veranstaltungen.....	35
4.4 Beherbergungs- und gastronomischer Sektor	41
4.5 Wasserbezogene Angebote	44
4.6 Stärken-Schwächen-Profil	54
5. Entwicklungskonzept für den Kurz- und Tagestourismus.....	60
5.1 Grundansatz	60
5.2 Maßnahmen für den gesamten Planungsraum	65
5.3 Maßnahmen im Bereich der touristischen Pfade	69
5.3.1 Jurapfad.....	69
5.3.2 Erlebnispfad	81
5.3.3 Römerpfad.....	86
Literatur.....	92

Tabellen

Tabelle 1: Distanzsensibilität im PKW-Ausflugsverkehr	9
Tabelle 2: Stärken- Schwächen- Profil der Kernzone des Naturpark Altmühltal.....	55

Karten

Karte 1: Potenzielle Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal: Anreise Sonntag im Individualverkehr.....	12
Karte 2: Potenzielle Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal: Anreise mit dem öffentlichen Personenverkehr am Sonntag Vormittag	14
Karte 3: Potenzielle Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal: Abreise mit dem öffentlichen Personenverkehr am Sonntag Abend.....	16
Karte 4: Veränderung des Erreichbarkeitspotenzials nach Realisierung des Ausbaus der Bahnstrecke München- Nürnberg: Anreise Sonntag Vormittag.....	17

Karte 5:	Veränderung des Erreichbarkeitspotenzials nach Realisierung des Ausbaus der Bahnstrecke München – Nürnberg: Anreise Sonntag Abend.....	19
Karte 6:	Aktionsräume der Touristen im Naturpark Altmühltal.....	21
Karte 7:	Sehenswürdigkeiten im Naturraum.....	23
Karte 8:	Sehenswürdigkeiten im Naturraum und Lehrpfade mit Naturthemen.....	25
Karte 9:	Sehenswürdigkeiten im Naturraum, Lehrpfade und Museen mit dem Thema „Jura“	27
Karte 10:	Bauwerke aus dem Mittelalter und aus der Römerzeit	29
Karte 11:	Bauwerke aus dem Mittelalter und aus der Römerzeit, Museen über die Römerzeit und entsprechende thematische Lehrpfade.....	32
Karte 12:	Museen und handwerkliche/technische Betriebe.....	34
Karte 13:	Veranstaltungsangebot nach Gemeinden.....	37
Karte 14:	Veranstaltungen in den Angebotsräumen	38
Karte 15:	Saisonale Verteilung der Veranstaltungen.....	40
Karte 16:	Bettenanzahl nach Gemeinden 1999 im Naturpark Altmühltal.....	42
Karte 17:	Bettenanzahl nach Sektoren und Gemeinden 1999 im Naturpark Altmühltal....	43
Karte 18:	Ausgewählte Gastronomie und Hotellerie im Naturpark Altmühltal	45
Karte 19:	Bootsverleihe im Naturpark Altmühltal: Bootstypen und Zahl der Boote	46
Karte 20:	Personenschiffahrt auf dem Main-Donaukanal: Schiffshalte an Sonntagen	48
Karte 21:	Personenschiffahrt auf dem Main-Donaukanal: Schiffshalte an Samstagen.....	49
Karte 22:	Personenschiffahrt auf dem Main-Donaukanal: Schiffshalte an Werktagen.....	50
Karte 23:	Personenschiffahrt auf dem Main-Donaukanal: Schiffshalte und maximale Zahl der Passagiere	52
Karte 24:	Flusskreuzfahrten auf dem Main-Donau-Kanal: durchschnittliches „Zeitfenster“ für Aktivitäten an Land	53
Karte 25:	Flusskreuzfahrten auf dem Main-Donau-Kanal: maximale Zahl der Passagiere.....	53

1. Aufgabenstellung

Der 1969 gegründete *Naturpark Altmühltal*, mit ca. 3000 km² Fläche der derzeit zweitgrößte Naturpark in Deutschland, hat sich bis heute zu einer der beliebtesten Urlaubsregionen in Süddeutschland entwickelt. Er erstreckt sich über fünf Regierungsbezirke, sieben Landkreise und zwei kreisfreie Städte und verfügt über ein vorbildliches Radwegenetz (800 km) und Wanderwegenetz (3.000 km). Neben Radfahren und Wandern zählen Bootstouren auf der Altmühl, die Schifffahrt auf dem Main-Donau-Kanal sowie die Besichtigung der Zeugnisse aus der Römerzeit und die einmaligen fossilen Schätze aus den Jurasteinbrüchen zu seinen besonderen Attraktionen. Mit diesem Angebotsspektrum erzielt die Region jährlich etwa 2,2 Mio. Übernachtungen. Besonders in der jüngeren Vergangenheit profilierte sie sich aber auch als bedeutendes Ziel für Tagesausflüge. Ihre Zahl beläuft sich derzeit auf ca. 7,2 Mio. im Jahr. Die wirtschaftlichen Erträge dieser Tagesgäste (ca. 117 Mio. € jährlicher Bruttoumsatz) haben längst die Einnahmen aus dem Übernachtungstourismus (ca. 105 Mio. €) übertroffen (DWIF, 1995).

Daher stellen die *Tagesgäste und die Kurzurlauber*, nicht nur aus den benachbarten großen Agglomerationen, sondern aus dem gesamten süddeutschen Raum, heute die wichtigsten Zielgruppen für das Marketing des Naturparks dar. Allerdings wird dieses Klientel auch immer mehr von einer Vielzahl konkurrierender Regionen, besonders im alpinen Bereich, im Alpenvorland und in den Mittelgebirgen umworben, welche ebenfalls die Hauptaktivitäten Radfahren und Wandern anbieten, zum Teil im beeindruckenden landschaftlichen Ambiente. Um seine touristische Position zu bewahren und auszubauen, ist es erforderlich, dass der Naturpark seine Angebotsstruktur so differenziert und spezifiziert, dass wenigstens teilweise eine „*Unique Selling Position*“ erreicht werden kann. Dazu bestehen – wie im folgenden gezeigt wird – durchaus erfolgversprechende Ansätze. Wegen seiner Größe und der beschränkten Aktionsradien von Kurzurlaubern und Tagesgästen ist allerdings eine, wenigstens ansatzweise *Spezialisierung von Teilregionen* erforderlich.

Als nicht zu unterschätzender Vorteil gegenüber den Konkurrenzregionen wird der Naturpark in absehbarer Zeit über außerordentlich *günstige Erreichbarkeitsbedingungen im öffentlichen Personenverkehr* verfügen: Im Rahmen des Ausbaus der Hochgeschwindigkeitsstrecke München – Nürnberg wird im Kern des Altmühltals der neue Bahnhof Kinding entstehen. Zwar

ist hier natürlich nicht der Halt von Hochgeschwindigkeitszügen vorgesehen, aber sehr wohl von Regionalzügen, welche die rasche Verbindung zu den wichtigsten Wohnstandorten der Kurzurlauber und Tagesausflügler herstellen. Mit einem solchen Bahnangebot (unter Umständen auch im „Package“ mit Übernachtung, Gastronomie, Veranstaltungen etc.) wird es vermutlich gelingen, Nachfragergruppen anzuziehen, die den am Wochenende besonders überfüllten Autobahnen und Bundesstraßen ausweichen wollen.

Die Ausrichtung auf die Kurzurlauber und Tagesbesucher, die Teilspezialisierung in Richtung auf eine „Unique Selling Position“ und die Berücksichtigung der neuen Möglichkeiten im öffentlichen Personenverkehr sind die wesentlichen Kriterien der vorliegenden Projektstudie. In ihrem Rahmen wird zunächst versucht, die *Veränderungen in den Nachfragestrukturen* abzuschätzen, welche sich aufgrund der neuen Erreichbarkeitsverhältnisse ergeben. Dazu dienen Potentialmodelle als regionalwissenschaftliche Standardverfahren.

Bezogen auf eine Untergliederung des Naturparkgebietes in *Teilregionen*, die an den Aktionsräumen der Gäste orientiert sind, werden im folgenden die *wichtigen Angebotselemente* (Naturraum, Kulturräum, Veranstaltungen, Beherbergungs- und gastronomischer Sektor, wasserbezogene Angebote) erfasst und analysiert. So ergibt sich schließlich ein *Stärken-Schwächen-Profil* für die verschiedenen Teilbereiche.

Dieses bildet den Ausgangspunkt für das *Entwicklungskonzept*. In dessen Rahmen werden zunächst die *grundlegenden Vorstellungen* zur Aufwertung der Angebotsstrukturen und zur Nutzung der zukünftigen Erreichbarkeitsvorteile skizziert. Sodann kommen *allgemeine Vorschläge und Maßnahmen* zur Darstellung, die sich auf die Beseitigung von Defiziten beziehen, welche mehr oder minder den gesamten Planungsraum betreffen. Schließlich werden die *Gestaltungsvorschläge und die Marketingstrategien für die verschiedenen Teilregionen* zur Diskussion gestellt.

2. Veränderungen der Attraktivität im öffentlichen Personenverkehr

2.1 Struktur der Potentialmodelle

In der Regionalwissenschaft werden zur Abbildung von Veränderungen in den Nachfragerstrukturen etwa nach Arbeitsplätzen oder von Dienstleistungseinrichtungen (auch im touristischen Bereich), welche sich aufgrund geänderter Verkehrsbedingungen ergeben, zwei alternative Modellansätze verwendet:

- Für räumliche Verflechtungsmuster, die im Zeitablauf relativ gleich bleiben und sich nach dem Aus- oder Umbau von Verkehrssystemen relativ rasch wieder auf mehr oder minder stabile Strukturen einstellen (also z. B. für „Pendlerströme“ oder für den zentralörtlichen Versorgungsverkehr), verwendet man sog. „*Interaktionsmodelle*“. Als Output dieser Modelle ergeben sich Interaktionswahrscheinlichkeiten. Diese hängen von den sog. „Attraktivitätsfunktionen“ und den sog. „Widerstandsfunktionen“ bzw. ihren Parametern ab. Im ersten Fall werden die „*Interaktionsanreize*“ erfasst (etwa attraktive Arbeitsplätze oder gute Einkaufsmöglichkeiten), im zweiten Fall die zum Erreichen der jeweiligen Zielstandorte und zur Nutzung der dort lokalisierten „Gelegenheiten“ (Arbeitsplätze, Geschäfte etc.) notwendigen „*Interaktionsaufwände*“ (Zeit, Kosten, eventuell auch Unbequemlichkeiten während der Fahrt). Über eigene Kalibrierungsverfahren werden die Parameter dieser beiden Modellfunktionen geschätzt; wobei das beobachtete und statistisch erfasste gegenwärtige Interaktionsverhalten der betrachteten Nachfragergruppen zugrunde liegt. Für die Prognose zukünftiger Interaktionen werden im Interaktionsmodell die geänderten Verkehrsbedingungen (etwa durch den Ausbau des ÖV-Netzes) berücksichtigt, eventuell auch zukünftige Angebotsstrukturen (etwa neu errichtete Geschäftszentren). Aus dem Modell ergeben sich dann neue (zukünftige) Interaktionswahrscheinlichkeiten, mit denen sich, unter Bezugnahme auf Annahmen über die erwarteten Nachfragerzahlen, die prognostizierten Interaktionsströme errechnen lassen. Die Methode ist sehr aufwendig und vor allem nur dann praktikierbar, wenn man das gegenwärtige Interaktionsverhalten relativ genau kennt.
- Für räumliche Beziehungen, die eher durch instabile Interaktionsmuster gekennzeichnet sind und von sich rasch verändernden Marktbedingungen bzw. Präferenzmustern der

Nachfrager abhängen, kommen zumeist die sog. „*Potentialmodelle*“ zur Anwendung. Im Gegensatz zu den Interaktionsmodellen (wo man auf der Basis von Wahrscheinlichkeiten die zukünftigen Verkehrsströme zwischen den Quell- und den Zielorten möglichst genau erfassen will) werden hier die Interaktionen nicht „fix“ prognostiziert, sondern auch alle – nach bestimmten Einschränkungen – *alternativ möglichen Interaktionen* berücksichtigt. Jede Interaktion startet von ihrem Quellort in „alle Richtungen“, und die entsprechende Nachfrage wird allen nach den Randbedingungen alternativ möglichen Zielstandorten mit entsprechenden Angeboten zugeordnet. Für diese ergibt sich dann ein entsprechendes *Nachfragepotential*, das nicht eine zu erwartende konkrete Nachfragerzahl bemisst, sondern das *Ausmaß der Nachfragechancen*. Für seine Berechnung sind wesentlich weniger Inputvariablen notwendig, die sich auf das Verhalten der Nachfrager oder auf die Attraktivität der Zielstandorte beziehen.

Im vorliegenden Anwendungsfall für den Naturpark Altmühltal erweist sich die Verwendung des *Potentialansatzes* als die adäquate Methode. Zum einen sind die Interaktionsmuster im Tagesausflugs- und Kurzurlaubsverkehr sehr differenziert und bleiben über längere Zeiträume keinesfalls so konstant, wie dies etwa bei den Berufspendlern oder bei den Kunden im regelmäßigen Einkaufs- und Dienstleistungsverkehr der Fall ist. Zum anderen stehen die für die Kalibrierung der „Attraktivitäts-“ und „Widerstandsfunktionen“ von Interaktionsmodellen erforderlichen Daten über die entsprechenden gegenwärtigen Verhaltensmuster nicht zur Verfügung.

Daher wurde für die Abschätzung der Nachfragerstrukturen und ihrer zu erwartenden Veränderungen das Potentialmodell verwendet, und zwar in der folgenden Form:

$$P_i = \sum_{j=1}^n \frac{N_j}{f^k(d_{ij}^k)}$$

P_i = Nachfragepotential für den Standort i (Gemeinde, unter Umständen Gemeindeteil);
im Naturpark Altmühltal = Zahl der potentiellen (nach den Verhaltensannahmen möglichen) Nachfrager nach Ausflügen und Kurzurlauben, welche das Verkehrsmittel k benutzen (aber prinzipiell auch für andere, außerhalb des Naturparks gelegene Ausflugsziele bzw. Standorte in Frage kommen)

- N_j = Zahl der Nachfrager nach Ausflügen und Kurzurlaube n aus den Quell-(Wohn-) Standorten j , welche das Verkehrsmittel k benutzen
- d_{ij}^k = Fahrzeiten (auf kürzesten Wegen) zwischen Quell-(Wohn-)Standorten j und den Zielstandorten i im Naturpark Altmühlta l unter Benutzung des Verkehrsmittels k
- $f^k(d_{ij}^k)$: Widerstandsfunktion, welche die (mit steigender Fahrzeit/Distanz abnehmende) Bereitschaft der Nachfrager, die das Verkehrsmittel k benutzen, für Interaktionen im Ausflugs- und Kurzurlaubsverkehr bemisst.

Den nach dieser Grundstruktur berechneten Nachfragepotentialen für den Naturpark Altmühlta l liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

- 1) Als *Nachfragestandorte* gelten die großen Agglomerationen im weiteren Einzugsgebiet, von denen aus der Naturpark sowohl für den Kurzurlaubs- als auch für den (Tages-)Ausflugsverkehr innerhalb noch akzeptabler Distanzen sowohl im Öffentlichen Verkehr (ÖV) als auch im Individualverkehr (IV) zu erreichen ist: Es handelt sich um München, Augsburg, Nürnberg und Regensburg mit ihren unmittelbaren Umlandsgemeinden sowie natürlich um Ingolstadt mit seinen Nachbargemeinden. Zielstandorte sind die Gemeinden im Naturpark Altmühlta l.
- 2) Von der Gesamtbevölkerung dieser vier großen Quell-(Wohn-)Standorte (j) gelten jeweils 85 Prozent als *prinzipielle Nachfrager* nach (Tages-)Ausflügen oder Kurzurlaube n, davon benutzen 10 Prozent die Systeme des ÖV und die restlichen 90 Prozent den IV (DWIF, 1995). Somit gehen jeweils 10 Prozent der „Freizeitbevölkerung“ der vier Quellregionen in das auf den ÖV bezogene Potentialmodell als Nachfrager ein und 90 Prozent in das IV-Modell.
- 3) Die *Widerstandsfunktion* – $f(d_{ij})$ – wurde aus den Ergebnissen einer Untersuchung zum Freizeitverkehr (DWIF, 1995) abgeleitet. Als Basis diente eine auf den *PKW-Ausflugsverkehr* bezogene Analyse der Fahrweiten. Tabelle 1 zeigt den prozentualen Anteil der Münchner PKW-Ausflügler, die dazu bereit sind, für ihre Interaktionen bestimmte Fahrweiten in Kauf zu nehmen: So sind praktisch fast alle Nachfrager bereit, Distanzen bis zu 25 km zu absolvieren, während im Vergleich dazu nur etwas mehr als ein Viertel 100-150 km zurücklegt. Nach diesen Verhaltensmerkmalen kann man das „Ausgangs-

potential“ der Ausflügler im PKW-Verkehr (90 Prozent von 85 Prozent der Gesamtbevölkerung der Quellregionen) je nach der Distanz zum Ausflugsziel entsprechend reduzieren. Das Gesamtpotential eines Nachfragestandortes (= Gemeinden im Naturpark Altmühltal) resultiert dann aus der Summe der reduzierten „Ausgangspotentiale“ für die fünf großen Quellregionen (siehe die Potentialformel).

Tabelle 1: Distanzsensibilität im PKW-Ausflugsverkehr (nach DWIF, 1995)

Zurückgelegte Strecke in Kilometer	Prozentanteil der Tagesausflüge im PKW (kumuliert)
6 – 25	100
26 – 50	73,2
51 – 75	51,1
76 – 100	37,2
101 – 150	25,6
151 – 200	15,2
201 – 300	9,4
> 300	3,6

- 4) Leider standen für den *ÖV-Ausflugsverkehr* (Bahn oder Bahn + Bus) keine derartigen Untersuchungsergebnisse zur Verfügung. Daher wurde von der Überlegung ausgegangen, dass IV- und ÖV-Benutzer in der Regel zwar unterschiedliche Distanzen zurücklegen, aber doch *ähnlich zeitsensibel* sind. Das heißt, es besteht die annähernd gleiche Bereitschaft, vom gesamten, für den Tagesausflug (für den Kurzurlaub) zur Verfügung stehenden Zeitbudget einen gewissen Anteil für die An- und Abreise zu nutzen. Allerdings können die PKW-Benutzer mit ihrer – trotz Stau- und Verkehrsbehinderungen – oft noch deutlich höheren Fahrgeschwindigkeit und der viel größeren Flexibilität des Automobils (kein Fahrplan, oft direkte Zufahrt zum Ziel) in der akzeptierten Zeitspanne meist größere Entfernungen zurücklegen, als dies für die ÖV-Kunden möglich ist. Um aus der Zeitsensibilität der IV-Nutzer auf die Sensibilität der ÖV-Kunden zu schließen, wurden die Distanzen aus Tabelle 1 in Fahrzeiten umgerechnet, und zwar unter Annahme einer durchschnittlichen PKW-Fahrgeschwindigkeit von 65 – 70 km/Stunde. Die so aus den Distanz-

schwellen abgeleiteten Zeitschwellen bildeten dann auch die Basis für die ÖV-Widerstandsfunktion, d. h. für die Verringerung der „Ausgangspotentiale“ der Nutzer von Bahn (und Bus) in den vier Quellregionen (10 Prozent von 85 Prozent der Gesamtbevölkerung): Für jeden Zielstandort (Gemeinden; Teile davon) im Naturpark ergab sich aus dem Fahraufwand von einer der Quellregionen die Zuordnung zu einer entsprechenden Zeitschwelle und damit der Prozentsatz zur Reduktion des entsprechenden „Ausgangspotentials“. Der Fahraufwand wurde anhand der Fahr-, Warte- und Umsteigezeiten im ÖV nach dem Fahrplan für den betrachteten Wochentag bzw. die untersuchte Tageszeit sowie nach angenommenen zusätzlichen Anfahrzeiten (Bus, Straßenbahn) von den Wohnungen zu den Abfahrtsbahnhöfen berechnet. Die fünf reduzierten „Ausgangspotentiale“ (München, Augsburg, Nürnberg, Regensburg, Ingolstadt) konnten dann zum gesamten ÖV-Nachfragepotential des betrachteten Standortes im Naturpark aufsummiert werden (siehe Potentialformel).

- 5) Auf diese Art und Weise ergaben sich die *Nachfragepotentiale für den Ist-Zustand*, und zwar die *potentiellen Tagesbesucher, die am Sonntag im IV anreisen* (Karte 1) sowie die entsprechenden *potentiellen Tagesbesucher, die Sonntag vormittags mit dem ÖV anreisen* (Karte 2) bzw. *Sonntag abends mit dem ÖV wieder heimreisen* (Karte 3).
- 6) Da der Prognosezeitpunkt (2003) nicht sehr weit entfernt liegt, bleiben für die *zukünftigen Nachfragepotentiale* (nach Ausbau der Bahnstrecke München – Nürnberg) die Zahlen der Nachfrager in den vier Quellregionen unverändert. Weil man auch davon ausgehen kann, dass sich das Straßennetz nicht nennenswert verändern wird, ist es auch nicht notwendig, ein eigenes zukünftiges IV-Nachfragepotential zu berechnen. Man kann annehmen, dass die in Karte 1 abgebildeten Relationen auch noch in der nahen Zukunft gelten.
- 7) Hingegen verkürzen sich für den Prognosezeitpunkt die Fahrzeiten im ÖV sehr einschneidend, vor allem aus den Richtungen München und Nürnberg. Es wird davon ausgegangen, dass die Ausflugs- und Kurzurlaubsgäste aus Richtung München zunächst mit der Hochgeschwindigkeitsbahn (HGB) bis Ingolstadt reisen und von hier aus entweder mit den für den Verkehr auf HGB-Strecken geeigneten Spezialzügen zum neuen Bahnhof Kinding im Altmühltal weiterfahren (direkte Umsteigemöglichkeit) oder mit der Regionalbahn Richtung Treuchtlingen (ebenfalls ohne wesentliche Wartezeit). In Kinding bzw. an allen Bahnhofshaltestellen, die bereits derzeit über einen Busanschluss („Alt-

mühltaler Freizeitbus“ u. a.) verfügen, besteht die Möglichkeit zur relativ sofortigen Weiterfahrt im Linienbusverkehr. Aus dem Raum Nürnberg kann man entweder mit dem Spezialzug Kinding oder mit der Hochgeschwindigkeitsbahn Ingolstadt erreichen und hat hier ebenfalls die genannten Anschlüsse. Auf der Basis der verkürzten Fahrzeiten ergeben sich die *Nachfragepotentiale für den Prognosezustand*, und zwar die *potentiellen Tagesbesucher, die Sonntag vormittags mit dem ÖV anreisen* (Karte 4) bzw. *Sonntag abends mit dem ÖV heimreisen* (Karte 5). In beiden Karten sind – durch zusätzliche Strichraster – auch die *Veränderungen der Potentiale* gegenüber dem Ist-Zustand angegeben, welche sich auf den Bahnausbau zurückführen lassen.

2.2 Modellergebnisse

Betrachtet man zunächst die *Ergebnisse für den Ist-Zustand*, so zeigt ein Vergleich der Karte 1 (IV-Potentiale) mit den Karten 2 und 3 (ÖV-Potentiale) signifikante Unterschiede in der Ausprägung der Nachfragepotentiale, die sich zurückführen lassen: 1) auf die schon angesprochenen Unterschiede im „Modal Split“, d. h. in den Präferenzen der Nachfrager für das IV- (90 Prozent) oder das ÖV-System (10 Prozent) sowie 2) auf die Differenzen in den Reisegeschwindigkeiten und 3) auf die unterschiedlichen Netzstrukturen:

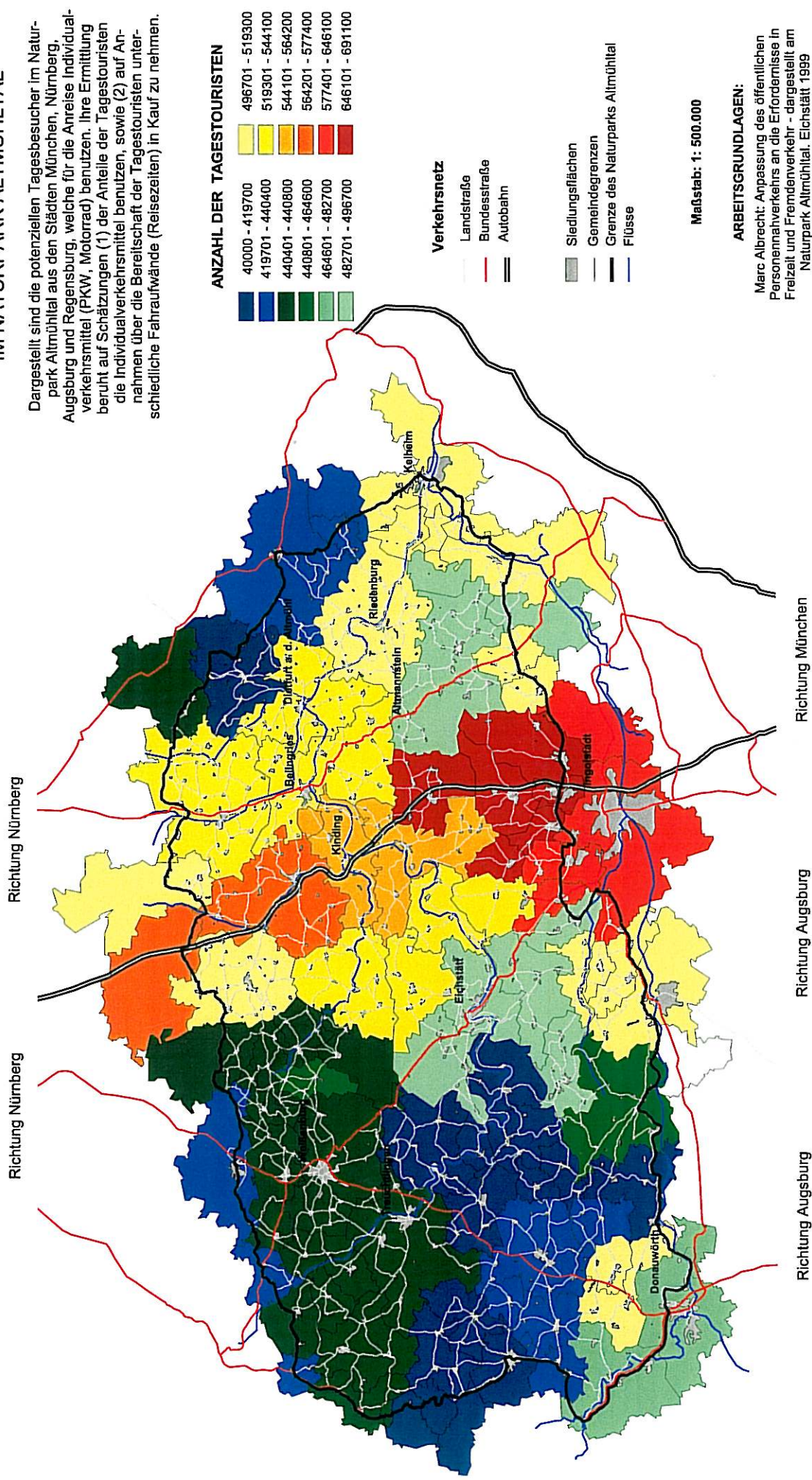
- Natürlich wird in Karte 1 *Nachfragepotential für den Tagesausflugsverkehr im IV* die besondere Verkehrsgunst im unmittelbaren Einzugsbereich der Autobahn (A9) besonders deutlich. Die allerhöchsten Potentialwerte (mit über 577.000 hypothetischen Nachfragern) erreicht die Zone von Ingolstadt mit seinen Umlandgemeinden, die sich nach Norden über Kösching und Stammham bis in den Raum der Abfahrt von Denkendorf erstreckt, also – soweit es den Naturpark betrifft – nicht unbedingt die attraktivsten Angebotsstandorte umfasst. Im Norden, unmittelbar an den Abfahrten von Greding und Allersberg (schon nahe Nürnberg), liegt das Potential zwischen 564.000 und 577.000 und auch im Zwischenbereich – im Altmühltal bei der Abfahrt nach Kinding – wird noch ein Potential von über 544.000 erreicht. Von dieser zentralen Gunstzone fällt das Erreichbarkeitspotential nach Westen und Osten hin deutlich ab, wobei aber das östliche Altmühltal mit dem Main-Donau-Kanal noch in der relativen Gunstzone von ca. 500.000 bis ca. 544.000 verbleibt, bedingt vor allem durch die Nähe zu den potentiellen Nachfragern aus Regensburg. Dies

Karte 1: POTENZIELLE TAGESBESUCHER IM NATURPARK ALTMÜHLTAL: ANREISE SONNTAG IM INDIVIDUALVERKEHR

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind die potenziellen Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal aus den Städten München, Nürnberg, Augsburg und Regensburg, welche für die Anreise Individualverkehrsmittel (PKW, Motorrad) benutzen. Ihre Ermittlung beruht auf Schätzungen (1) der Anteile der Tagestouristen die Individualverkehrsmittel benutzen, sowie (2) auf Annahmen über die Bereitschaft der Tagestouristen unterschiedliche Fahraufwände (Reisezeiten) in Kauf zu nehmen.



gilt auch für das Donautal südwestlich von Kelheim. Das westliche Altmühltal hat demgegenüber ein deutlich geringeres IV-Potential aufzuweisen: Es liegt im Raum von Eichstätt bei ca. 490.000, fällt dann zwischen Pappenheim und Dollnstein auf unter 420.000 ab und erreicht im Raum der Fränkischen Seen wieder etwas höhere Werte um ca. 440.000. Karte 1 zeigt, dass ähnliche, etwas ungünstigere Relationen für den gesamten Westflügel des Naturparks Altmühltal gelten, während dies im östlichen Bereich nur für wenige, abseitigere Gemeinden (etwa Breitenbrunn oder Hemau) an den Grenzen zu den Landkreisen Regensburg und Neumarkt/Oberpfalz zutrifft. Daher werden die – nach dem Erreichbarkeitspotential für Tagesbesucher im IV – günstigeren Bedingungen der Osthälfte des Naturparks recht deutlich. Vergleicht man allerdings auch diese relativ ungünstigeren Werte mit dem Nachfragepotential für die Ausflugsgäste, die mit der Bahn anreisen (Karte 2), so ist die Dominanz des Individualverkehrs zu erkennen: Der (obere) Schwellenwert der Stufe für die ungünstigeren IV-Potentiale (ca. 420.000) ist immer noch sechseinhalb mal höher als der (obere) Schwellenwert der Stufe mit dem höchsten Potential der Bahnbesucher, das aber – im Ist-Zustand – überhaupt nur für den Raum Ingolstadt zutrifft. Nach den durchschnittlichen Ausflugshäufigkeiten und Distanzsensibilitäten der Haushalte, welche in ihrer Freizeit den PKW benutzen, ist also im Naturpark Altmühltal ein nicht unbeträchtliches Nachfragepotential vorhanden. Allerdings steht die Region in starker Konkurrenz mit Zielgebieten in den Alpen und im Alpenvorland (als bevorzugte Ausflugsbereiche der Münchner und Augsburger Bevölkerung) oder im Bayerischen Wald (als Ausflugsgebiete der Nachfrager aus Nürnberg und Regensburg). Um in dieser Konkurrenz zu bestehen – und um die Potentiale zu realisieren – müssen den Gästen entsprechend attraktive Angebote und Erlebnisse geboten werden.

- Karte 2 enthält die Ausprägung der *Nachfragepotentiale für den Tagesausflugsverkehr im ÖV (Sonntag vormittags)*. Hier wird zunächst deutlich, dass große Teile des Naturparks Altmühltal am Wochenende im öffentlichen Verkehr überhaupt nicht zu erreichen sind: Die Bahn und die angeschlossenen Buslinien ermöglichen nur die Fahrt zu den meisten Standorten im Altmühltal und erschließen darüber hinaus – allerdings nur sehr schlecht – den größeren Teil des Gebietes nördlich von Ingolstadt (etwa die Gebiete Kipfenberg – Beilngries und Altmannstein – Riedenburg), der sich zumeist durch besonders günstige IV-Potentiale auszeichnet. Darüber hinaus sind nur einige Gemeinden an der Bahnlinie Donauwörth – Treuchtlingen – Weißenburg – Nürnberg erreichbar.

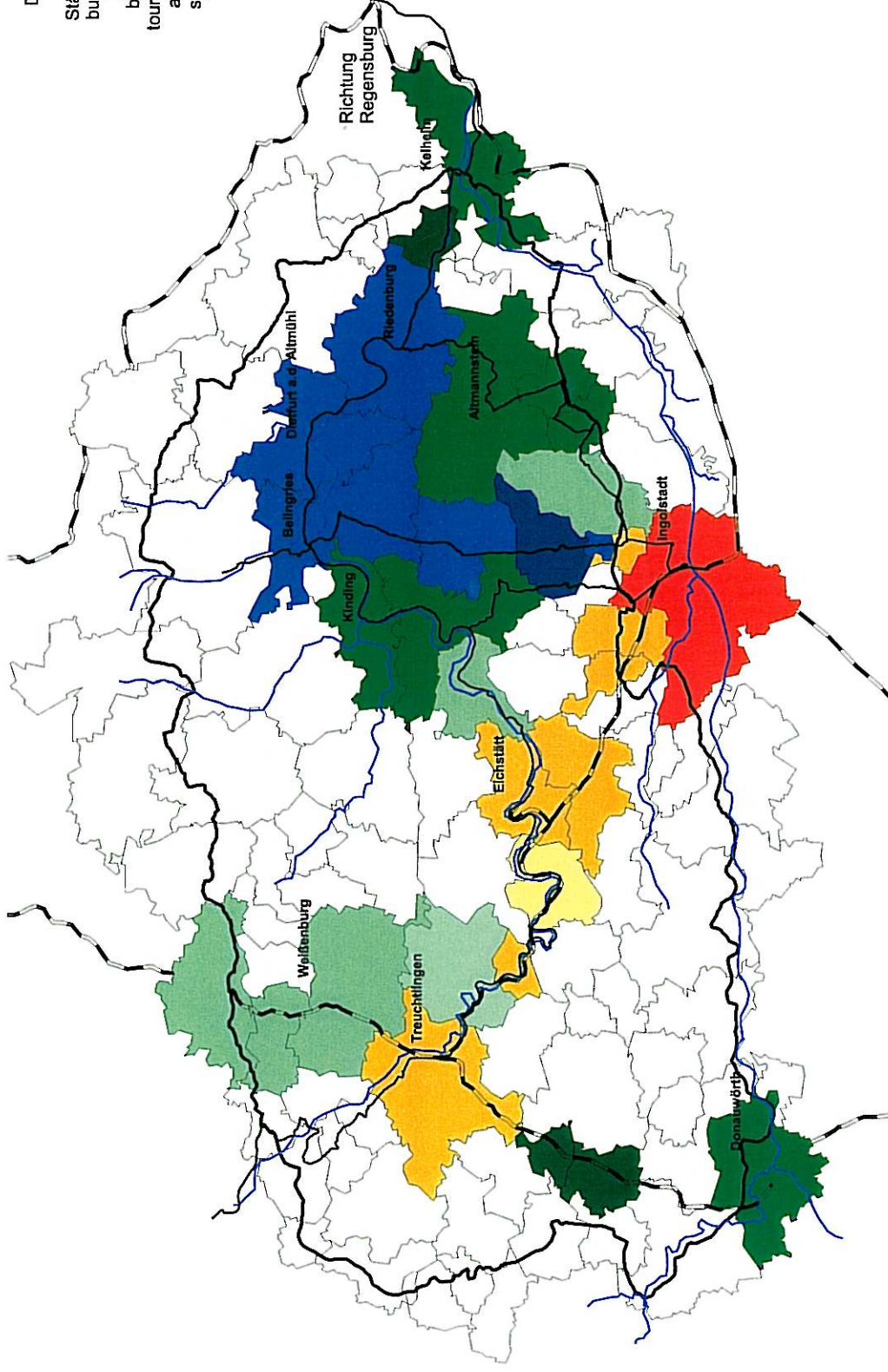
Karte 2: POTENZIELLE TAGESBESUCHER IM NATURPARK ALTMÜHLTAL: ANREISE MIT DEM ÖFFENTLICHEN PERSONENVERKEHR AM SONNTAG VORMITTAG

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

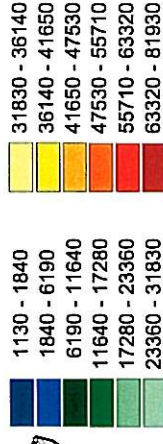
Dargestellt ist die Anzahl der potenziellen Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal aus den Städten München, Nürnberg, Augsburg und Regensburg, welche am Sonntag Vormittag den öffentlichen Personennahverkehr benutzen. Ihre Ermittlung beruht auf Schätzungen (1) der Anteile der Tages-
touristen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, an der Gesamtbevölkerung der genannten Städte sowie (2) auf Annahmen über die Bereitschaft der Tagestouristen unterschiedliche Fahraufwände (Reisezeiten) in Kauf zu nehmen.

Richtung Nürnberg

Richtung Nürnberg



ANZAHL DER TAGESTOURISTEN



Gemeinden, die im öffentlichen Verkehr
(Sonntag Vormittag) nicht zu erreichen sind.

ÖPNV-Netz (Sonntag)

— Bahnlinien — Buslinien

— Gemeindegrenzen

— Grenze des Naturparks Altmühltal

— Flüsse

Maßstab: 1: 500.000

ARBEITSGRUNDLAGEN:

Marc Albrecht: Anpassung des öffentlichen Personennahverkehrs an die Erfordernisse in Freizeit und Fremdenverkehr - dargestellt am Naturpark Altmühltal. Eichstätt 1999

BEARBEITER:

Goeke Pascal, Kober Heike, Zorn Andrea

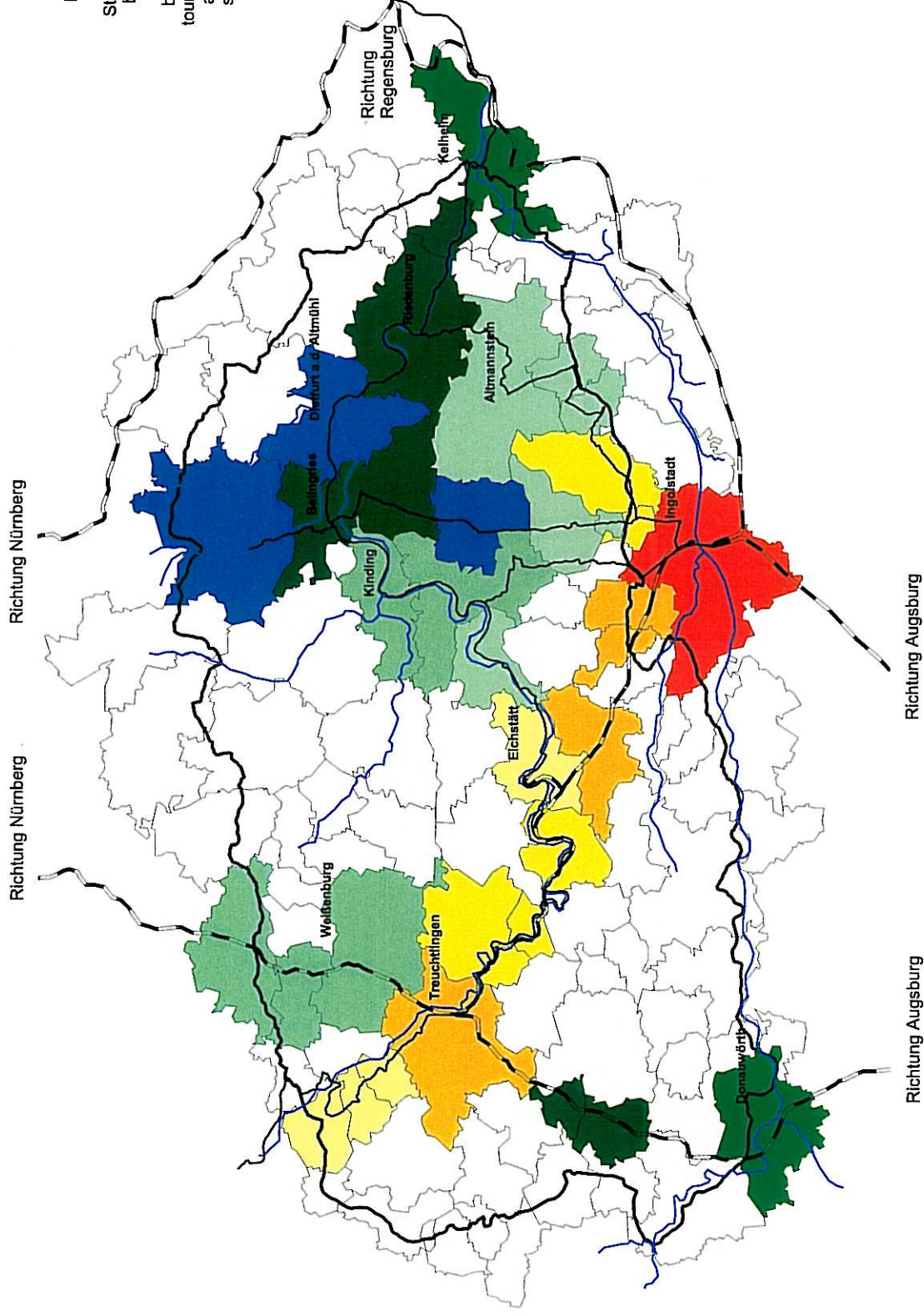
Im Gegensatz zum Straßennetz erstreckt sich die Gunstzone bezüglich des ÖV-Nachfragepotentials von Ingolstadt aus nach Nordwesten entlang der Bahnlinie zum Knoten Treuchtlingen, wobei die Bahnstationen im westlichen Altmühltal zwischen Eichstätt und Treuchtlingen Potentiale von zumeist zwischen ca. 47.000 und ca. 32.000 erreichen, also etwa ein Zehntel und weniger als ihre IV-Werte. Für das östliche Altmühltal zwischen Beilngries und Riedenburg, das mit seinem südlichen Hinterland zu den (überhaupt erschlossenen) Regionen mit den geringsten ÖV-Potentialen zählt, ergeben sich nur Potentialwerte von ca. 4.000-5.000, also weniger als ein Achtzigstel ihrer potentiellen Nachfragerzahlen im IV. Vergleicht man Karte 2 (*Anreise der potentiellen Tagesbesucher Sonntag vormittags*) mit Karte 3 (*Abreise Sonntag abends*), so sind nur geringe Unterschiede zu erkennen: So ist nun auch etwa Greding – schlecht – erreichbar, wogegen sich die Zugänglichkeit im östlichen Altmühltal marginal verbessert. Insgesamt zeigt der Vergleich mit dem IV-Potential sehr deutlich, wie außerordentlich ungünstig sich die Nachfragesituation von ÖV-Benutzern derzeit gestaltet, abgesehen höchstens von einigen Standorten im westlichen Altmühltal, deren IV- und ÖV-Potentiale wenigstens etwa in der „normalen“ Relation (1 zu 9) des Modal Splits der Tagesausflügler stehen.

- Die Ergebnisse der Simulation kommen zunächst in der Karte 4 *Nachfragepotentiale für den Tagesausflugsverkehr im ÖV nach Realisierung des Ausbaus der Bahnstrecke München – Nürnberg, Anreise Sonntag vormittags* zur Darstellung. Da im Simulationsmodell nur die derzeit bestehenden Buslinien berücksichtigt sind, bleiben – wie im Ist-Zustand – auch in der Prognose die peripheren Teile des Naturparks weiterhin unversorgt. Für die versorgten Bereiche ergeben sich aber beträchtliche Unterschiede: So wird zunächst durch die neue Bahnstation in Kinding das *mittlere Altmühltal* entscheidend aufgewertet, das bisher (unter den überhaupt an das ÖV-System angeschlossenen Bereichen) am schlechtesten versorgt war: Nun liegen die neuen Werte für das Nachfragepotential zwischen Kipfenberg und Dietfurt zwischen ca. 47.000 bis 63.000, was – wie die Strichraster in Karte 4 zeigen – Aufwertungen von über 200 und manchmal von über 1.000 Prozent des Ist-Zustands entspricht. Aber auch die Gemeinden des *östlichen Altmühltals* sind von Potentialzuwächsen in ähnlichen Dimensionen betroffen, wobei noch Werte von ca. 35.000 potentiellen Nachfragern erreicht werden. Im *westlichen Altmühltal* liegt die Zahl der potentiellen Tagesausflügler im Simulationszustand ebenfalls deutlich höher, nämlich zwischen ca. 36.000 und 55.000. Da hier aber schon derzeit die günstigsten Erreichbarkeitsbedingungen im ÖV bestehen und durch die Erschließung mit der Regionalbahn ab

Karte 3: POTENZIELLE TAGESBESUCHER IM NATURPARK ALTMÜHLTAL: ABREISE MIT DEM ÖFFENTLICHEN PERSONENVERKEHR AM SONNTAG ABEND

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

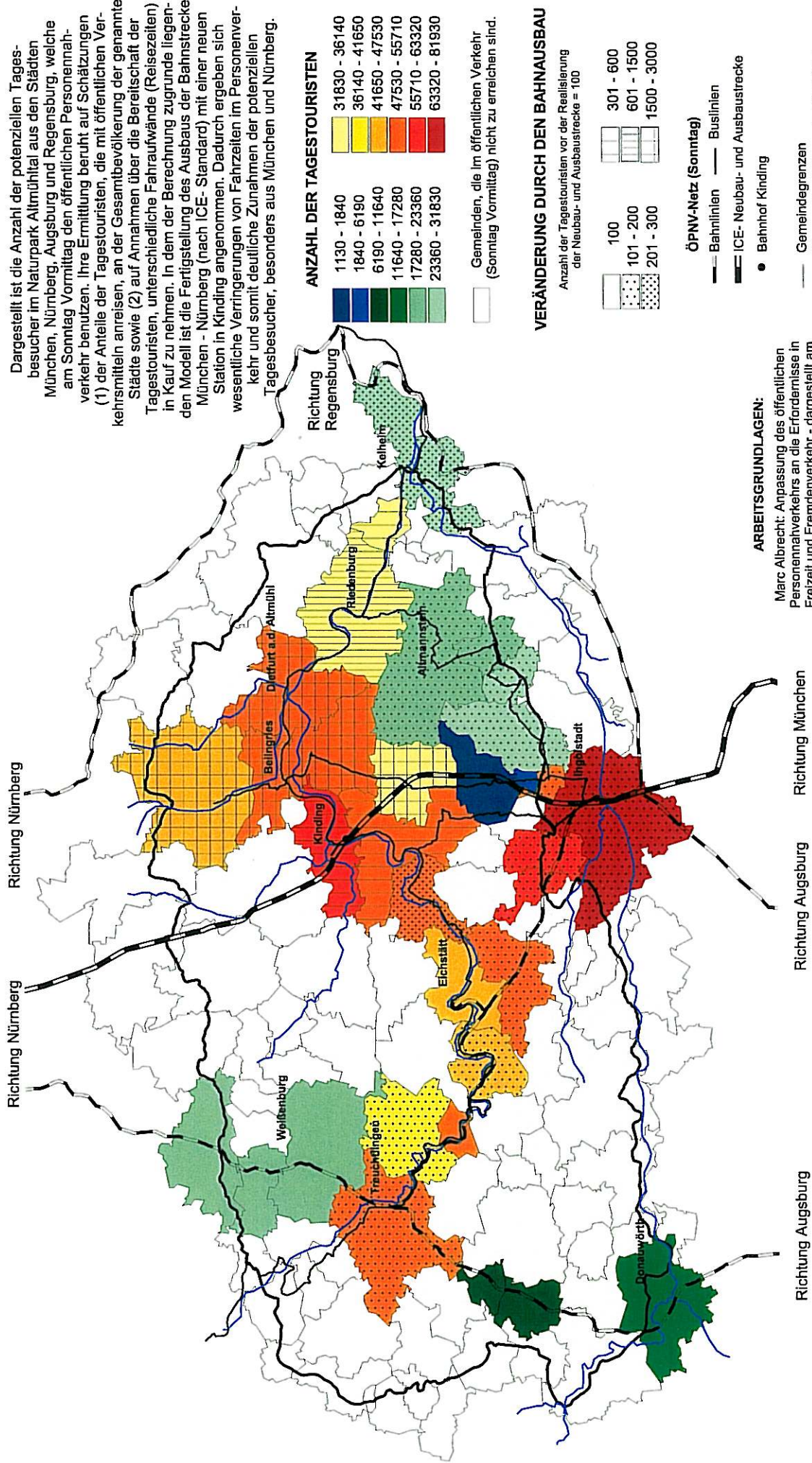
Dargestellt ist die Anzahl der potenziellen Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal aus den Städten München, Nürnberg, Augsburg und Regensburg, welche am Sonntag Abend den öffentlichen Personennahverkehr benutzen. Ihre Ermittlung beruht auf Schätzungen (1) des Anteils der Tages-touristen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, an der Gesamtbevölkerung der genannten Städte sowie (2) auf Annahmen über die Bereitschaft der Tages-touristen unterschiedliche Fahraufwände (Reisezeiten) in Kauf zu nehmen.



Karte 4: VERÄNDERUNG DES ERREICHBARKEITSPOTENZIALS NACH REALISIERUNG DES AUSBAUS DER BAHNSTRECKE MÜNCHEN - NÜRNBERG: ANREISE SONNTAG VORMITTAG

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die Anzahl der potenziellen Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal aus den Städten München, Nürnberg, Augsburg und Regensburg, welche am Sonntag Vormittag den öffentlichen Personennahverkehr benutzen. Ihre Ermittlung beruht auf Schätzungen (1) der Anteile der Tagestouristen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, an der Gesamtbevölkerung der genannten Städte sowie (2) auf Annahmen über die Bereitschaft der Tagestouristen, unterschiedliche Fahraufwände (Reisezeiten) in Kauf zu nehmen. In dem der Berechnung zugrunde liegenden Modell ist die Fertigstellung des Ausbaus der Bahnstrecke München - Nürnberg (nach ICE-Standard) mit einer neuen Station in Kinding angenommen. Dadurch ergeben sich wesentliche Verringerungen von Fahrzeiten im Personenverkehr und somit deutliche Zunahmen der potenziellen Tagesbesucher, besonders aus München und Nürnberg.



Ingolstadt wieder Erreichbarkeitsvorteile verloren gehen, kommt es höchstens zur Verbesserung um ca. 20 bis 30 Prozent. Dies gilt auch für die Teilregion zwischen Ingolstadt und Altmannstein mit Nachfragepotentialen zwischen ca. 17.000 und 33.000, wo die neuen Erreichbarkeitseffekte durch die immer noch langsamen Busverbindungen abgemindert werden. Insgesamt gesehen erhöhen sich durch die Inbetriebnahme der HGB-Strecke nicht nur die potentiellen Nachfragerzahlen nach Tagesausflügen in beträchtlichem Ausmaß, sondern es verändern sich auch die Relationen zu den potentiellen IV-Benutzern sehr deutlich: Dies gilt besonders für das mittlere Altmühltal, wo sich nun eine Verbesserung auf durchschnittlich 1:10 ergibt, während im östlichen Altmühltal das Verhältnis immerhin bei 1:14 liegt. Im westlichen Altmühltal verändert sich hingegen nicht so sehr viel: Vergleicht man wieder die Erreichbarkeitsbedingungen bezüglich der Anreise mit denen der Abreise – d. h. die Karte 4 mit der Karte 5 *Nachfragepotentiale für den Tagesausflugsverkehr im ÖV nach Realisierung des Ausbaus der Bahnstrecke München – Nürnberg, Abreise Sonntag abends* – so lässt sich erkennen, dass auch hier – wie beim Ist-Zustand – kaum Unterschiede bestehen, sieht man etwa von den besseren Verbindungen in den Raum um Altmannstein ab.

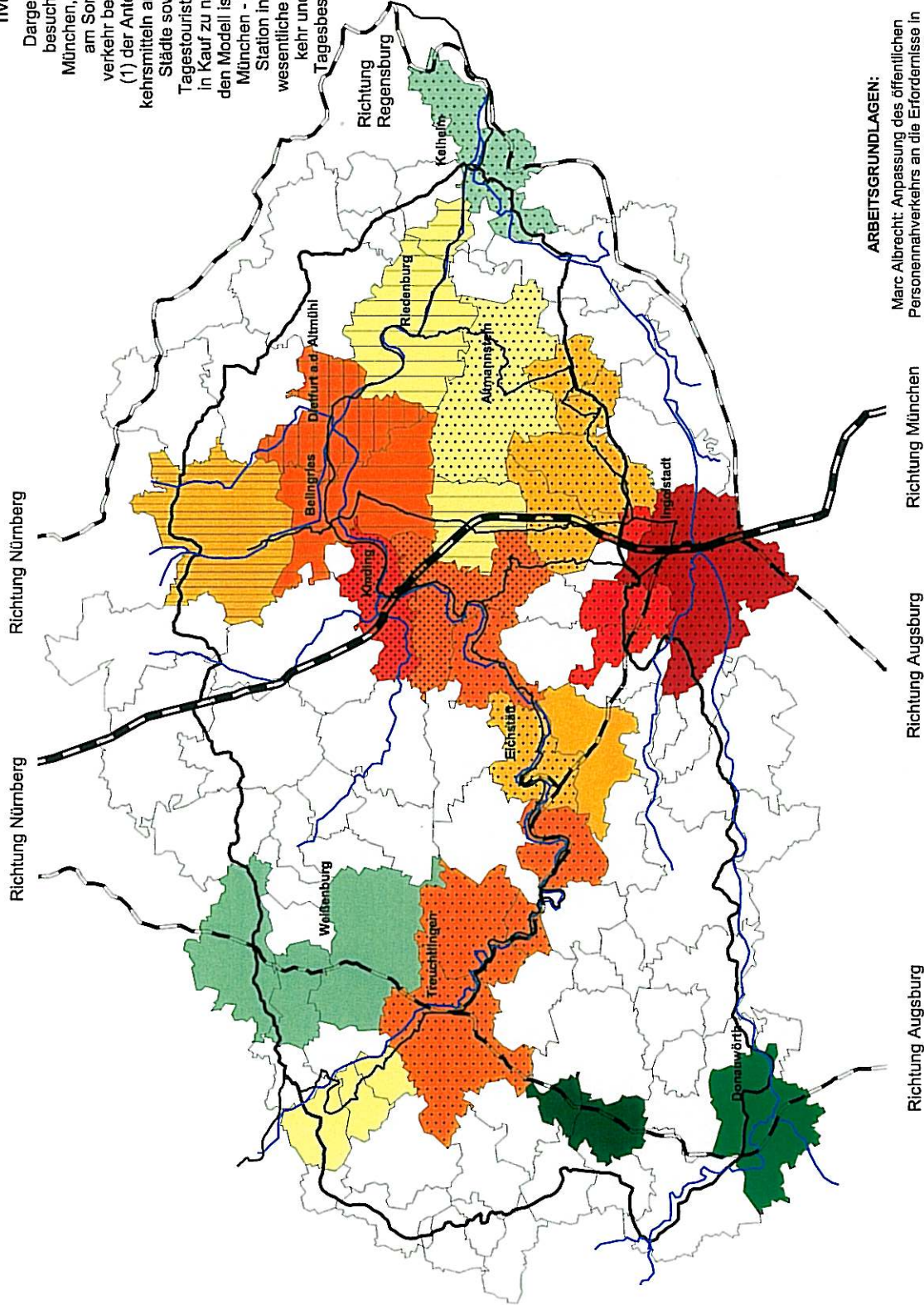
So zeigen die Ergebnisse der Potentialmodelle, dass mit der Fertigstellung der HGB-Strecke ein essentielles Erreichbarkeitsdefizit des Naturparks Altmühltal – besonders im mittleren und östlichen Talverlauf – nicht nur abgebaut wird. Vielmehr dürfte der neue Bahnanschluss neue und *wesentliche Vorteile* der Region begründen und zwar in zweifacher Hinsicht:

- Zum einen werden die Konkurrenzgebiete um die Tagesausflügler und Kurzurlauber der vier betrachteten größeren Agglomerationen derartige Erreichbarkeitsvorteile im ÖV nicht annähernd aufweisen können, so dass für den Naturpark die Chancen steigen, das dargestellte Potential an Nachfragern, die den ÖV nutzen, auch tatsächlich ausschöpfen zu können, unter der Voraussetzung, dass die Angebotsstrukturen für die Ausflügler (Kurzurlauber) einigermaßen attraktiv sind.
- Zum zweiten ist auch abzusehen, dass sich der Modal Split im Ausflugs- und Kurzurlauberverkehr am Wochenende immer mehr zugunsten des ÖV verschieben wird, da die Überlastungs- und Stauphänomene auf dem übergeordneten Straßennetz (das zukünftig auch nicht mehr wesentlich ausgebaut wird) weiterhin zunehmen (Erreichen der Vollmotorisierung, Ansteigen des Urlauber-Fernverkehrs auf den Haupttrouten u. a.).

Karte 5: VERÄNDERUNG DES ERREICHBARKEITSPOTENZIALS NACH DER REALISIERUNG DES AUSBAUS DER BAHNSTRECKE MÜNCHEN - NÜRNBERG: ABREISE SONNTAG ABEND

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die Anzahl der potenziellen Tagesbesucher im Naturpark Altmühltal aus den Städten München, Nürnberg, Augsburg und Regensburg, welche am Sonntag Abend den öffentlichen Personennahverkehr benutzen. Ihre Ermittlung beruht auf Schätzungen (1) der Anteile der Tagestouristen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, an der Gesamtbevölkerung der genannten Städte sowie (2) auf Annahmen über die Bereitschaft der Tagestouristen, unterschiedliche Fahraufwände (Reisezeiten) in Kauf zu nehmen. In dem der Berechnung zugrunde liegenden Modell ist die Fertigstellung des Ausbaus der Bahnstrecke München - Nürnberg (nach ICE- Standard) mit einer neuen Station in Kinding angenommen. Dadurch ergeben sich wesentliche Verringerungen von Fahrzeiten im Personenverkehr und somit deutliche Zunahmen der potenziellen Tagesbesucher, besonders aus München und Nürnberg.



Für die Tourismusplanung muss es also darum gehen, die Nachfragepotentiale zu nutzen, welche schon unter der Annahme des derzeitigen Verkehrsverhaltens der Ausflugsgäste stark zunehmen werden und wegen der absehbaren Änderung des Verkehrsverhaltens bei attraktiven ÖV-Angeboten noch weiter steigen könnten. Darauf sind die Angebote der Region auszurichten, wobei man – unter der Dachmarke „Naturpark Altmühltal“ – eine Strukturierung in *teilweise „spezialisierte“ Teilbereiche* vorsehen muss, für die wenigstens in Ansätzen eine Art „Unique Selling Position“ anzustreben ist: Denn für Aktivitätenprogramme der Tagesausflügler, aber auch der Kurzurlauber, ist der gesamte Naturpark als Aktivitätsraum zu groß.

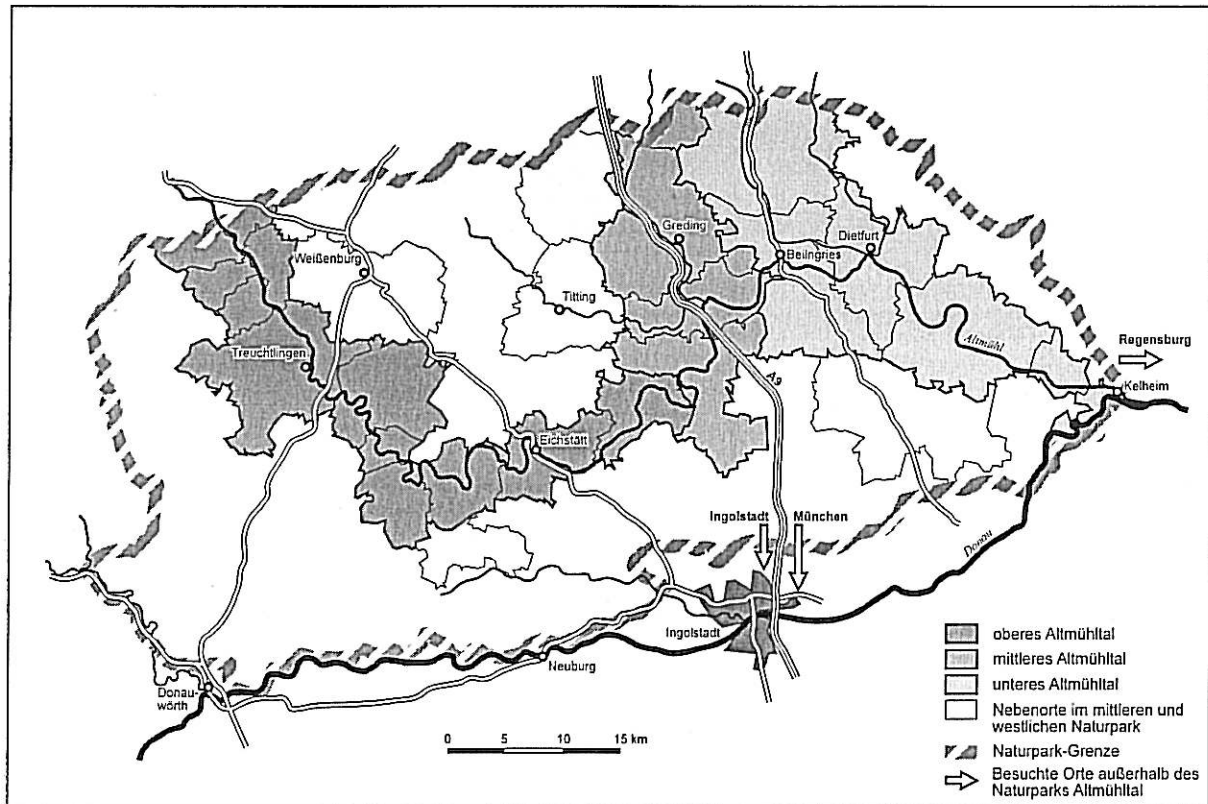
3. Teilregionen als Planungsbasis

Anhaltspunkt für eine solche Untergliederung in Teilbereiche gibt die Analyse von S. KUHN (1998) über das aktionsräumliche Verhalten von ca. 500 Urlaubern, wobei allerdings nicht zwischen der Gruppe von Gästen (70 Prozent) unterschieden wurde, welche ihre Interaktionen von einem „fixen“ Übernachtungsstandort aus unternahmen, und den „Rundreisenden“ (30 Prozent) mit mehreren Quartiersstandorten. Aus den Ergebnissen einer faktorialanalytischen Auswertung der Befragungsergebnisse über das Interaktionsverhalten kann man erkennen, dass der Kernraum des Naturparks – das Tal der Altmühl – besonders in zwei signifikante Aktionsräume geteilt ist (siehe Karte 6):

- Der Aktionsraum des *oberen Altmühltais* erstreckt sich von Treuchtlingen bis nach Eichstätt und umfasst auch noch die Gemeinden des Fränkischen Seenlandes im Norden als wichtige Etappenorte der Rundreisetouristen, in der Regel Radreisende, die von hier aus das Altmühltal befahren.
- Der Aktionsraum des *unteren Altmühltais* hat seine Schwerpunkte im Osten des Naturparks mit den Gemeinden am Main-Donau-Kanal (Beilngries, Berching, Dietfurt, Riedenburg, Essing und Kelheim).
- Verbunden sind diese beiden touristischen Hauptgebiete durch eine eher schwächer ausgeprägte Einheit: das *mittlere Altmühltal* mit dem nördlichen Seitental der Schwarzach. Sie wird von den Gemeinden an der Autobahnausfahrt „Altmühltal“ gebildet (Kinding, Greding, Kipfenberg).

- Schließlich konnte S. KUHN (1998) außerdem die ebenfalls nur schwach ausgeprägten Aktionsräume der Nebenorte *im westlichen und mittleren Naturpark* identifizieren als spärliche touristische Ansatzpunkte abseits der Kernzone im Altmühltal.

Karte 6: Aktionsräume der Touristen im Naturpark Altmühltal
(nach S. KUHN, 1998)



So zeigt sich schon bei den Dauer- und Rundreiseurlaubern eine recht markante *Differenzierung in getrennte Aktionsräume*, die natürlich für Kurzurlauber oder gar für Tagesausflügler mit stärker restringiertem Zeitbudget noch sehr viel relevanter ist. Daher sollte man bei der Erstellung eines Planungskonzeptes für diese beiden Segmente des Tourismus versuchen, *spezielle Angebotsbündel* zu konzipieren, welche sich auf Teilräume beziehen, die von den Gästen auch zu „bewältigen“ sind. Damit ist es zunächst notwendig, die Ausstattung mit natur- und kulturräumlichen Angebotelementen sowie mit Einrichtungen der Fremdenverkehrsinfrastruktur zu analysieren, um dann – unter Bezugnahme auf die Erreichbarkeitsverhältnisse im IV und ÖV sowie auf die entsprechenden Nachfragepotentiale – Anhaltspunkte für eine solche „Spezialisierungsstrategie“ zu gewinnen.

4. Analyse der Angebotelemente

4.1 Naturräumliches Angebot

Die folgenden Karten, welche auf Informationen aus einer Reihe von einschlägigen Reiseführern und Prospekten beruhen, stellen die verschiedenen Elemente des naturräumlichen Angebots und ihre Standorte im Naturpark Altmühltal dar. Zumeist werden diese Sehenswürdigkeiten auch nach ihrem *Attraktivitätsgrad* bewertet und zwar auf einer Skala von 1 (= bedeutend auf nationaler Ebene) bis 5 (= bedeutend auf lokaler Ebene). Hier liegen die Einschätzungen der Autoren zugrunde, welche die zur Erstellung der Karten verwendeten Reiseführer und Prospekte verfasst haben, und die Bewertung der Kartenbearbeiter. Daher haben diese Klassifikationen einen recht subjektiven Charakter und sollen nur dazu dienen, die touristische Bedeutung von Teilbereichen des Naturparks im Überblick zu erfassen.

Die regionale Verbreitung der wichtigen Elemente des naturräumlichen Angebots ist in drei Karten dokumentiert: Karte 7 zeigt die Standorte der wichtigsten *natürlichen Sehenswürdigkeiten* (einschließlich von Steinbrüchen u. a.), in Karte 8 sind zusätzlich die *Lehrpfade mit Naturthemen* (differenziert nach ihrer Länge) dargestellt und in Karte 9 ist dieses Angebot noch ergänzt durch die *naturkundlichen Museen*, welche sich mit der Erd- und Landschaftsgeschichte der Epoche des Jura sowie mit den in der Region gefundenen Fossilien und Versteinerungen befassen.

In Karte 7 ist zunächst das *spezifische Verbreitungsmuster des naturräumlichen Angebotes* zu erkennen. Die Sehenswürdigkeiten konzentrieren sich vor allem dort, wo die Erosion von ehemals bedeutenden Flüssen (Urdonau, Altmühl) Relikte der Schwamm- und Korallenriffe sowie der flachen Lagunenzone des Jurameeres (die hier vor ca. 150 Mio. Jahren bestanden) freigelegt hat. In den Wannen dieser Lagunen entstanden in einem Zeitraum von ca. 500.000 Jahren mächtige Gesteinsschichten (Plattenkalke), die heute das Material für die Steinindustrie liefern und in denen die begehrten Fossilien eingebettet sind.

Unter diesen Talabschnitten bietet ein Teil des *westlichen Altmühltals* – zwischen *Solnhofen und Eichstätt* – mit dem von Süden her einmündenden *Wellheimer Trockental* die größte Dichte an naturräumlichen Sehenswürdigkeiten: Felsen und Klippen des sog. *Weißes Jura*, die z.T. auf die ehemaligen Barriereriffe zurückgehen (hier sind etwa die „Zwölf Apostel“ bei

Karte 7: SEHENSWÜRDIGKEITEN IM NATURRAUM

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind die Sehenswürdigkeiten
im Naturraum, kategorisiert nach der Art
und der Attraktivität.

KATEGORIEN VON SEHENSWÜRDIGKEITEN

Felsen, Klippen, Höhlen etc.

● B¹⁾

⊙ C

○ D

typische Vegetationsformen

⊕ C

⊕ D

Quellen, Weiher, Kanäle, Altwasser

⊕ C

⊕ D

Bauten, Steinbrüche, Wehre

■ C

■ D

sonstige Sehenswürdigkeiten

▲ B

△ C

△ D

Gewässer

— Grenze des Naturparks Altmühltal

— Gemeindegrenzen

— Gemeinden

Maßstab: 1:500.000

¹⁾ Attraktivitätsgrad:

A (bedeutend auf nationaler Ebene);

B (bedeutend auf Süddeutschland-Ebene);

C (bedeutend auf Landesebene);

D (bedeutend auf regionaler Ebene);

E (bedeutend auf lokaler Ebene)

ARBEITSGRUNDLAGEN:

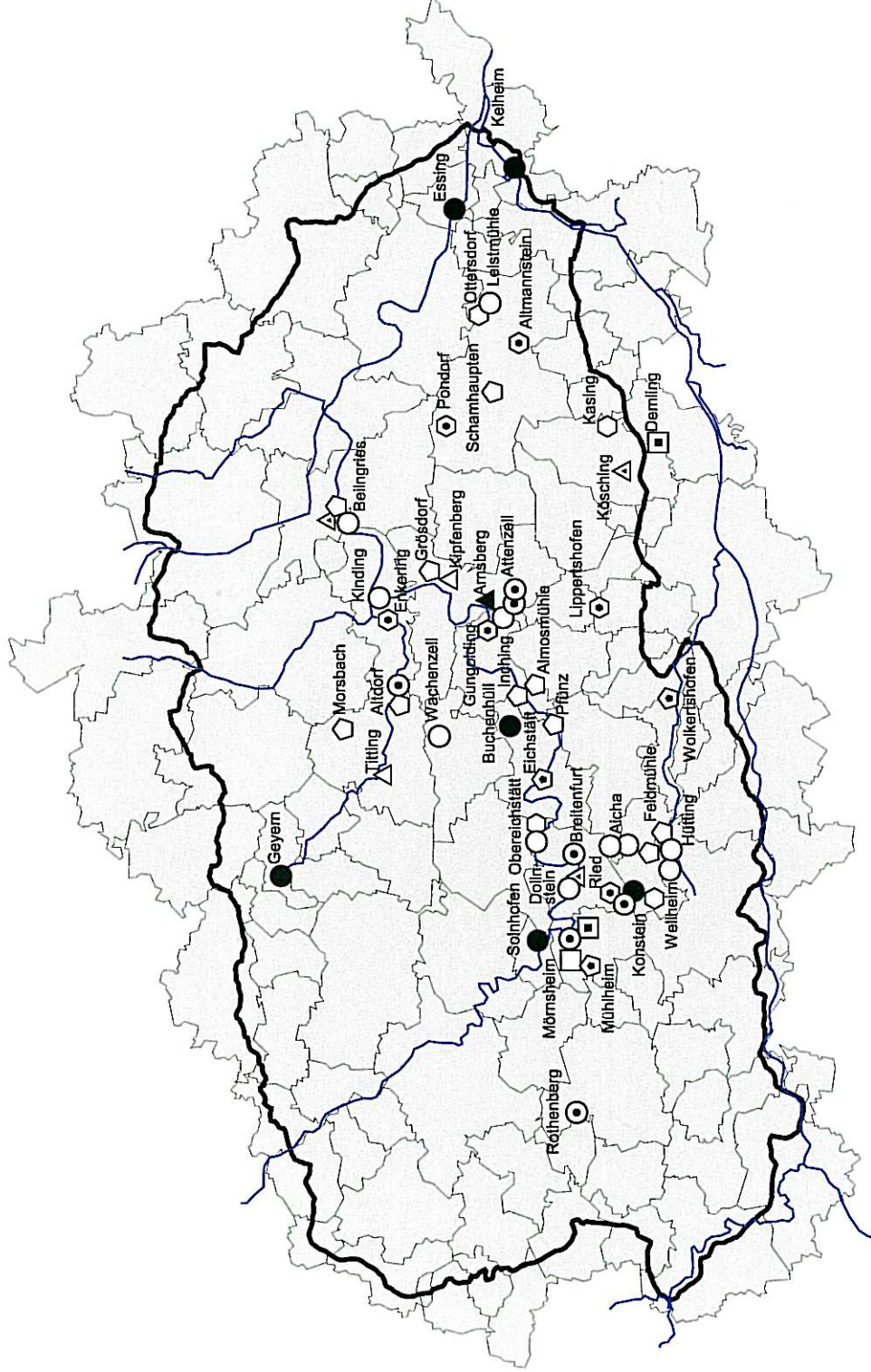
Kreis Eichstätt im Naturpark Altmühltal (Hrsg.),

Sehenswerte Natur, (1982)

Prospekt Tropfsteinhöhle Schulerloch 2000

BEARBEITER:

Hasmüller Barbara



Solnhofen oder der „Dohlenfelsen“ bei Konstein bedeutende Sehenswürdigkeiten), Höhlen, die gigantischen Steinbrüche bei Solnhofen oder Mörsheim und die typischen Vegetationsformen der Wacholderheiden und Trockenrasengesellschaften, welche durch die traditionelle (seit dem Mittelalter betriebene) Beweidung mit Schafherden entstanden. Aber auch das Wellheimer Trockental und das Altmühltal ab Dollnstein sind wegen ihrer Entstehungsgeschichte besonders interessant: Sie wurden in der Riss-Eiszeit vor ca. 70.000 Jahren von der „Urdonau“ durchflossen, welche die breiten Talböden angelegt hat, die für die heutige Altmühl als viel zu groß erscheinen.

Auch im *mittleren Altmühltal* zwischen *Eichstätt* und *Beilngries* gibt es Naturdenkmäler noch relativ häufig. Herausragend sind hier: die Mammuthöhle in Buchenhüll, die für Touristen zugängliche Gungoldinger Wacholderheide und die naturgeschützte Steppenheide der Arnsberger Leite. Im breiten Altmühltal treten die wasserbezogenen Sehenswürdigkeiten etwas hervor. Schon etwas mehr vereinzelt sind sie im stillen *Anlautertal* anzutreffen (Geyern am Talende: Steinerne Rinne).

Obwohl sich das *untere (östliche) Altmühltal* durch höhere, felsige und steilere Talhänge auszeichnet (und somit ein sehr attraktives Landschaftsbild bietet) fehlen hier die herausragenden natürlichen Sehenswürdigkeiten, sieht man von Essing mit seinen Felsklippen mit der Tropfsteinhöhle des „Schulerlochs“ ab. Auch im *oberen (nordwestlichen) Altmühltal* zwischen Solnhofen und dem Altmühlsee gibt es keine herausragenden natürlichen Sehenswürdigkeiten.

Wie man aus der Karte 8 entnehmen kann, wird das dichtere Angebot an attraktiven natürlichen Sehenswürdigkeiten im westlichen Altmühltal zwischen Solnhofen und Eichstätt (mit dem Wellheimer Trockental) auch durch eine Reihe von *Lehrpfaden mit Naturthemen* ergänzt, die allerdings als von nur „regionaler Bedeutung“ einzuschätzen sind. Auch fehlen gerade in diesem Gebiet von so großer erdgeschichtlicher Bedeutung die geologischen Lehrpfade völlig (die einzigen im Naturpark findet man in Hechingen am Nordwestrand der Region, in Treuchtlingen und in Obereichstätt). Auch im Bereich des mittleren Altmühltals gibt es zusätzlich zu den herausragenden Naturdenkmälern noch einige Lehrpfade im Waldbereich und in den Feuchtgebieten der Talaue. Der einzige im Naturpark existierende

Lehrpfad mit überregionaler Bedeutung liegt aber nördlich von Treuchtlingen und folgt dem Verlauf des Karlsgraben, auf einer Strecke von etwa 1.300 m, die von dem schon vor 1.200 Jahren unternommenen Versuch zeugt, die Altmühl mit der Schwäbischen Rezat zu verbinden und so eine Kanalverbindung über die europäische Hauptwasserscheide zu schaffen. Insgesamt ist also – nach Karte 8 – eine gewisse Konzentration von Lehrpfaden und Naturdenkmälern zu konstatieren, aber auch das Fehlen von bedeutenden Naturlehrpfaden, für einen großen Naturpark wohl ein nicht unwesentliches Defizit.





Diese Konzentration in Teilen des westlichen Altmühltals wird noch in besonderer Weise ergänzt durch die vier *Museen zum Thema der Jurazeit*, von denen sich je zwei im Raum Eichstätt sowie im Raum Solnhofen befinden, also an den beiden „Endpunkten“ der angesprochenen Talstrecke. Von diesen Museen ist das „Jura-Museum“ in der Eichstätter Willibaldsburg in die höchste Attraktivitätsstufe einzuordnen und das Bürgermeister-Müller-Museum in Solnhofen, dessen wesentlicher Ausbau bevorsteht, in die zweithöchste. In beiden Museen sind allerdings teilweise recht ähnliche Ausstellungsobjekte zu sehen: Fossilien, vor allem des Flugsauriers *Archaeopteryx*, und Informationen zur Geologie und Erdgeschichte. Diese beiden Museen werden ergänzt durch das „Museum auf dem Maxberg“ (in Mörsheim südlich von Solnhofen), das nach seinem Attraktivitätsgrad der Stufe B (bedeutend für den süddeutschen Raum) zugeordnet ist und inmitten der „Steinbruchlandschaft“ zum Abbau der Solnhofener Plattenkalke liegt, sowie durch das noch kleinere (Stufe C) „Museum Bergér“ im Abbaugbiet auf der Jurahochfläche nördlich von Eichstätt (Harthof, Gemeinde Schernfeld). Schließlich besteht sowohl im Solnhofener als auch im Eichstätter Abbaugbiet der Plattenkalke für die Touristen die Möglichkeit, in „*Hobbysteinbrüchen*“ selbst nach Fossilien zu suchen.

Aus dieser Verteilungsskizze der auf den Naturraum bezogenen besonderen Attraktionen wird deutlich, wie sehr besonders das obere Altmühltal zwischen Eichstätt und Solnhofen begünstigt ist. Das hier konzentrierte „Erbe der Jurazeit“ könnte noch sehr viel mehr, als dies bereits derzeit der Fall ist, dazu beitragen, diesem Talabschnitt unter den vielen konkurrierenden Tourismusregionen (die ebenfalls Radfahren, Wandern, Besichtigen etc. als Hauptaktivitäten anbieten) eine „Unique Selling Position“ zu verschaffen.

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

KATEGORIEN VON SEHENSWÜRDIGKEITEN

THEMEN DER LEHRPFADE²⁾
Länge in Kilometer
Karlsruhe- | ehrofad

 Gewässer
 Grenze des Naturparks Allmühlthal
 Gemeindegrenzen
 Gemeinden

2) Die Lehrpläne sind bezüglich ihrer Attraktivität als "bedeutend auf regionaler Ebene" (Stufe D) zu klassifizieren. Nur der Karlsruher-Lehrplan erreicht ein höheres Attraktivitätsniveau (Bedeutung für Süddeutschland (Stufe B)).

ARBETSGRUNDLAGEN:

Bauch, J., Keller, W. E. Lehrpfadwanderungen: Naturpark Altmühlthal, das neue fränkische Seenland, Treuchlingen, 1994

Broschüre Informationszentrum Naturpark Altmühlthal "Bäume und Sträucher im Hofgarten Eichstätt"

Prospekt Naturpark Altmühlthal "Lehrpfad"

Kreis Eichstätt im Naturpark Altmühlthal (Hrsg.), Sehenswerte Natur, (1982)

Prospekt Tropfsteinhöhle Schulerloch 2000

Prospekt Römer und Bajuwaren Museum Burg Kipfenberg (2000)

Prospekt "Jura-Museum Eichstätt Willibaldsburg" (2000)

Prospekt "Museum auf dem Maxberg

Prospekt "Bürgermeister-Müller-Museum Solnhofen" - Die Welt in Stein

4.2 Kulturräumliches Angebot

Wichtige Elemente des herausragenden kulturräumlichen Angebotes im Naturpark Altmühltal sind in den Karten 10 und 11 dargestellt, nämlich die sehenswerten *Bauwerke aus der Römerzeit und aus dem Mittelalter* sowie – in Karte 11 – die zusätzliche Ausstattung mit *Museen über die Römerzeit* und mit entsprechenden thematischen *Lehrpfaden*. Wieder wird der Versuch unternommen, die Sehenswürdigkeiten nach ihrem Attraktivitätsgrad zu bewerten (Stufe A = bedeutend auf nationaler Ebene bis Stufe E = bedeutend auf lokaler Ebene).

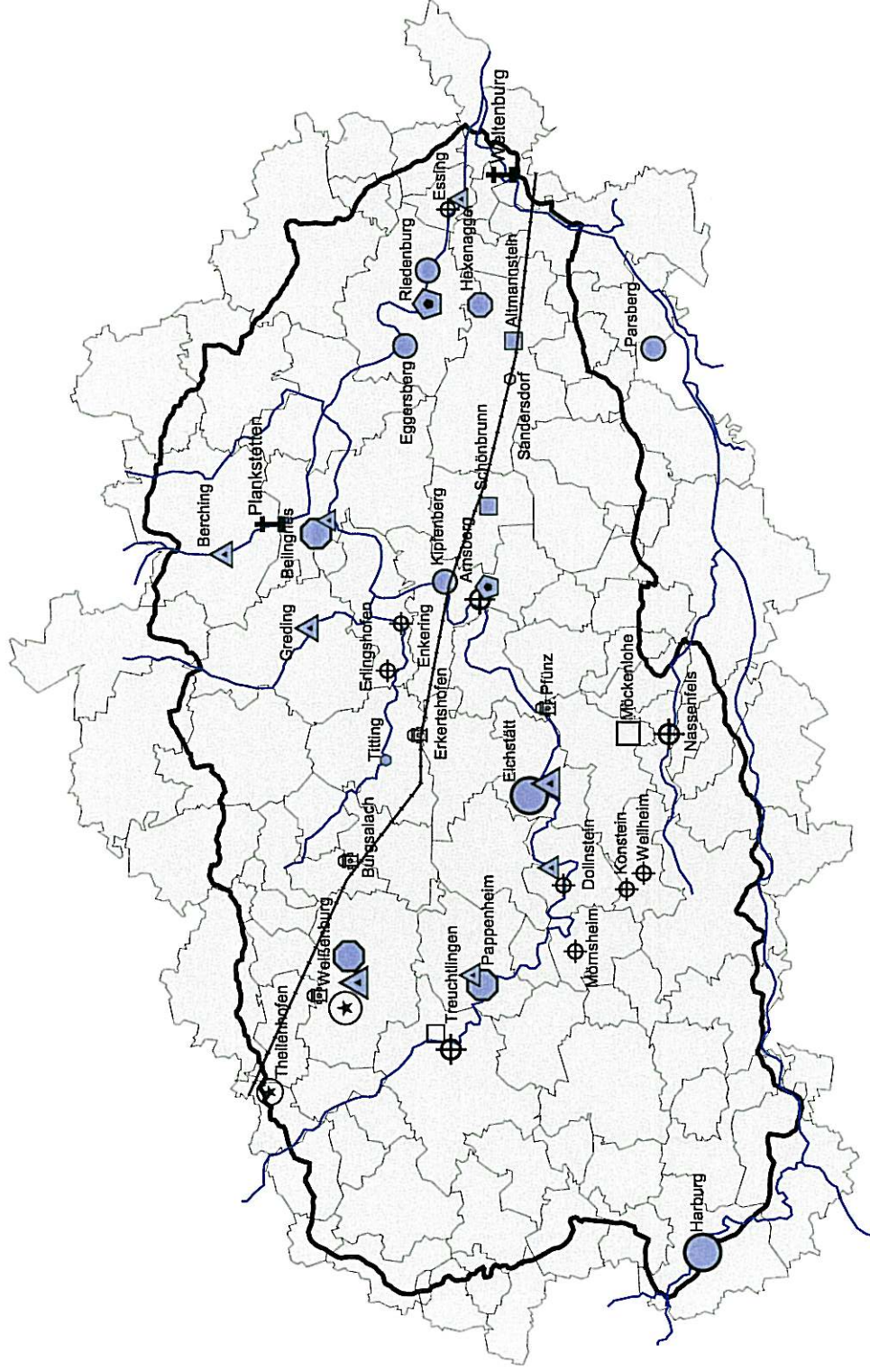
Ebenfalls enthalten in den Karten ist eine Auswahl der zum Teil recht beeindruckenden *baulichen Ensembles* (mit und ohne Ummauerung) von historischer Bedeutung: vor allem *Eichstätt* als ehemaliger (bis 1802) fürstbischöflicher Herrschaftssitz mit seinem barocken Residenzviertel, dem gotischen Dom und der im 17. Jahrhundert umgestalteten Willibaldsburg; *Weißenburg* als weitgehend erhaltene fränkische Reichsstadt mit spätmittelalterlichem Kern, der Andreaskirche mit spätgotischen Wurzeln und der Renaissancefestung Wülzburg; das noch von seinen Wehrmauern aus dem 15. Jahrhundert umgebene *Dollnstein*; *Berching*, ein „Kleinod des Mittelalters“, heute am Ufer des Main-Donau-Kanals gelegen, ebenfalls mit vollständig erhaltener Mauer, deren 13 Türme noch von *Greding*, dem Hauptort des Schwarzachtals übertroffen werden; *Beilngries* zwischen Altmühl und Kanal mit dem postmodern veränderten Barockschloss Hirschberg, oder der Markt *Essing*, dessen Häuserzeilen sich zwischen einem vom Kanalbau verschonten Altarm der Altmühl und der Felswand der Talumrahmung erstrecken.

Schon diese Aufzählung bedeutender baulicher Ensembles im Naturpark Altmühltal zeigt ein recht disperses Muster, das sich auch in der Verbreitung der *Burgen und Schlösser* mit wenigstens mittelalterlichen Wurzeln wiederfindet: Es entspricht dem dispersen räumlichen Strukturmuster des feudalen mittelalterlichen Herrschaftssystems. Dennoch lässt sich eine gewisse *Konzentration* des historisch wertvollen mittelalterlichen baulichen Erbes im *Mittel- und Ostteil des Naturparks* erkennen. Dazu zählen:

Karte 10: BAUWERKE AUS DEM MITTELALTER UND AUS DER RÖMERZEIT

Katholische Universität Eichstätt
 Professur für Wirtschaftsgeographie
**ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
 KURZ- UND TAGESTOURISMUS
 IM NATURPARK ALTMÜHLTAL**

Dargestellt sind Bauwerke aus dem
 Mittelalter und aus der Römerzeit, kategorisiert
 nach der Art des Bauwerks und dem
 Attraktivitätsgrad.



- ARBEITSGRUNDLAGEN:**
- Prospekt Römer und Bajuwaren Museum Burg Kipfenberg (2000)
 - Prospekt "Willibaldsburg - Museum für Ur- und Frühgeschichte" (2000)
 - Prospekt "Jura-Museum Eichstätt Willibaldsburg" (2000)
 - Prospekt Römer - Weißenburg in Bayern (1999)
 - Prospekt Naturpark Altmühltal "Römerturm in Erkershofen" (1996)
 - Prospekt "Die römische Villa Rustica Mörnsheim"
 - Prospekt Naturpark Altmühltal "Vatoliana - Das Römerkastell zu Pfünz"

- 1) Attraktivitätsgrad:
 A (bedeutend auf nationaler Ebene);
 B (bedeutend auf Süddeutschland-Ebene);
 C (bedeutend auf Landesebene);
 D (bedeutend auf regionaler Ebene);
 E (bedeutend auf lokaler Ebene)

Burg/Schloß mit Veranstaltungsangebot,
 Museum und Führung



Burg/Schloß mit Führung und
 Veranstaltungsangebot



Burg/Schloß mit Führung und Museum



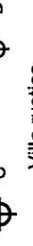
Burg/Schloß mit Führung



Burg/Schloß im Privatbesitz



Ruine



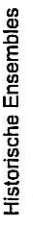
Villa rustica



Römerkastell und -turm



Römertherme



Historische Ensembles



Kloster



Gewässer



Grenze des Naturparks Altmühltal



Gemeindegrenzen



Limes



Gemeinden



Maßstab: 1:500.000

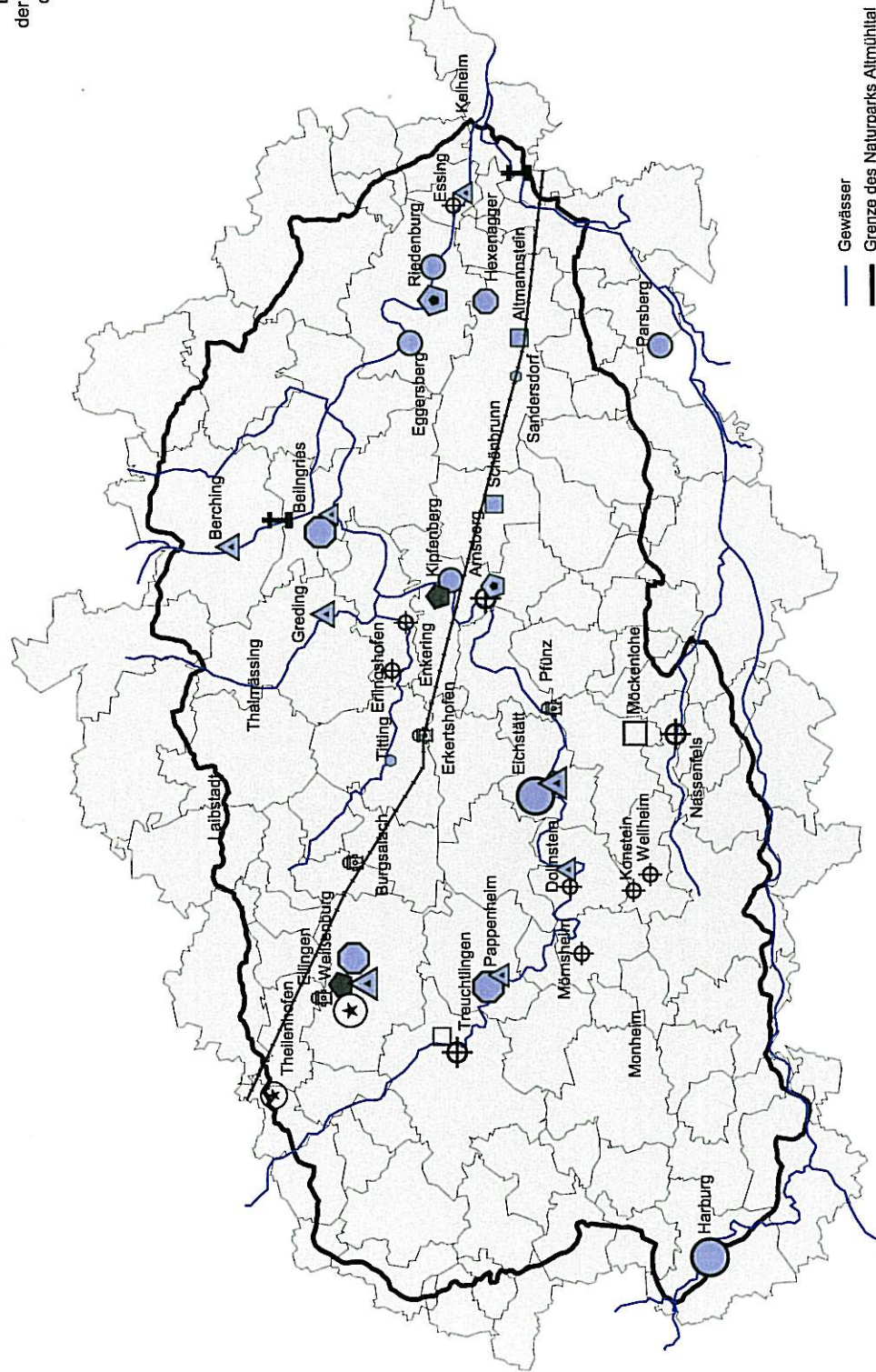
BEARBEITER:

Hasmüller Barbara, Haas Christian

Karte 11: BAUWERKE AUS DEM MITTELALTER UND AUS DER RÖMERZEIT, MUSEEN ÜBER
DIE RÖMERZEIT UND ENTSPRECHENDE THEMATISCHE LEHRFADE

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind Bauwerke aus dem Mittelalter und aus der Römerzeit, kategorisiert nach der Art des Bauwerks und dem Attraktivitätsgrad, sowie Museen mit dem Thema Römerzeit und Lehrpfade mit den Themen Archäologie, Römerzeit und Barock.



ARBEITSGRUNDLAGEN:

- Prospekt Römer und Bajuwaren Museum Burg Kipfenberg (2000)
 Prospekt "Willibaldsburg - Museum für Ur- und Frühgeschichte" (2000)
 Prospekt "Jura-Museum Eichstätt Willibaldsburg" (2000)
 Prospekt Römer - Weißenburg in Bayern (1999)
 Prospekt Naturpark Altmühl "Römertum in Erkershofen" (1996)
 Prospekt "Die römische Villa Rustica Möckenlohe"
 Prospekt Naturpark Altmühl "Velonica - Das Römerkastell zu Pfünz"
 Koller, W. E., Lehrpfadwanderungen: Naturpark Altmühl, das neue fränkische See-
 Broschüre Informationszentrum Naturpark Altmühl "Bäume und Sträucher im Hain"
 Prospekt Naturpark Altmühl "Lehrpfade"

Bauch, J., Keller, W. E., Lehpfadwanderungen: Naturpark Altmühlthal, das neue fränkische Seenland, Treuchlingen, 1994
 Broschüre Informationszentrum Naturpark Altmühlthal "Bäume und Sträucher im Hofgarten Eichstätt"
 Prospekt Naturpark Altmühlthal "Lehpfade"

BAUWERKE

**Burg/Schloß mit Veranstaltung,
Museum und Führung**

$B^1)$

**Burg/Schloß mit Führung und
Veranstaltung**

B

Burg/Schloß mit Führung und Museum

A

Burg/Schloß mit Führung

Burg/Schloß im Privatbesitz





Ruine
 c
 Ⓢ

ϕ Villa rustica

☐ ☐ C ☐

Römerkastell und -turm

Römertherme

MUSEEN
mit dem Thema Römerzeit

THEMEN DER LEHRPFAD
Länge in Kilometer

Archäologie

1 - 3 über 10

Römerzeit

0-1

Barock 1

Historische Ensembles

B **C**

Kloster



Maßstab: 1: 500.00

BEARBEITER: Müller Barbara, Haas

Investment Banker: Robert C. Johnson

- *Limesfeste* in Kipfenberg sowie *römische Märkte* in Kipfenberg und Möckenlohe sind teilweise auch auf die Touristen ausgerichtete Veranstaltungen, welche auf der römischen Tradition aufbauen.

Alle diese kurz dargestellten Angebotsselemente werden bereits seit der Saison 2000 im Rahmen der *touristischen Radroute „VIA RAETICA“* vermarktet, deren Kernstück der hier behandelte Abschnitt des mittleren Altmühltals bildet (siehe etwa bei J. STEINBACH, S. HILGER u. a., 1999). Bisher wird die Route national und im nahen Ausland beworben, und ein entsprechender Tourenführer ist auf den Markt gekommen. Als erste Maßnahme zur Angebotsgestaltung entsteht derzeit ein *Museumsnetzwerk*.

Somit kommt es hier bereits zu konkreten Weichenstellungen bezüglich einer Spezialisierung des touristischen Angebotes. Allerdings ist auch in der „römischen Nische“ die Konkurrenz nicht unbeträchtlich (z. B. Aachen, Trier), wobei zusätzlich ins Gewicht fällt, dass die Angebote im Naturpark höchstens auf der Landesebene wirkliche Bedeutung erreichen. Auch hier sind also Überlegungen bezüglich zusätzlicher Attraktionen erforderlich.

Die verschiedenen *sonstigen, meist kleineren Museen*, welche sich nicht mit der erdgeschichtlichen Jura- oder der historischen Römerzeit befassen, liegen recht verstreut, zumeist auf verschiedenen Standorten im Altmühltal (Karte 12). Sie sind den hier skizzierten natur- und kulturräumlichen Schwerpunktgebieten thematisch meist nicht zuzuordnen:

- Dies gilt nicht unbedingt für *Eichstätt*, einem Museumsschwerpunkt, der – neben dem Jura-Museum – auch das Diözesemuseum über dem Mortuarium des Domes umfasst, welches die (Kirchen-)Geschichte der Region beleuchtet, sowie das Ur- und frühgeschichtliche Museum (ebenfalls in der Willibaldsburg), welches die Entwicklungsgeschichte der Region von der Steinzeit bis zum frühen Mittelalter zeigt. Damit verfügt die Stadt über ein zusätzliches Angebot, das die Jura-Thematik insofern ergänzt, als hier – zusätzlich zu den Spuren der Erdgeschichte – den Besuchern auch Eindrücke über die frühe Siedlungsgeschichte nahegebracht werden.
- Eine ganze Reihe Museen ist historischen Bezügen aus *Landwirtschaft, (Kunst-)Handwerk und Technik* gewidmet. Sie geben somit Überblick über zwar interessante Bereiche, die aber nur sehr spezielle Nachfragerschichten ansprechen. Zudem liegen die einzelnen

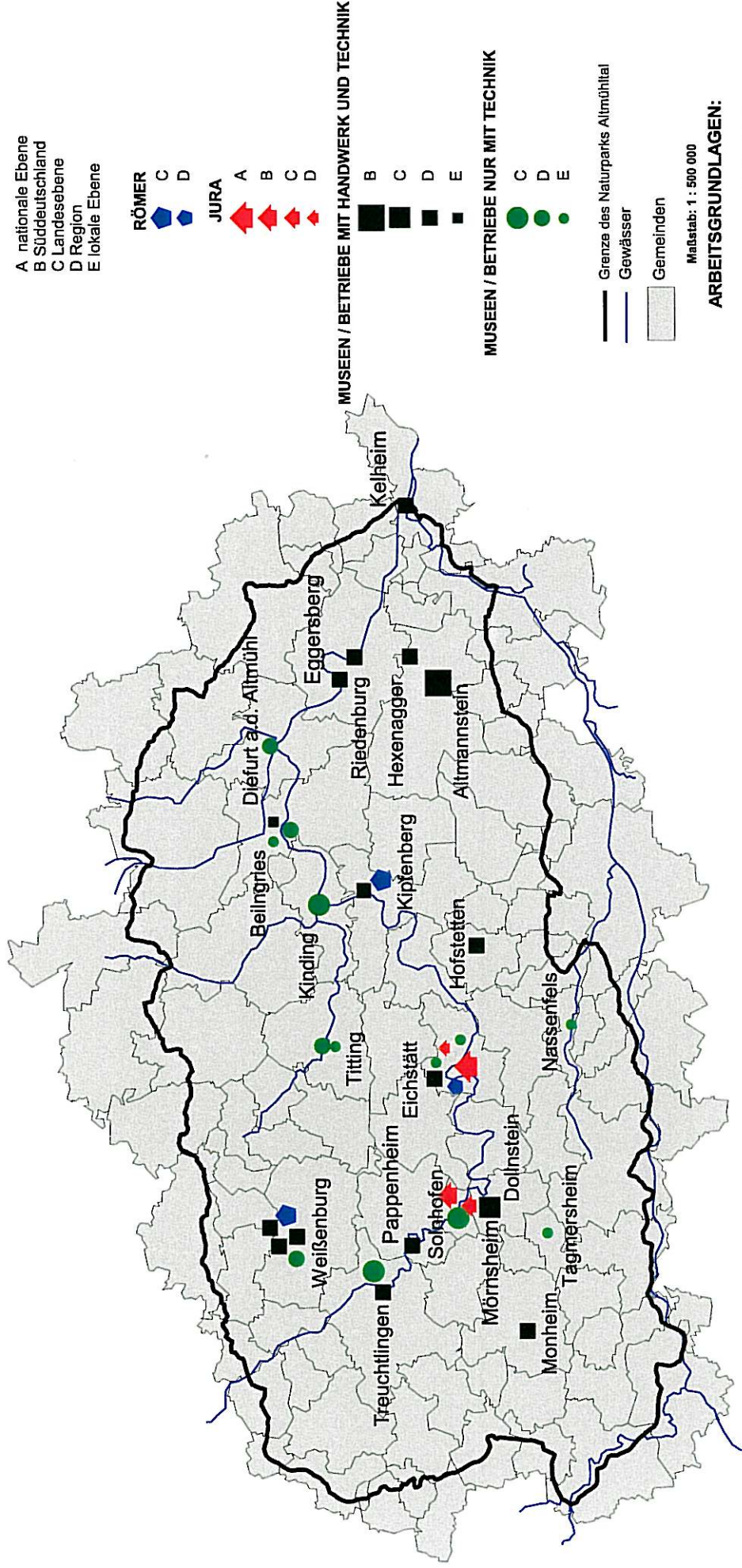
Karte 12: MUSEEN UND HANDWERKLICHE / TECHNISCHE BETRIEBE

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind Museen und Betriebe zu den Themengebieten:
Römer, Jura, Handwerk und Technik.
Die Unterteilung erfolgt nach der Einschätzung ihrer Attraktivität:

- A nationale Ebene
- B Süddeutschland
- C Landesebene
- D Region
- E lokale Ebene



ARBEITSGRUNDLAGEN:

Prospekt Naturpark Altmühltal
Freizeitfibel, Eichstätt 2000.
Prospekte der einzelnen Museen.
Mündliche Auskünfte der Leitungen der Museen.

BEARBEITER:

Strottkötter Christiane, Hasmüller Barbara

- Museen nicht unbedingt in räumlicher Nähe. Zu diesem (ansatzweisen) „Museumscluster“ zählen vor allem (siehe Karte 12): das Ignaz-Günter-Museum in Altmannstein mit Informationen über die Werkstatt des bedeutendsten bayerischen Holzschnitzers aus der Rokoko-Zeit, die Waffenschmiede im benachbarten Schloss Hexenagger, die beiden Bauernhofmuseen in Riedenburg und Hofstetten (in einem über 400 Jahre alten Jura-Gebäude) und das Technikmuseum im Freizeitzentrum Kratzmühle bei Kinding, welches u. a. auch alte landwirtschaftliche Maschinen zeigt, zwei Brauereimuseen, eines im Felsenkeller der Beilngrieser Brauerei und eines in Weißenburg. Hier gibt es auch ein Apothekermuseum, und im benachbarten Treuchtlingen kann man eine im Heimatmuseum untergebrachte Sammlung „Treuchtlinger Geschirr“ sowie das Spitzen- und Posamentenmuseum besichtigen. Um diesem Angebotsspektrum wirklich touristische Bedeutung zu verleihen, müsste man vermutlich eine Ergänzung durch zusätzliche interessante Angebote überlegen, vielleicht sogar eine gewisse Konzentration der Exponate auf einem Standort (die natürliche auf große Schwierigkeiten stoßen würde).
- Schließlich gibt es noch einige andere „sonstige Museen“, die sich eventuell in lokale Angebote einbinden lassen, wie das Archäologische Museum in Kelheim (wo auch ein entsprechender Rundwanderweg im ehemaligen keltischen Siedlungsgebiet geschaffen wurde), das Kristallmuseum bei Eggersberg, das Reichsstadtmuseum in Weißenburg und andere.

4.3 Veranstaltungen

Weitere Angebote, zusätzlich zu den naturräumlichen und kulturräumlichen, die – wie gezeigt – bei weitem nicht immer die größte touristische Anziehungskraft aufzuweisen haben, können zum Beispiel verschiedene Veranstaltungen sein (speziell für die Gäste oder wenigstens mit Tourismusbezug). Die Karten 13, 14 und 15 geben Aufschluss über das derzeitige Angebot. Die Grunddaten entstammen den Veranstaltungsprospekten des Naturparks Altmühltal, daher sind hier von vornherein nur die für Touristen irgendwie interessanten Angebote (an regelmäßig und unregelmäßig abgehaltenen Veranstaltungen) berücksichtigt. Hinsichtlich der Größe und der Bedeutung der Veranstaltungen können keine Unterschiede gemacht werden. In den Karten sind nur diejenigen Gemeinden dargestellt, welche im Bezugszeitraum mehr als vier Veranstaltungen anbieten.

Karte 13 gibt die *Anzahl und Art der Veranstaltungen* an, welche von den *Gemeinden* im Zeitraum von Februar bis Dezember 2000 durchgeführt wurden. Bei der Analyse der Karte kann man zunächst feststellen, dass sich die Angebote stark auf die Haupttourismusregion des Altmühltals beschränken, wobei vor allem Weißenburg im Westen und Tourismusorte in den Nebentälern der unteren Altmühl die wichtigeren Ausnahmen bilden. Die Zahl der Veranstaltungen je Gemeinde hält sich in Grenzen: Abgesehen von Weißenburg und Treuchtlingen, wo im genannten Zeitraum jeweils an die 40 Angebote zu registrieren sind, liegt sie in den größeren Zentren wie Eichstätt, Beilngries, Riedenburg oder Kelheim nur bei etwa 20, was den Anforderungen des modernen „Erlebnistourismus“ sicher nicht entgegen kommt. Es wird auch deutlich, dass im mittleren und westlichen Altmühltal (sieht man von Treuchtlingen und Weißenburg ab) Veranstaltungsdefizite bestehen, während im Einzugsbereich des unteren Altmühltals (etwa ab Kinding – Greding) die „Veranstaltungsichte“ deutlich höher ist. Auch der von den Gemeinden angebotene Veranstaltungs-Mix gestaltet sich sehr unterschiedlich. Hier fällt auf, dass im unteren Altmühltal (plus Randlagen) die „allgemeinen Feste und sonstigen Veranstaltungen“ (also hauptsächlich Volksfeste) dominieren, aber auch Faschingsbrauchtum und kulinarische Veranstaltungen vorkommen. Ansonsten lassen sich recht differenzierte Angebotspektren erkennen.

Dieses hier skizzierte Grundmuster tritt noch deutlicher hervor, wenn man die Angebote im Altmühltal und in seinem Einzugsbereich nach „*touristischen Aktionsräumen*“ zusammenfasst, d. h. diejenigen Angebote bündelt, welche die Gäste von ihren Übernachtungsstandorten aus ohne übermäßige Interaktionsaufwände erreichen können. Karte 14 zeigt die Strukturmerkmale dieser Angebotsräume:

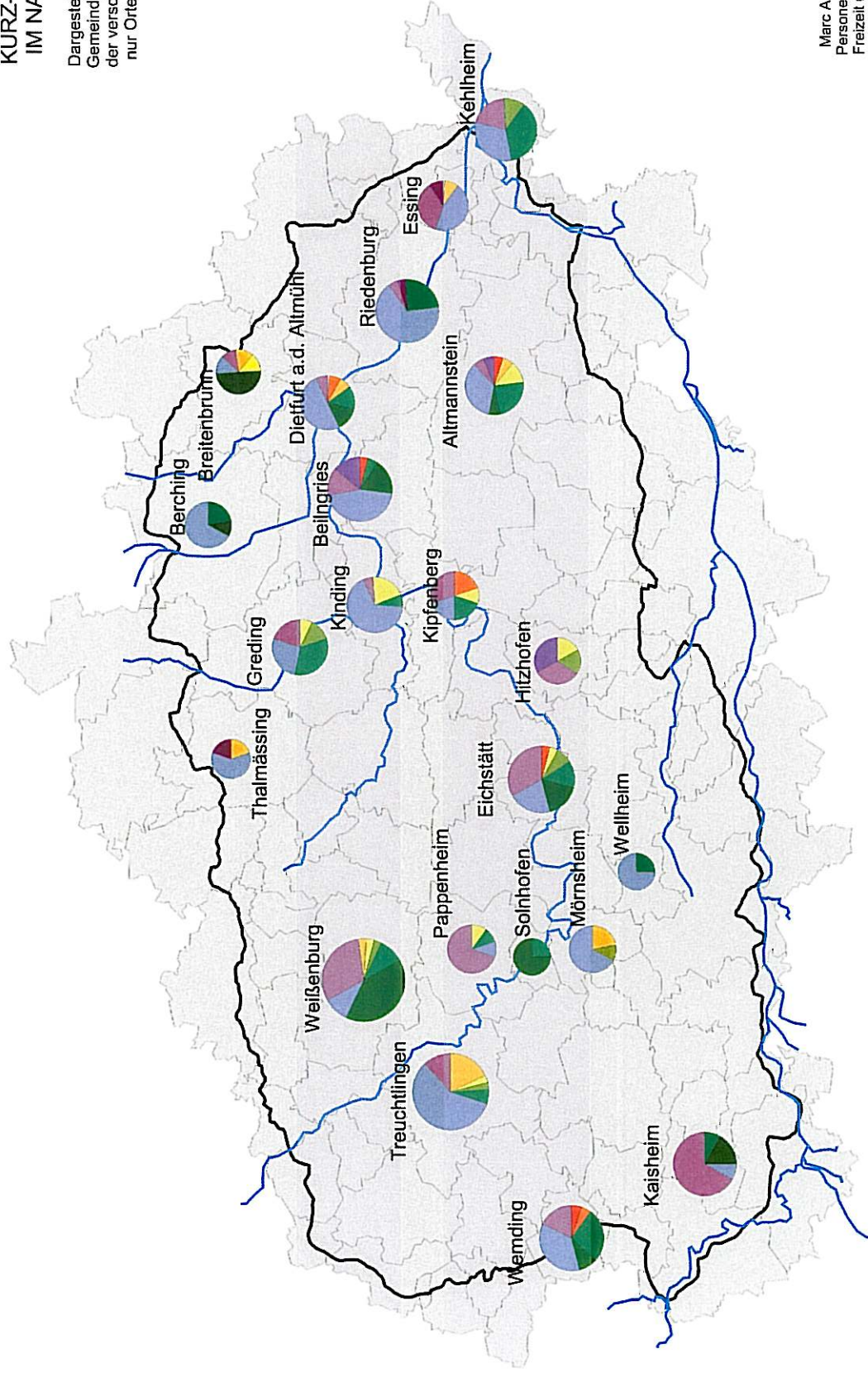
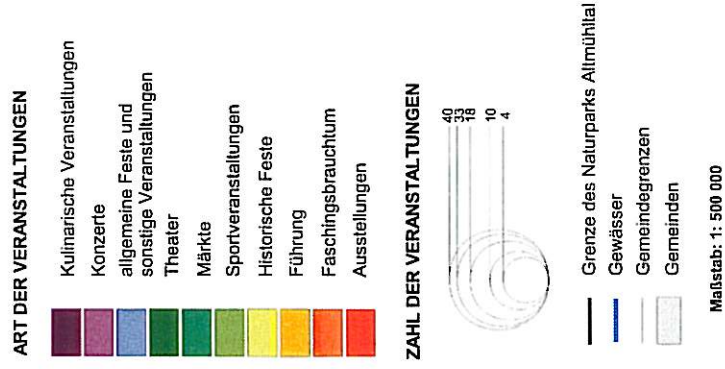
- Die Defizite im mittleren Altmühltal, wo – vorwiegend im Zentrum Eichstätt – überhaupt nur an die 30 Veranstaltungen stattfanden, treten deutlich hervor, ebenso die wenigstens im internen Vergleich günstige Situation im unteren Altmühltal mit insgesamt 155 Veranstaltungen. Die nicht ganz 100 Angebote des oberen Altmühltals sind – wie oben schon dargestellt – in Weißenburg und Treuchtlingen konzentriert.
- Im Veranstaltungs-Mix des unteren Altmühltals dominieren die (Volks-)Feste mit fast 50%, einen wesentlichen Anteil nehmen auch die Märkte ein. Historische Feste, Faschingsbrauchtum und kulinarische Veranstaltungen runden dieses Spektrum ab, so dass hier die Angebotsstruktur wohl auf die Unterhaltungsansprüche wesentlicher Touristengruppen

Karte 13: VERANSTALTUNGSANGEBOT NACH GEMEINDEN

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist das Veranstaltungsangebot nach Gemeinden. Die Sektoren stehen für die Anteile der verschiedenen Veranstaltungen. Es wurden nur Orte mit mindestens vier Veranstaltungen im Jahr aufgenommen.



ARBEITSGRUNDLAGEN:

Marc Albrecht: Anpassung des öffentlichen Personennahverkehrs an die Erfordernisse in Freizeit und Fremdenverkehr - dargestellt am Naturpark Altmühltal, Eichstätt 1999.
Prospekt Naturpark Altmühltal Veranstaltungen von April bis Dezember 2000.

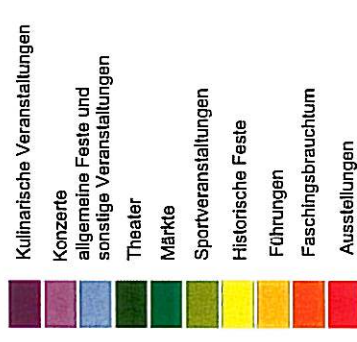
Karte 14: VERANSTALTUNGEN IN DEN ANGEBOTSRÄUMEN

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

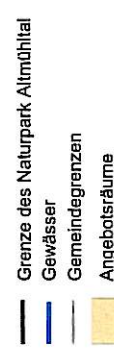
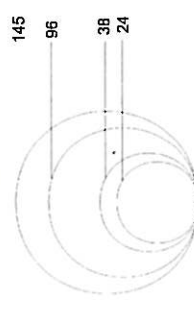
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind die Veranstaltungen in den Angebotsräumen. Die Sektoren stehen für die Anteile der verschiedenen Veranstaltungen.

ART DER VERANSTALTUNGEN



ZAHLE DER VERANSTALTUNGEN



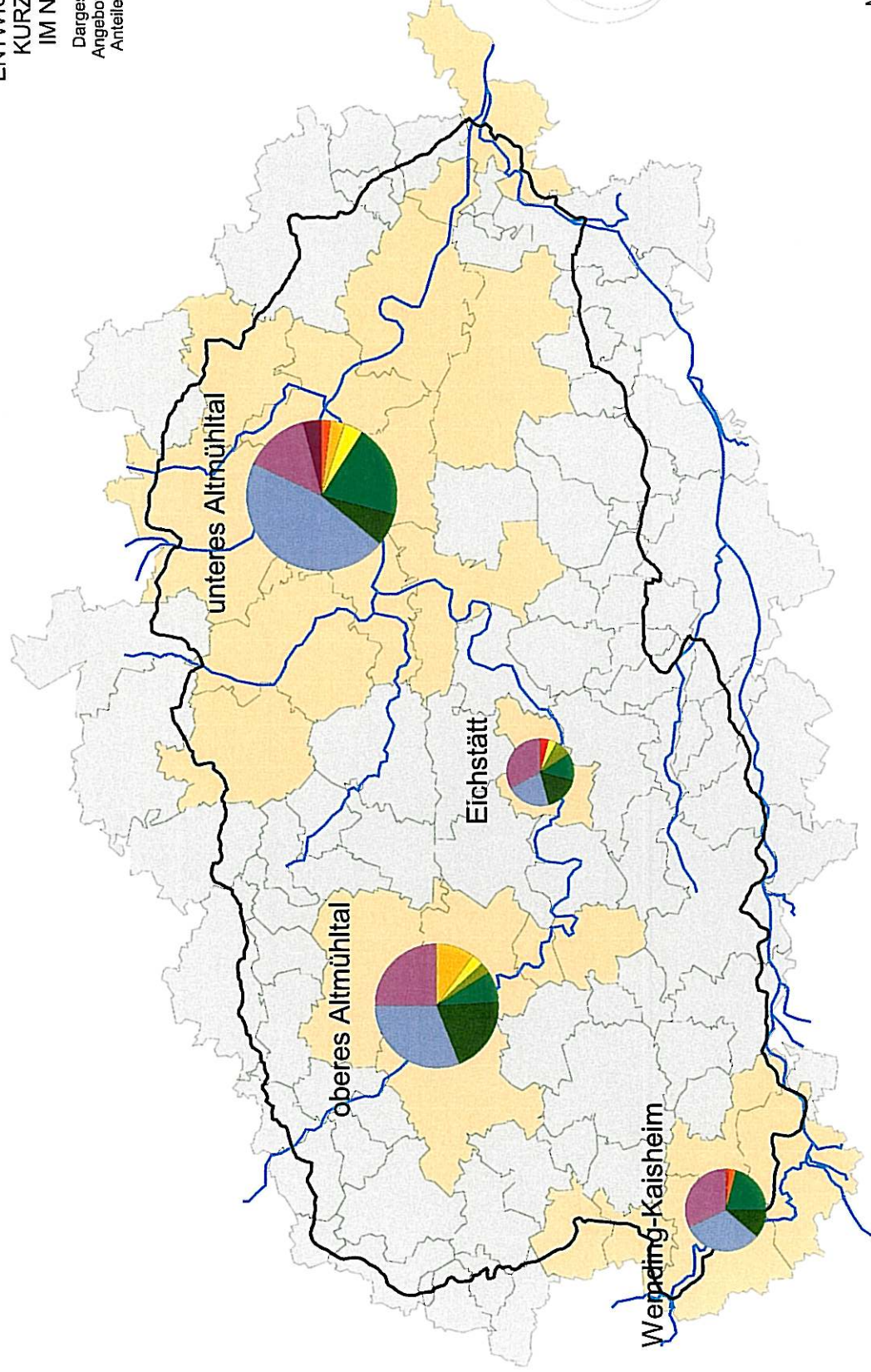
Maßstab: 1: 500 000

ARBEITSGRUNDLAGEN:

Marc Albrecht: Anpassung des öffentlichen Personennahverkehrs an die Erfordernisse in Freizeit und Fremdenverkehr - dargestellt am Naturpark Altmühltal. Eichstätt 1999.
Prospekt Naturpark Altmühltal Veranstaltungen von April bis Dezember 2000.
Prospekt Naturpark Altmühltal 2000 Veranstaltungen, Feste, Konzerte, Märkte.

BEARBEITER:

Köglsperger Bernhard, Plöckl Karin, Tyrkas Michael



(Familien, Gäste im mittleren Lebensalter, Angehörige unterer bzw. mittlerer Bildungsebenen) einigermaßen zugeschnitten ist. Hingegen erreichen im oberen Altmühltal die kulturell anspruchsvolleren Veranstaltungstypen – Konzerte, Theater, Führungen – viel größere Anteile. Dies gilt auch für das mittlere Altmühltal, wo das Eichstätter Konzert- und Theaterangebot dominiert.

Somit sind im Altmühltal sowohl bezüglich des Umfangs als auch bezüglich der Art und der Zielgruppen des Veranstaltungsangebots recht deutliche Unterschiede zu erkennen. Karte 15 zeigt, dass dies auch bei der *saisonalen Verteilung der Veranstaltungen* der Fall ist: Hier werden für die Monate des Jahres – in Form von Stabdiagrammen – die Prozentanteile der jeweils abgehaltenen Veranstaltungen dargestellt:

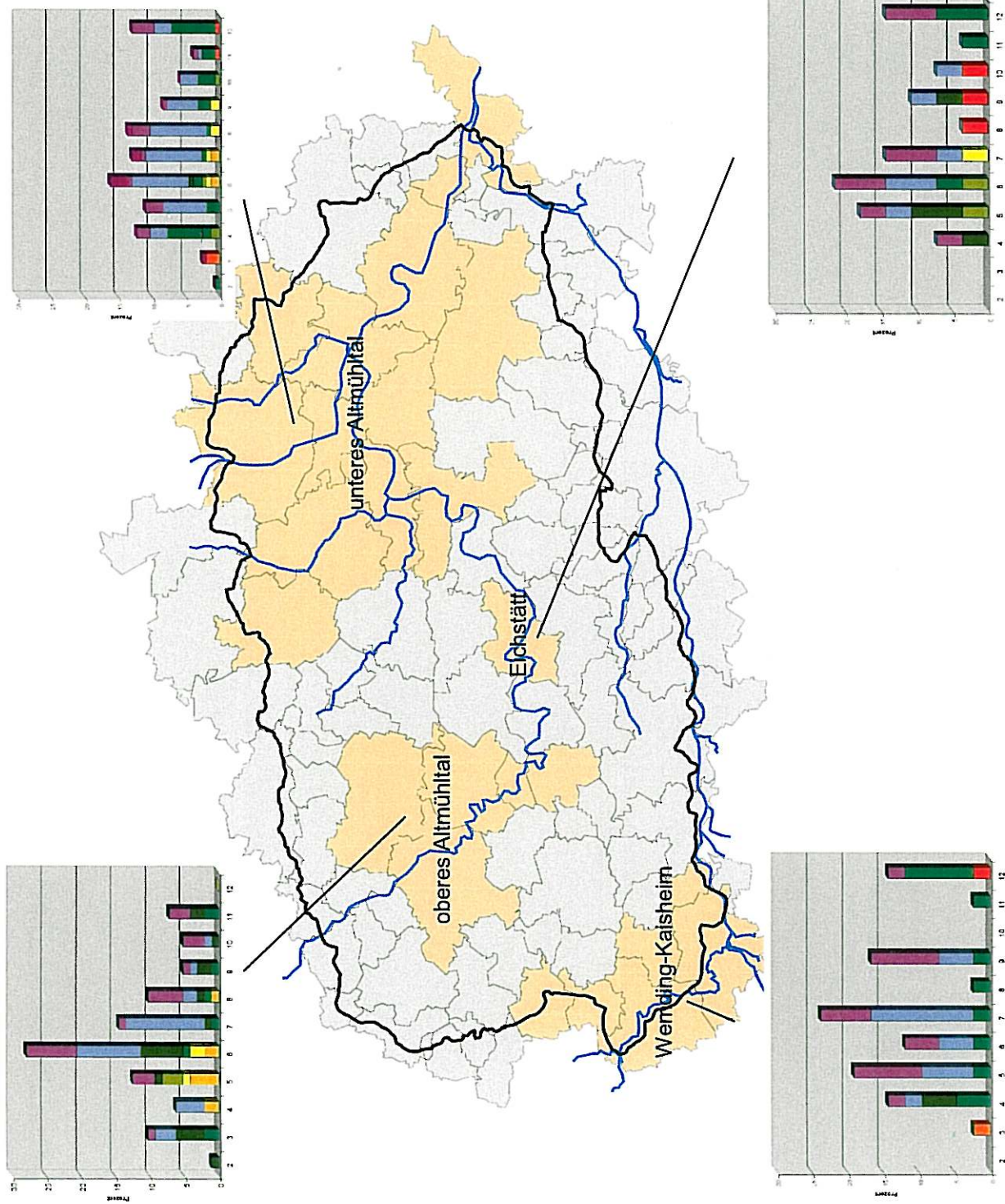
- Die regelmäßigste Verteilung im Zeitablauf ergibt sich für das untere Altmühltal, wo sich die Veranstaltungen relativ gleichmäßig über die Sommersaison (April bis August 10 bis 15%, September 8%) verteilen, mit einem weiteren Schwerpunkt im Dezember. Hier dominieren die Weihnachtsmärkte.
- Hingegen konzentriert sich im oberen Altmühltal das Veranstaltungsangebot (mit fast 30%) besonders auf den Monat Juni und zwar mit einem Mix aus Konzerten, Festen und Theaterveranstaltungen, während im Juli (ca. 15%) nahezu ausschließlich nur Feste stattfinden. In der Vorsaison (Mai, ca. 12%) werden schwerpunktmäßig Führungen und Märkte angeboten, im August (10%) hauptsächlich Konzerte. Die Nachsaison ist nur sehr schwach, der Weihnachtsmarkt gar nicht vertreten.
- Im Eichstätter Raum (mittleres Altmühltal) gibt es in den Monaten Mai (17%), Juni (21%) und Juli (14%) ebenfalls deutliche Sommerspitzen. In der Nachsaison geht die Veranstaltungshäufigkeit sehr zurück, sie nimmt allerdings im Dezember (14%) mit Märkten und Konzerten wieder zu. Sieht man von den etwas regelmäßiger durchgeführten Konzerten ab, so wechseln die nur recht wenigen Veranstaltungstypen sehr stark, und den Touristen, welche zu unterschiedlichen Zeitpunkten in der Region eintreffen, werden sehr unterschiedliche Programme angeboten.

Somit variiert das Veranstaltungsangebot im Altmühltal recht beträchtlich, sowohl bezüglich Anzahl und Art als auch bezüglich des zeitlichen Verteilungsmusters der Veranstaltungen. Im oberen und mittleren Altmühltal scheint sich das Angebot wesentlich an den Ansprüchen der

Karte 15: SAISONALE VERTEILUNG DER VERANSTALTUNGEN

ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die Verteilung der Veranstaltungen über die Monate des Jahres - bezogen auf die Angebotsschwerpunkte im Naturpark Altmühltal



regionalen Bevölkerung zu orientieren, und für die Touristen ergeben sich manchmal nur „Mitnahmeeffekte“.

4.4 Beherbergungs- und gastronomischer Sektor

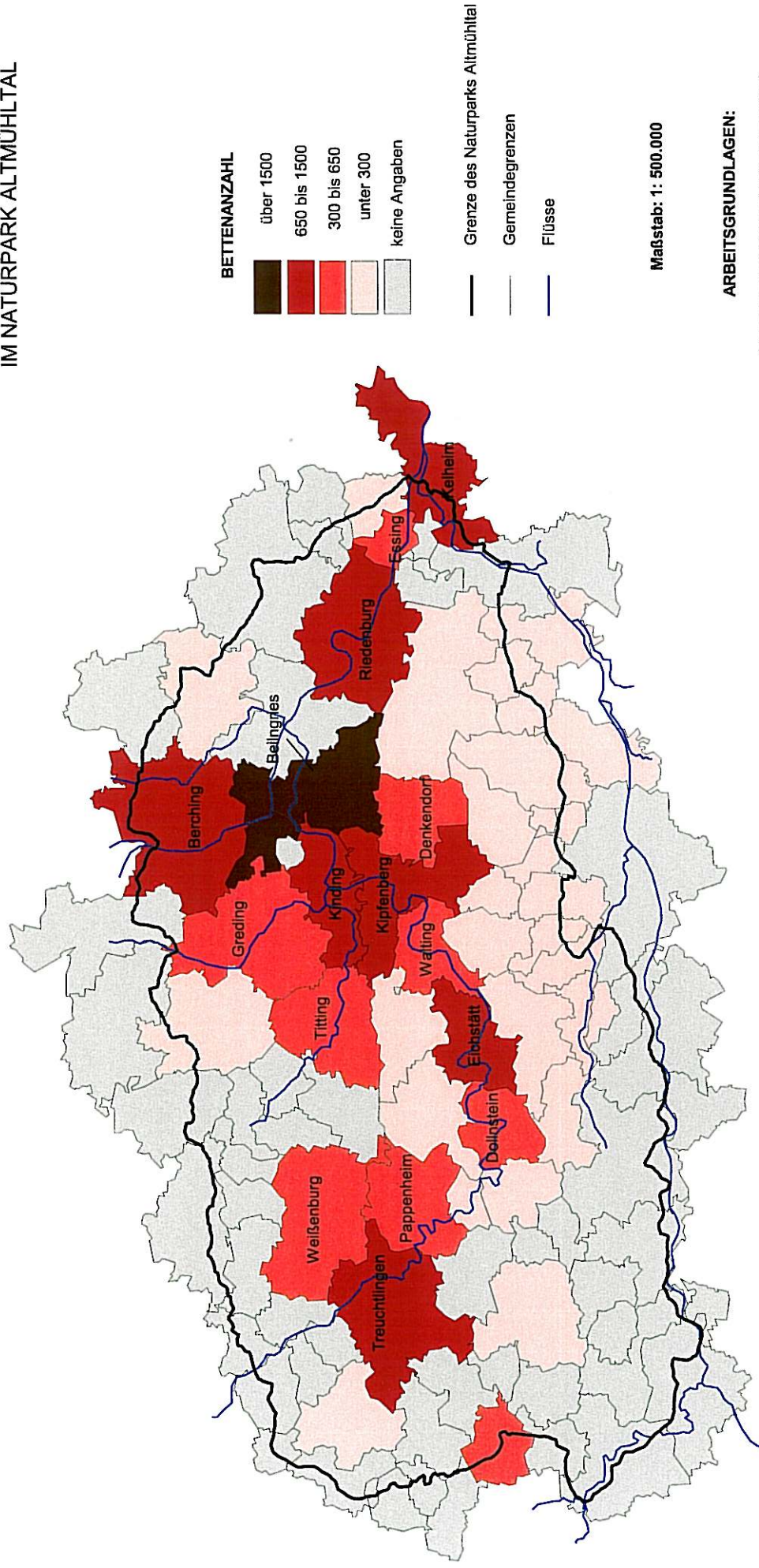
Auch die *räumliche Verteilung des Bettenangebotes* zeigt das nun schon bekannte Muster der Konzentration auf die Talzone der Altmühl sowie auf einige wenige Nachbarstandorte, zumeist in den Tälern der Nebenflüsse Anlauter, Schwarzach und Weiße Laaber sowie an der Autobahn (A9). Die Darstellung in Karte 16 beruht auf Angaben für das Jahr 1999 aus dem Geschäftsbericht des Naturparks Altmühltal und stellt diese Verbreitungsstruktur anhand von fünf charakteristischen Stufen dar. Deutlich hebt sich hier der zentrale Angebotsschwerpunkt am Übergang vom mittleren zum unteren Altmühltal bzw. an der in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Autobahnachse hervor, mit Beilngries (über 1.500 Betten), Kinding, Berching und Kipfenberg (je 650 – 1.500 Betten) im Zentrum, an das sich Greding, Titting und Denkendorf (je 300 – 500 Betten) anschließen. An diese Bettenkonzentration reichen die anderen Teilregionen nicht heran: Weder das untere Altmühltal mit Riedenburg und Kelheim (jeweils 650 – 1.500 Betten), noch der mittlere Bereich mit den Hauptstandorten Eichstätt (650 – 1.500 Betten) und auch nicht der obere Talabschnitt, wo nur Treuchtlingen in die Stufe der 650 – 1.500 Betten fällt, an die Weißenburg und Pappenheim nicht mehr herankommen.

Über die *Art des Bettenangebotes* informiert zunächst Karte 17, wo für jede Gemeinde die Zuordnung der verfügbaren Betten zu den Kategorien: Hotel und Gasthof, Ferienwohnung (-haus) und Privatzimmer ersichtlich ist. Hier zeigt es sich, dass der Anteil der sog. *Parahotellerie* (Ferienwohnungen und Privatzimmer) auch im oben dargestellten Angebotsschwerpunkt relativ hoch ist (in Beilngries, Berching, Kinding, Kipfenberg jeweils mehr als ein Drittel) und im unteren Talbereich in Summe sogar überwiegt (besonders: Riedenburg, Essing). Dies gilt auch für kleinere Angebotsstandorte im mittleren Altmühltal sowie für Treuchtlingen als Angebotsschwerpunkt im oberen Abschnitt.

Zur Bewertung der *Qualität des Beherbergungsangebotes und der Gastronomie* wurde der Versuch unternommen, auf der Basis des Gastgeberverzeichnisses des Naturparks (2000)

Karte 16: BETTENANZAHL NACH GEMEINDEN 1999
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

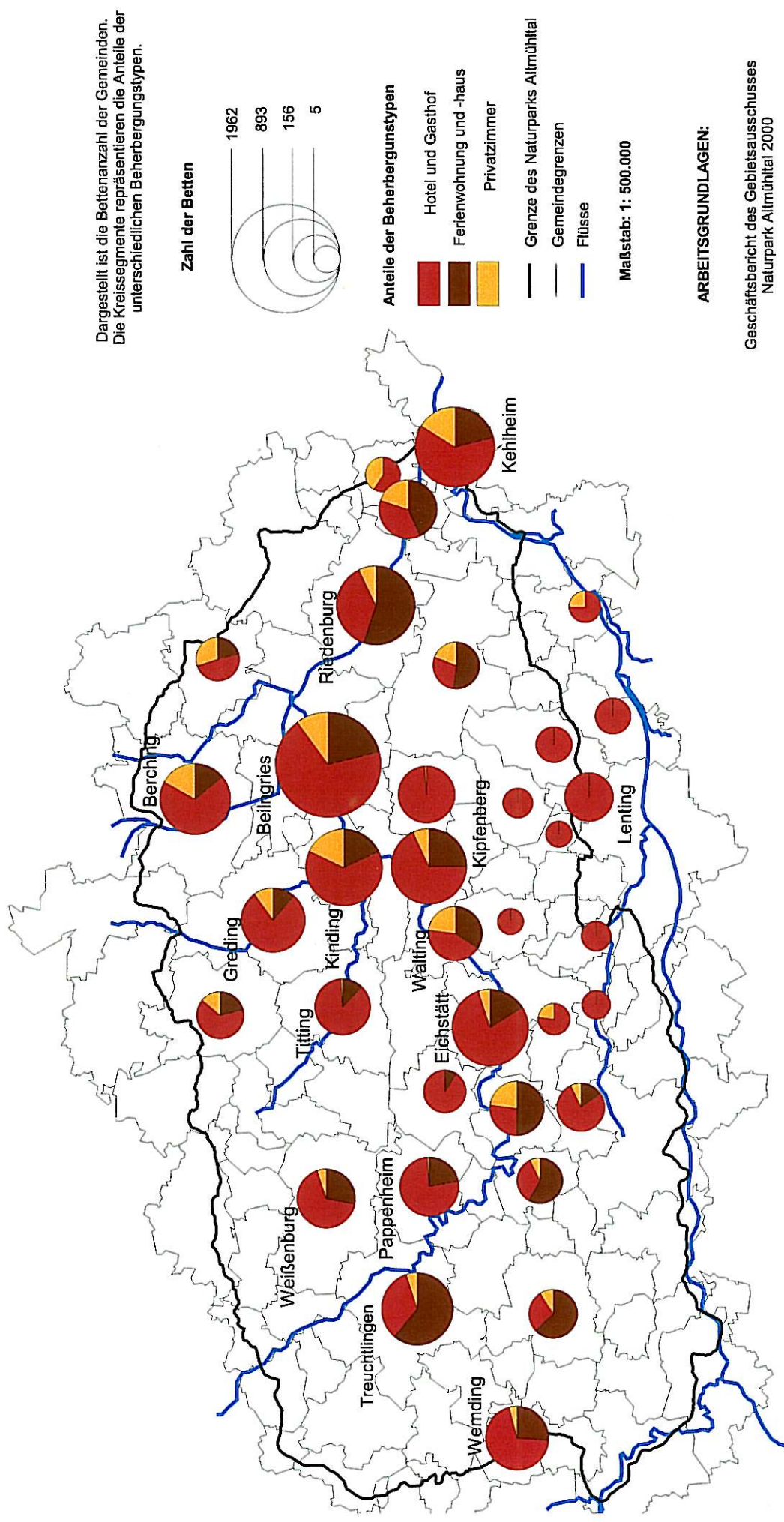
Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL



Karte 17: BETTENANZAHL NACH SEKTOREN UND GEMEINDEN 1999
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL



sowie des verfügbaren Werbematerials, diejenigen Betriebe zu erfassen, welche sich durch besondere Angebote oder Leistungen hervorheben. Dies trifft allerdings nur für die relativ geringe Anzahl von ca. 40 Hotels, Gasthöfen und Ferienwohnungen zu, wobei sich fünf „Themenbereiche“ ergeben, nämlich: Wellness und Beauty, spezielle gastronomische Angebote, interessante Pauschalangebote und besondere architektonische Gestaltung der Anlagen. Diese Themenbereiche können auch in Kombination auftreten (siehe die Legende von Karte 18). Natürlich konzentriert sich hier das Gros der besonderen Angebote wieder vorwiegend im Altmühltal, allerdings auch hier in unterschiedlicher Intensität:

- So ist vor allem das untere Altmühltal mit nur zwei „hervorgehobenen“ Hotels und drei „besonderen“ Gastronomiebetrieben (davon zwei im benachbarten Schambachtal) besonders unterbesetzt.
- Gewisse Schwerpunkte lassen sich vor allem in Beilngries, teilweise in Kipfenberg – Arnsberg erkennen, etwas abgeschwächter auch im Raum Eichstätt, und eine etwas dichtere „Streuung“ ist auch zwischen Treuchtlingen und Pappenheim festzustellen.

Insgesamt erkennt man aber recht deutlich, dass die bisher im Naturpark bestehenden Angebote (darunter nur ein Vier-Sterne-Hotel in Gunzenhausen) den Trends zur „Erlebnisastronomie“ und „Erlebnishotellerie“ höchstens in Ansätzen entsprechen. Dazu zählen etwa ein gastronomisches Netzwerk, über welches das „Altmühltaler Lamm“ angeboten wird, oder einzelne Initiativen, wie z. B. der „kulinarische Frühling“ in Beilngries.

4.5 Wasserbezogene Angebote

Bezüglich des wasserbezogenen touristischen Angebotes sind im Naturpark zwei Teilbereiche zu unterscheiden: die Angebote für den Bootstourismus im oberen und mittleren Talbereich der Altmühl sowie die Personenschiffahrt und die Flusskreuzfahrten im Kanalbereich.

Karte 19 gibt Aufschluss über die *Standorte der Bootsverleihe* und die hier angebotenen *Bootstypen*, wobei sich eine mehr oder minder ausgeglichene Verteilung über die für Bootsfahrten geeignete Flussstrecke ergibt (von den abseits vom Fluss gelegenen, kleinen

Karte 18: AUSGEWÄHLTE GASTRONOMIE UND HOTELLERIE
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

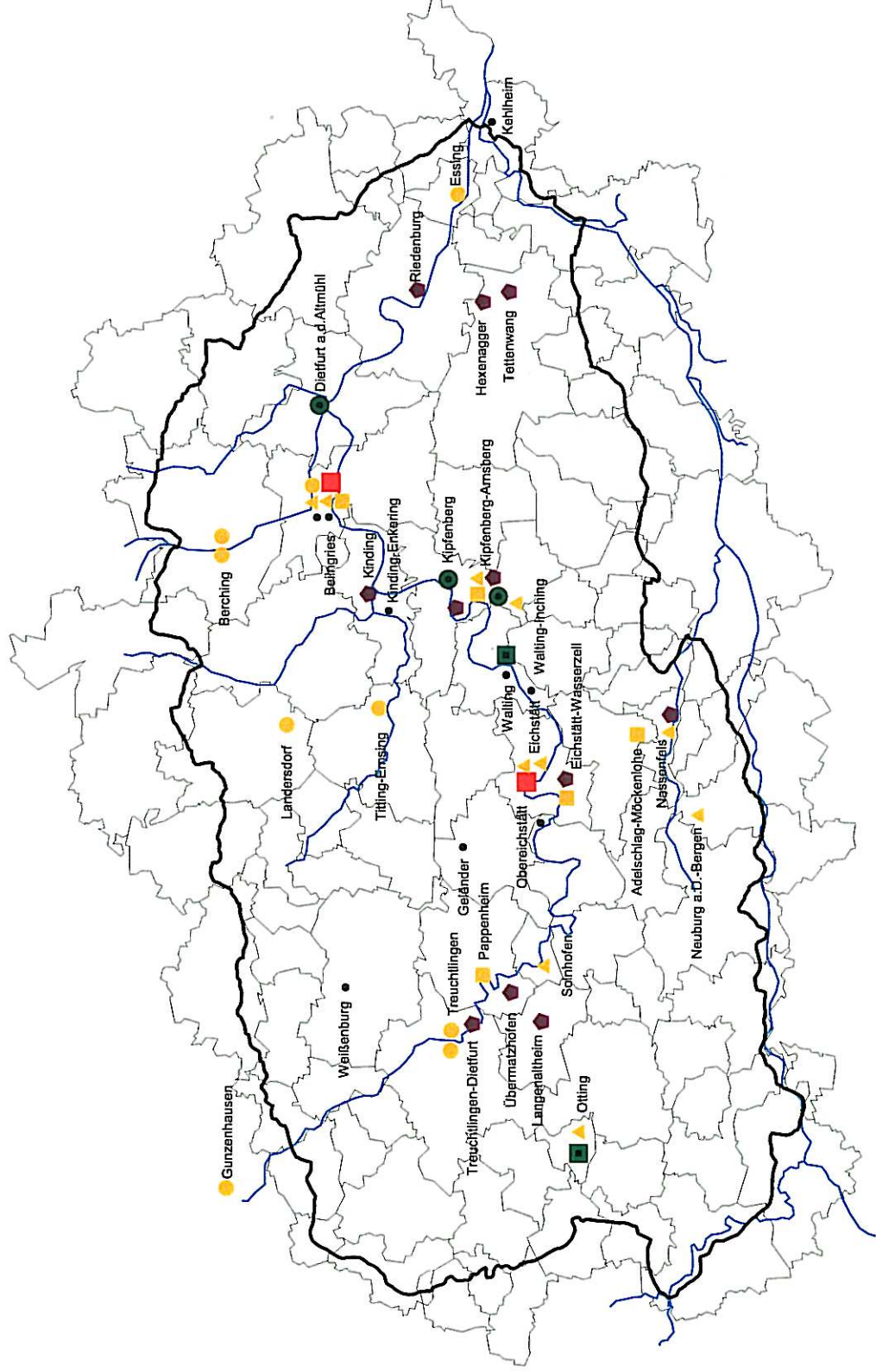
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind ausgewählte Gastronomie- und Hotelleriebetriebe, die durch besondere Angebote, bauliche Merkmale und Leistungen herausragen. Die Kennzeichnung der Hotelbetriebe erfolgt nach Themenkomplexen, während die "besondere Gastronomie" in einer Gruppe zusammengefasst ist.

HOTELBETRIEBE MIT...

- spezieller Gastronomie, interessanter architektonischer Gestaltung und Wellnessangebot
- interessanter architektonischer Gestaltung und Wellnessangebot
- spezieller Gastronomie und interessanter architektonischer Gestaltung
- ▲ interessanter architektonischer Gestaltung
- Wellnessangebot
- spezieller Gastronomie
- sonstigen besonderen Angeboten (z.B. Pauschalangebote, Bauernhof)
- ◆ "besondere Gastronomiebetriebe"

- Gemeindegrenzen
- Grenze des Naturparks Altmühltal
- Flüsse



Maßstab: 1: 500.000

ARBEITSGRUNDLAGEN:

Gastgeberverzeichnis des Naturpark Altmühltal 2000
und sonstige Werbeprospekte

BEARBEITER:

Krdtsch Daniela, Näher Eva

Karte 19: BOOTSVERLEIHE IM NATURPARK ALTMÜHLTAL
BOOTSTYPEN UND ZAHL DER BOOTE

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie

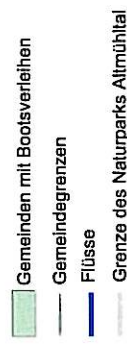
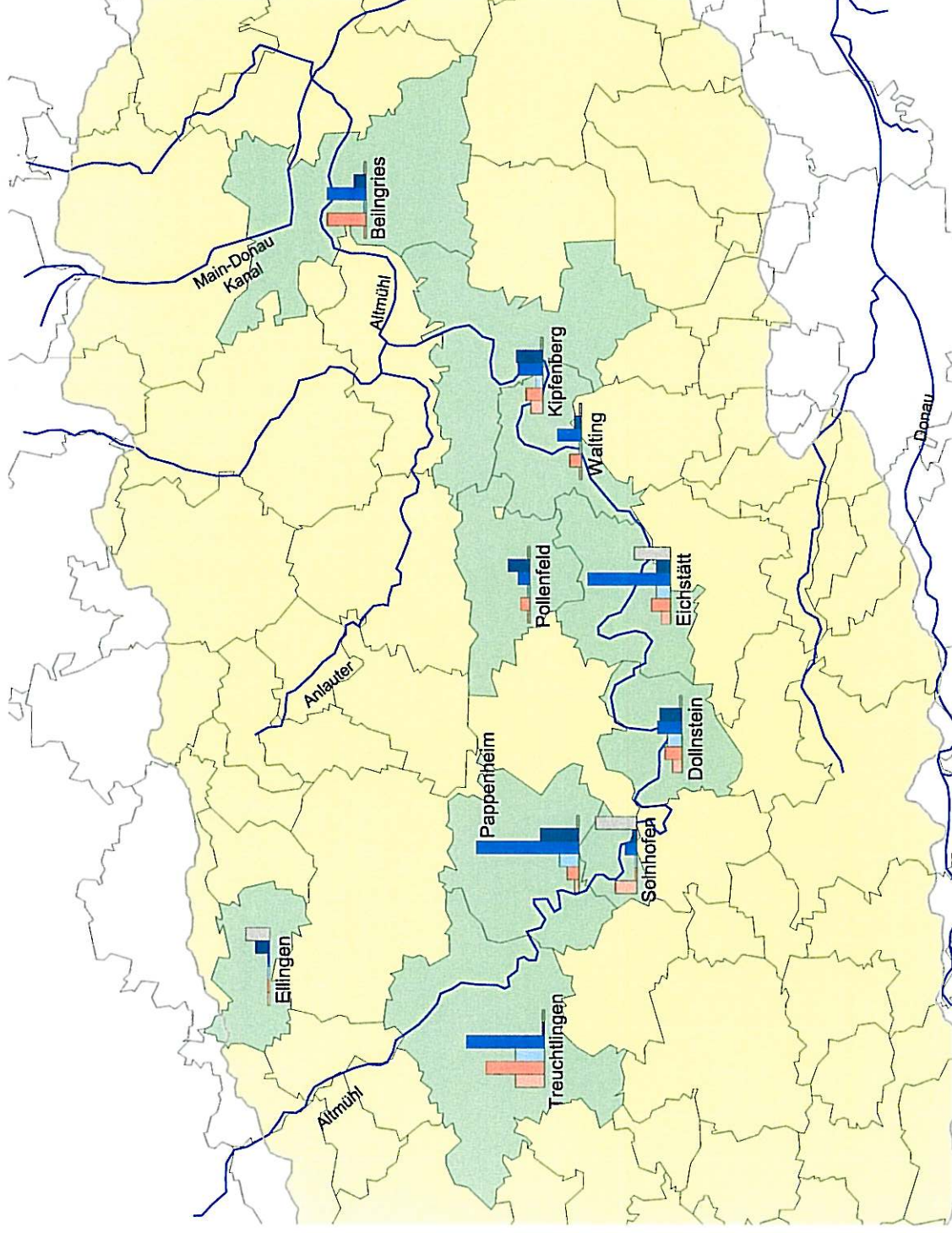
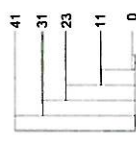
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN KURZ- UND TAGESTOURISMUS IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt sind die Standorte (Gemeinden) der
Bootsverleihe, sowie Art und Anzahl der ange-
botenen Bootstypen.

BOOTSTYPEN



ZAHL DER BOOTE



Maßstab: 1: 325.000

ARBEITSGRUNDLAGEN

Informationszentrum Naturpark Altmühltal:
Bootsverleihe (Broschüre)

BEARBEITER
Michael Nowak

Bootsverleihen in Ellingen und Pollenfeld aus werden die Boote zum Fluss transportiert). Daher können die Nachfrager auch unter „Einstiegen“ in verschiedene Flussabschnitte bzw. Teilrouten auswählen, und die Versorgung mit den verschiedenen Bootstypen dürfte einigermaßen sichergestellt sein. Die größeren Verleihe haben ihre Standorte im oberen und mittleren Talbereich und bieten vor allem Bootstypen an, die für mehrere Personen geeignet sind.

Die *Personenschifffahrt* im Kanalbereich wird vom Reedereiverbund der „Weißen Flotte“ durchgeführt. In den Karten 20 bis 22 ist die *Anzahl der Schiffshalte* im Linienverkehr dargestellt, und zwar für die Sonntage, Samstage und Werktage in der Saison, wobei zusätzlich auch nach den Tageszeiten der Halte unterschieden wird. Von den verschiedenen Haltepunkten werden die im Kernbereich der Kanalstrecke gelegenen Stationen Essing, Prunn und (leicht abgemindert) Riedenburg in beiden Fahrtrichtungen am häufigsten angefahren. Etwas weniger Ankünfte haben Dietfurt und Eggersberg im nordwestlichen Routenverlauf zu verzeichnen, ebenso Kelheim am Südrand der Kanalstrecke. Wegen der längeren Talstrecke, der erforderlichen Schleusungsvorgänge und der geringeren Attraktivität des Talabschnitts werden die Stationen im nördlichen Abschnitt, Beilngries und Berching, nur im deutlich geringeren Ausmaß bedient. Wegen der neuen Bahnverbindung sollten aber gerade hier die Nachfragerzahlen sehr deutlich ansteigen. Wenn man sehr zeitaufwendige Schiffsfahrten vermeiden und den Besuchern den attraktiven Abschnitt der Kanalstrecke präsentieren will, wird sich ein längerer (möglichst rascher) Bustransport, z. B. von Kinding bis nach Riedenburg, wohl nicht vermeiden lassen. Große Unterschiede gibt es auch bezüglich der *Verteilung der Schiffsankünfte über den Tagesverlauf*. Die drei Karten zeigen, dass die drei Halte des Kernabschnittes zu allen Tageszeiten relativ gleichmäßig angelaufen werden, was aber für die anderen, randlich gelegenen Schiffsanlegestellen sehr viel weniger zutrifft: So gibt es etwa im Sonntagsverkehr im nordwestlichen Abschnitt von Berching bis Eggersberg am Vormittag keine Fahrmöglichkeit.

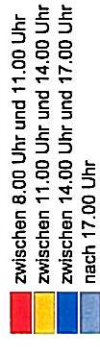
Diese Angebotsstrukturen entlang der Schifffahrtslinie auf dem Main-Donau-Kanal spiegeln sich auch in den Zahlen der *maximalen Passagiere* wider, welche nach der Bedienungshäufigkeit der Stationen und entsprechend den Kapazitäten der eingesetzten Schiffe errechnet werden können. Karte 23 enthält diese Angaben, wieder für den Sonntags-, Samstags- und Werktagsverkehr. Im zentralen Linienabschnitt (Riedenburg – Essing) beläuft sich diese Zahl der möglichen Passagiere immerhin auf täglich zwischen 4.000 und 5.000, für

Karte 20: PERSONENSCHIFFFAHRT AUF DEM MAIN-DONAU-KANAL
SCHIFFSHALTE AN SONNTAGEN

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die Zahl der Halte der Schiffe der "Weißen Flotte" im Sonntags-Verkehr bezogen auf eine Woche in der Schifffahrtssaison. Es wird auch nach der Tageszeit der Schiffsankünfte an den verschiedenen Anlegestellen unterschieden.

TAGESZEIT DER HALTE



ZAHLE DER ANKÜNFTEN



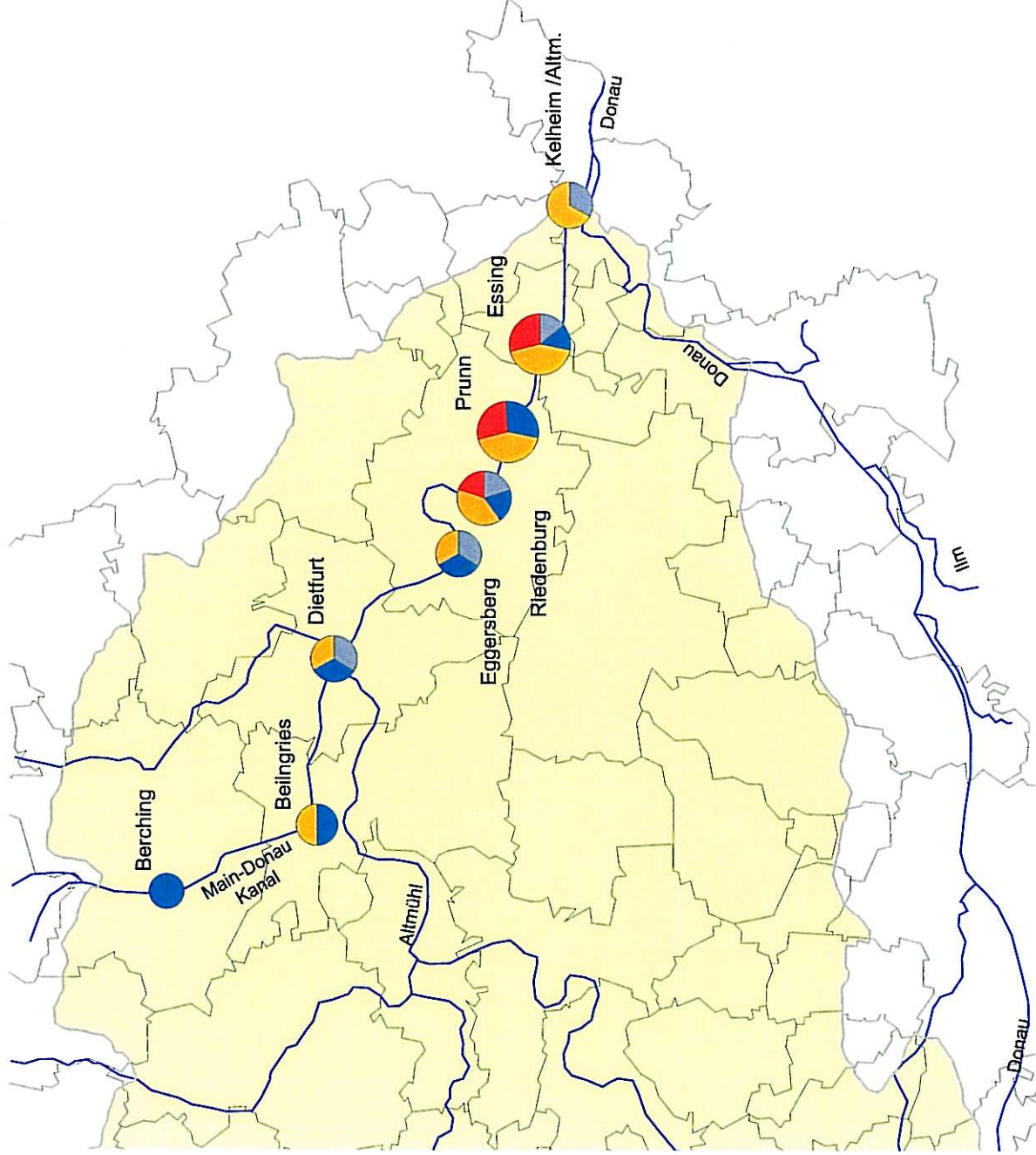
Maßstab: 1: 300.000

ARBEITSGRUNDLAGEN

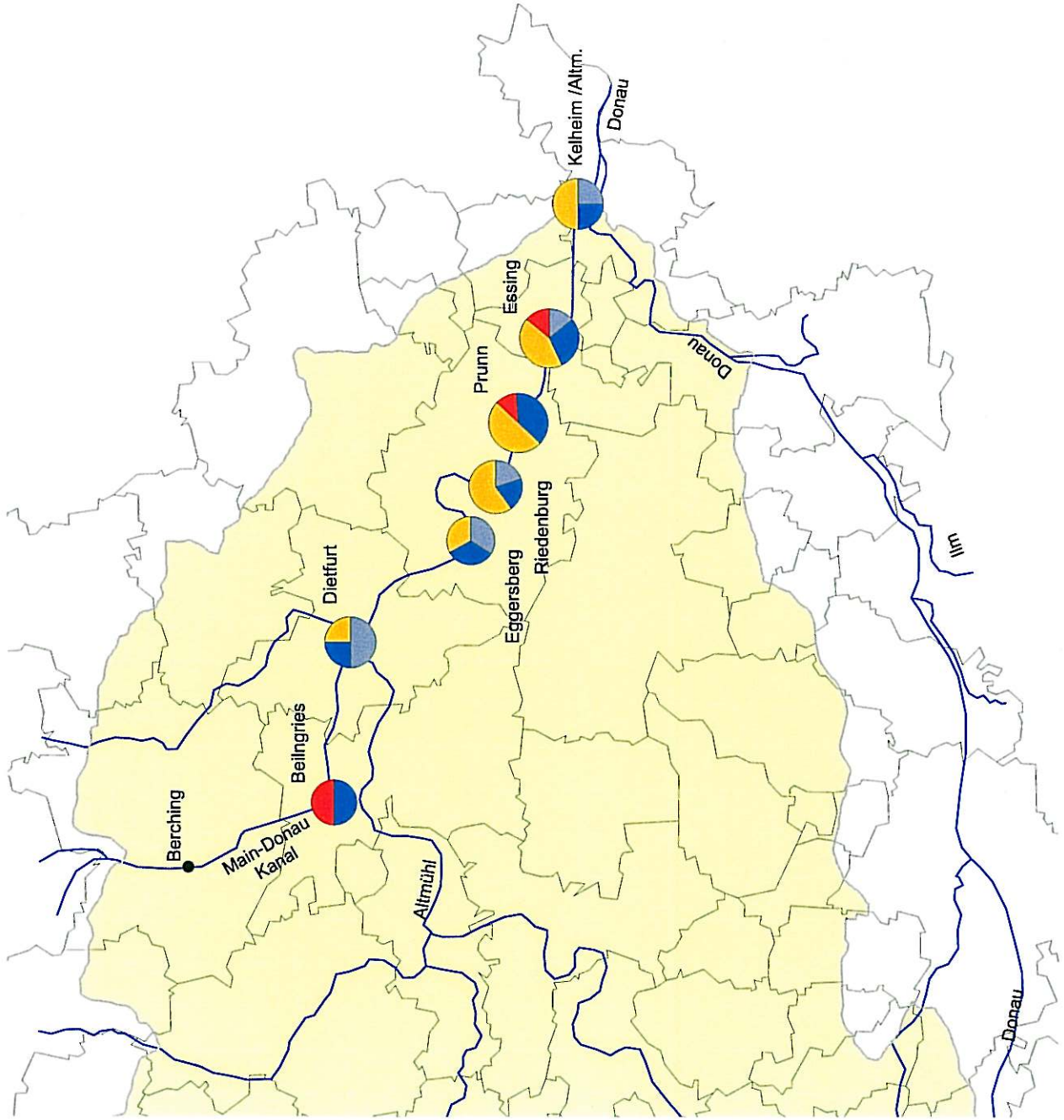
Informationszentrum Naturpark Altmühltal:
Personenschiffahrt im Donau- und Altmühltal
Fahrplan 2001 (Broschüre)

BEARBEITER
Michael Nowak

* Reedereien: Altmühltal Personenschiffahrt GmbH,
Personenschiffahrt Altmühltal, Personenschiffahrt Stadler
GmbH & Co.KG, Stahl Personenschiffahrt Kelheim GmbH,
Personenschiffsverkehr Josef Schweiger



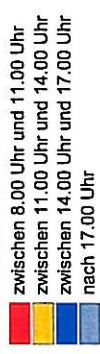
Karte 21: PERSONENSCHIFFFAHRT AUF DEM MAIN-DONAU-KANAL
SCHIFFSHALTE AN SAMSTAGEN



Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
**ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL**

Dargestellt ist die Zahl der Halte der Schiffe der "Weißen Flotte" im Samstags-Verkehr bezogen auf eine Woche in der Schiffsaison. Es wird auch nach der Tageszeit der Schiffsankünfte an den verschiedenen Anlagen unterschieden.

TAGESZEIT DER HALTE



ZAHL DER ANKÜNfte



- Keine Schiffshalte an Samstagen
- Gemeindegrenzen
- Flüsse
- Grenze des Naturparks Altmühltal

Maßstab: 1: 300.000

ARBEITSGRUNDLAGEN

Informationszentrum Naturpark Altmühltal:
Personenschifffahrt im Donau- und Altmühltal
Fahrplan 2001 (Broschüre)

BEARBEITER
Michael Nowak

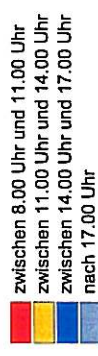
* Reedereien: Altmühltal Personenschifffahrt GmbH,
Personenschifffahrt Altmühltal, Personenschifffahrt Stadler
GmbH & Co.KG, Städtische Personenschifffahrt Kelheim GmbH,
Personenschiffsverkehr Josef Schwelger

Karte 22: PERSONENSCHIFFFAHRT AUF DEM MAIN-DONAU-KANAL
SCHIFFSHALTE AN WERKTAGEN

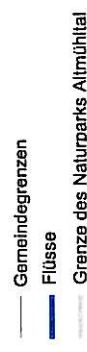
Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die Zahl der Halte der Schiffe der "Weißen Flotte" im Werktags-Verkehr bezogen auf eine Woche in der Schifffahrtssaison. Es wird auch nach der Tageszeit der Schiffsankünfte an den verschiedenen Anlegestellen unterschieden.

TAGESZEIT DER HALTE



ZAHL DER HALTE



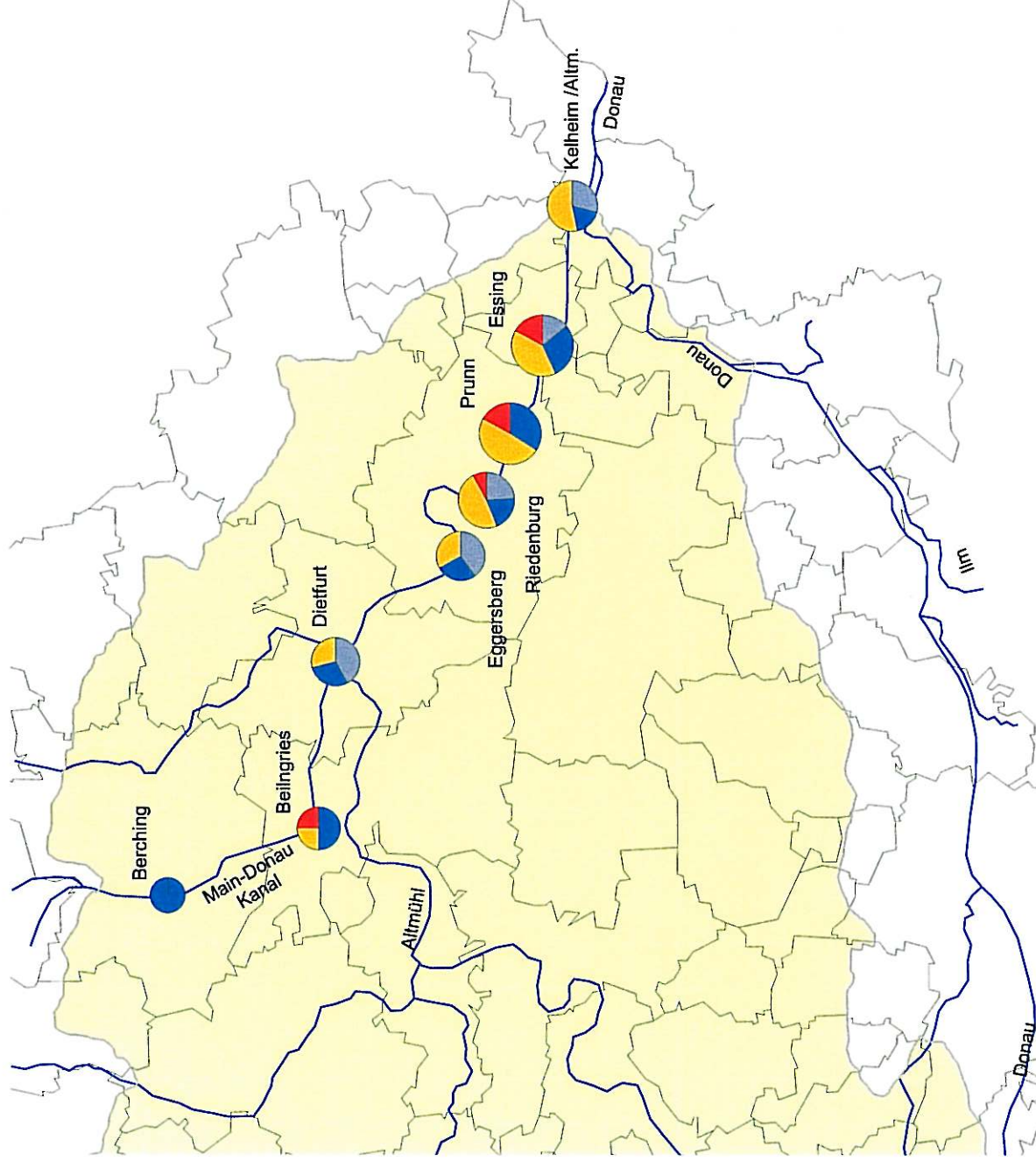
Maßstab: 1: 300.000

ARBEITSGRUNDLAGEN

Informationszentrum Naturpark Altmühltal:
Personenschifffahrt im Donau- und Altmühltal
Fahrplan 2001 (Broschüre)

BEARBEITER
Michael Nowak

- Reederien: Altmühltal Personenschifffahrt GmbH, Personenschifffahrt Altmühltal, Personenschifffahrt Stadler GmbH & Co.KG, Steißl Personenschifffahrt Kalheim GmbH, Personenschiffsverkehr Josef Schwegler



die Verpflegungs-, Unterhaltungs-, Besichtigungs- etc. Angebote bereitzustellen sind. Nach der Fertigstellung der Strecke der Hochgeschwindigkeitsbahn und im Falle der Realisierung der Maßnahmen für den Ausflugs- und Kurzurlaubsverkehr dürften sich diese Zahlen (auch unter der Voraussetzung entsprechender Verbesserungen der Linienschifffahrt) noch deutlich erhöhen.

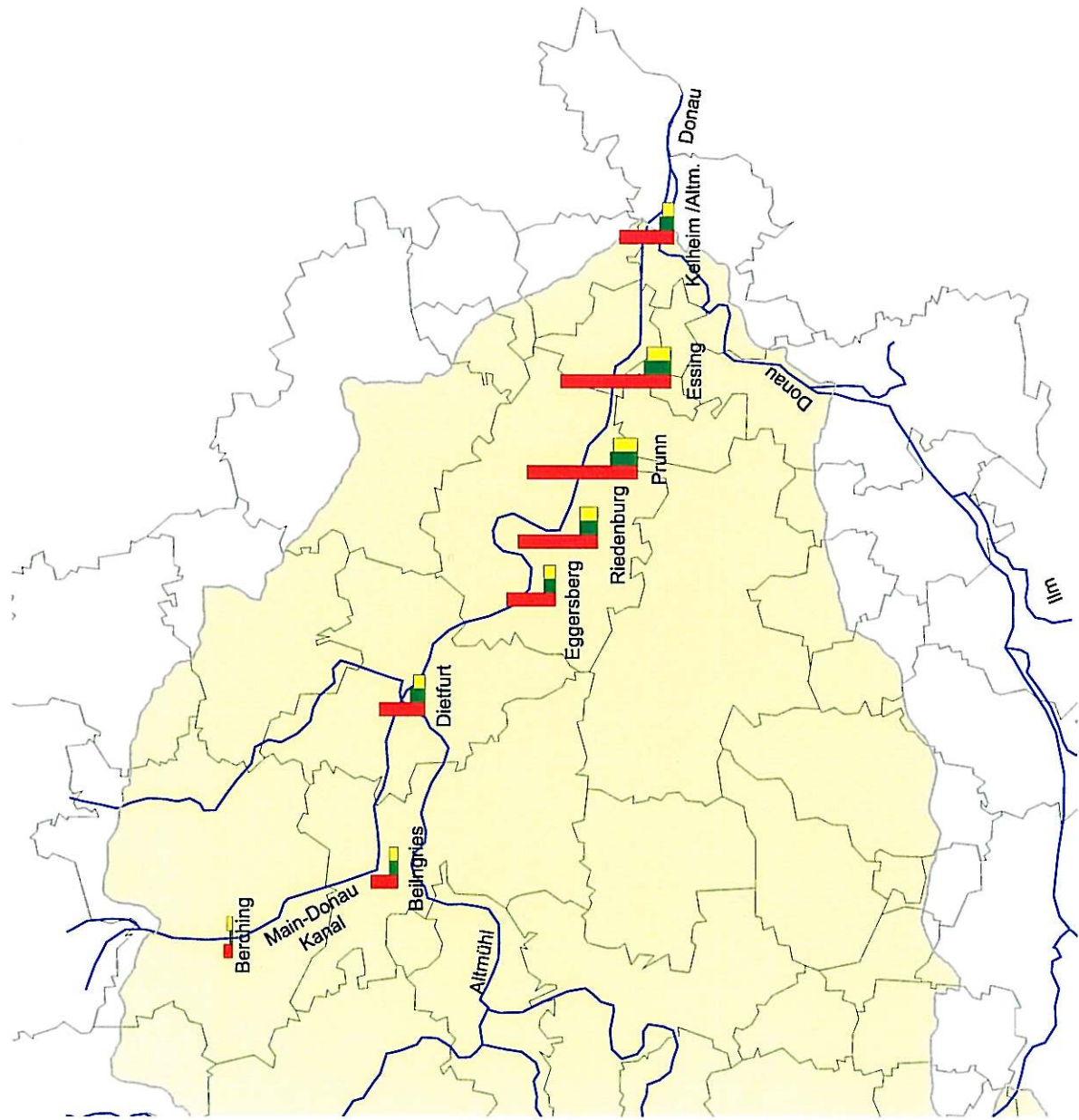
Besichtigungs- und Unterhaltungsangebote sind auch den *Passagieren der Flusskreuzfahrtschiffe* anzubieten, welche den Naturpark auf der Kanalroute durchqueren und derzeit an drei Stationen anlegen: in Dietfurt, Riedenburg und Kelheim. Art und Umfang der Angebote für Teilnehmer von Flusskreuzfahrten werden wesentlich bestimmt von der Länge der Aufenthalte an den verschiedenen Anlegestellen sowie von den entsprechenden Tageszeiten. Karte 24 zeigt diese „*Zeitfenster*“ für die Aktivitäten der Passagiere an Land: Sie betragen in Dietfurt ca. 2 Stunden, in Riedenburg ca. 3 und in Kelheim sogar an die 6 Stunden, wobei die Riedenburger Aufenthalte nur tagsüber stattfinden, in den beiden anderen Stationen jeweils mehr oder minder zur Hälfte auch am Abend.

In Karte 25 ist zu erkennen, dass die – wieder nach den Kapazitäten der Flusskreuzfahrtschiffe berechnete – maximale *Zahl der Kreuzfahrtpassagiere*, die in den drei Stationen Halt machen, sehr differiert. Immerhin ergibt sich in Dietfurt und Kelheim nach den Programmen der Kreuzfahrtunternehmen in der Sommersaison 2000 ein Potential von ca. 5.000 bis 7.000 Flusstouristen, während sich diese Zahl für Riedenburg nur auf ca. 300 beläuft. Zukünftig können sich diese Relationen aber sehr verändern, wegen der ständigen Inbetriebnahme neuer – immer luxuriöserer – Schiffe und der vermuteten weiteren Zunahme der Nachfrager im Flusstourismus, aber auch durch die Planung von neuen Besichtigungs- und Unterhaltungsangeboten an der Kanalstrecke. Man kann wohl davon ausgehen, dass solche Innovationen von den Reedereien recht gerne angenommen werden, die immer härteren Konkurrenzbedingungen ausgesetzt sind und immer neue Attraktionen für die Wiederholungsreisenden suchen.

Karte 23: PERSONENSCHIFFFAHRT AUF DEM MAIN-DONAU-KANAL
SCHIFFSHALTE UND MAXIMALE ZAHL DER PASSAGIERE

Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die Zahl der Schiffshalte der "Weißen Flotte" an den verschiedenen Anlegestellen sowie die hypothetische Anzahl der Passagiere, die hier jeweils ankommen. Diese maximale Zahl der Passagiere wurde auf der Basis der Kapazität der Schiffe geschätzt.



MAXIMALE ZAHL DER PASSAGIERE

SCHIFFSHALTE	PASSAGIERE
35	= 19180
25	= 13700
15	= 8220
8	= 4384
0	= 0

TAGESZEIT DER HALTE

- werktags
- samstags
- sonntags

- Gemeindegrenzen
- Flüsse
- Grenze des Naturparks Altmühltal

Maßstab: 1: 300.000

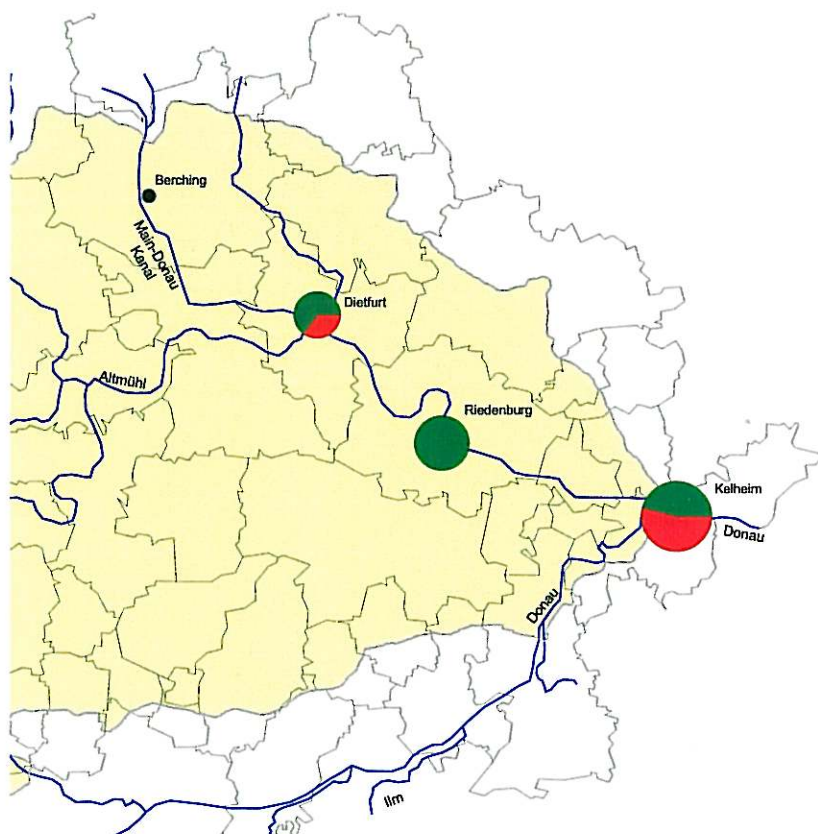
ARBEITSGRUNDLAGEN

Personenschiffahrt im Donau- und Altmühltal
Information der Schiffs-kasse Kelheim

BEARBEITER
Michael Nowak

* Reedereien: Altmühltal Personenschiffahrt GmbH, Personenschiffahrt Altmühltal, Personenschiffahrt Stadler GmbH & Co.KG, Stabl Personen schiffahrt Kelheim GmbH, Personenschiffsverkehr Josef Schwegler

Karte 24: FLUßKREUZFAHRTEN AUF DEM MAIN-DONAU-KANAL DURCHSCHNITTliches "ZEITFENSTER" FÜR AKTIVITÄTEN AN LAND



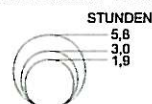
Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist das durchschnittliche "Zeitfenster" (in Stunden), das den Passagieren an den verschiedenen Anlegestellen für Besichtigungen, Ausflüge usw. zur Verfügung steht. Die Berechnung erfolgte aufgrund der Aufenthalte aller Schiffe, welche die einzelnen Stationen im Verlauf der Saison 2000 angelaufen haben. In den dargestellten "Zeitfenstern" sind die Zeiten für die Einnahme von Mahlzeiten an Bord (Frühstück, Mittagessen, Abendessen) sowie die Schlafzeiten nicht berücksichtigt.

AUFENTHALT AN DEN ANLEGESTELLEN



DURCHSCHNITTliches "ZEITFENSTER"



- Aufenthalt nur nachts, daher kein Zeitfenster für Aktivitäten
- Gemeindegrenzen
- Flüsse
- Grenze des Naturparks Altmühltal

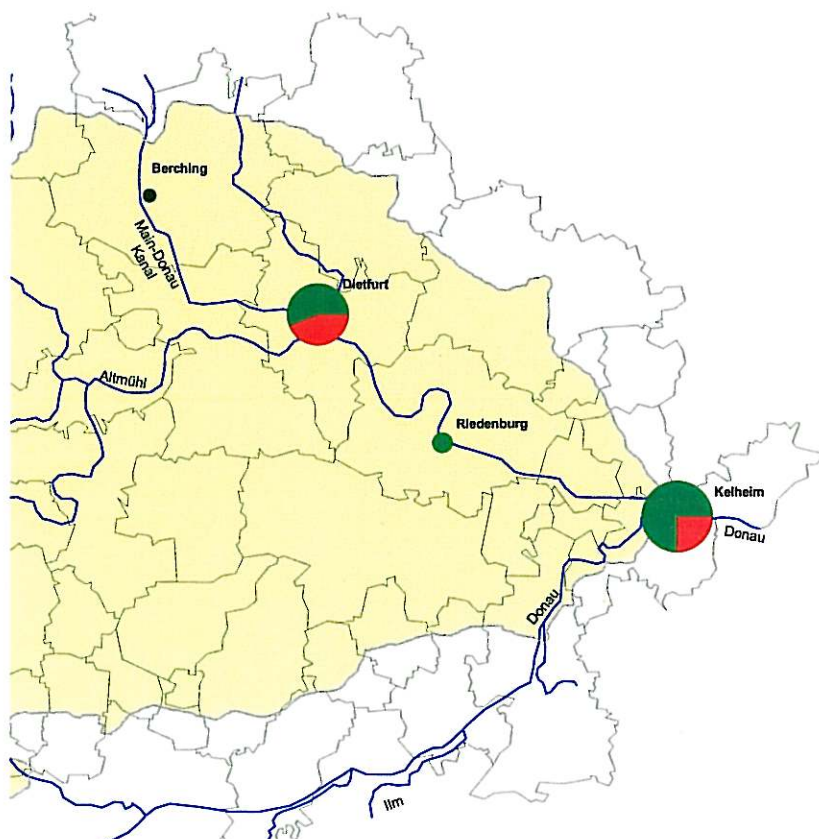
Maßstab: 1: 450.000

ARBEITSGRUNDLAGEN

DERTOUR: Katalog "Flußkreuzfahrten"
KD: Katalog "Flußkreuzfahrten 2000"
SEETOURLS: Katalog "Flußkreuzfahrten"

BEARBEITER
Michael Nowak

Karte 25: FLUßKREUZFAHRTEN AUF DEM MAIN-DONAU-KANAL MAXIMALE ZAHL DER PASSAGIERE



Katholische Universität Eichstätt
Professur für Wirtschaftsgeographie
ENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DEN
KURZ- UND TAGESTOURISMUS
IM NATURPARK ALTMÜHLTAL

Dargestellt ist die maximale Zahl der Personen, die in der Saison 2000 an den verschiedenen Anlegestellen hätten ankommen können und die Zeit für Aktivitäten an Land hatten. Hierbei werden Aufenthalte am Tag und am Abend unterschieden. Bei der Ermittlung der Zahl der maximalen Passagiere gilt die Annahme, daß die Flußkreuzfahrtschiffe jeweils voll ausgelastet sind.

AUFENTHALT AN DEN ANLEGESTELLEN



HYPOTHETISCHE ZAHL DER PASSAGIERE



- Aufenthalt nur nachts
- Gemeindegrenzen
- Flüsse
- Grenze des Naturparks Altmühltal

Maßstab: 1: 450.000

ARBEITSGRUNDLAGEN

DERTOUR: Katalog "Flußkreuzfahrten"
KD: Katalog "Flußkreuzfahrten 2000"
SEETOURLS: Katalog "Flußkreuzfahrten"

BEARBEITER
Michael Nowak

4.6 Stärken-Schwächen-Profil

Tabelle 2 fasst die hier dargestellten Ergebnisse der Analyse von ausgewählten touristischen Angebots-elementen zusammen. Sie bezieht sich nur auf die Kernzone des Naturparks, wo sich die Attraktionen sowie auch die Fremdenverkehrsinfrastruktur im großen Ausmaß konzentrieren. Diese Kernzone des Altmühltals (inklusive der oben genannten Abschnitte von Nebentälern, die unmittelbar anschließen) wird in die drei Hauptabschnitte der oberen, mittleren und unteren Talzone untergliedert, wobei der obere und mittlere Talbereich noch jeweils in zwei Unterabschnitte geteilt ist. Diejenigen Angebots-elemente, welche man als „relativ attraktiv“ oder sogar als „besonders attraktiv“ einschätzen kann, sind graphisch hervorgehoben. Somit kann man aus der Tabelle 2 „Eignungsprofile“ (und auch Angebotsdefizite) der Talabschnitte ableiten, die als eine Bezugsbasis für das touristische Entwicklungskonzept dienen sollen:

- Der Talabschnitt *Treuchtlingen – Pappenheim* mit der benachbarten Kreisstadt *Weißenburg in Bayern* hat zwar das vergleichsweise ungünstigste Erreichbarkeitspotential an Tagesbesuchern, die im IV anreisen, jedoch liegen diese Potentialwerte allgemein so hoch, dass dies nicht unbedingt als ein gravierender Nachteil zu werten ist. Mit dem Ausbau der HGB-Strecke wird sich auch hier noch das ÖV-Erreichbarkeitspotential deutlich verbessern, allerdings betrifft dies nicht so sehr die Stadt *Weißenburg*. Diese hat aber einige recht attraktive Angebots-elemente aufzuweisen, den mittelalterlichen Stadtkern mit der gotischen Andreaskirche, die Reste der römischen Thermen und das Römermuseum, sowie das auf die traditionelle Kultur ausgerichtete Veranstaltungsprogramm. Ein zweiter attraktiver Angebotsschwerpunkt der Region wurde bisher noch nicht angesprochen, nämlich die *Altmühltherme* in Treuchtlingen mit Thermalbad, Saunalandschaft, Wellenbad, Freibadebereich und einem physikalischen Therapiezentrum, die sowohl von den Fremdenverkehrsgästen als auch von den Nachfragern aus der Region recht günstig bewertet wird (J. STEINBACH, A. HOLZHAUSER u. a., 2000). Geplant ist ein weiterer Ausbau im Gesundheits- und Wellnessbereich, unter Umständen mit einem angeschlossenen Hotel. Da Weißenburg und Treuchtlingen nur ca. 11 km voneinander entfernt liegen, kann man sich touristische „Packages“ vorstellen, welche Angebote beider Standorte kombinieren.

Auch die Reste der *römischen Vergangenheit der Region* südlich des Verlaufes des ehemaligen Limes sind eher flächenhaft gestreut. Sie gehen zurück auf die relativ kurzfristige Zugehörigkeit von Gebieten nördlich der Donau zur Provinz Raetien des römischen Weltreiches im ersten Jahrhundert nach Christi Geburt, als der Grenzwall des Limes von der Donau nach Norden verlegt wurde und so das Gebiet des heutigen Naturparks durchquerte (siehe Karte 10).

Reste von Siedlungen, Tempeln, Thermen, Kastellen und Gutshöfen, die man in seinem Hinterland findet, belegen die hochentwickelte römische Kultur, die sich hier bis zum dritten Jahrhundert nach Christus entwickelt hat, als die Römer wieder in die Gebiete südlich der Donau zurückgedrängt wurden. Allerdings gibt es – siehe Karte 10 – im Bereich des Naturparks bisher keine wirklich spektakulären Funde, sieht man eventuell von der Stadt *Weißenburg* mit ihren 1977 ausgegrabenen „Römischen Thermen“ ab, welche zur Infrastruktur des Kastells Biriciana zählten. Eine gewisse Konzentration von teilweise aufwendig rekonstruierten Relikten findet sich im *mittleren Altmühltal* und seinem engeren Umland, wobei die (Teil-)Spezialisierung der touristischen Sehenswürdigkeiten auf die Römerzeit noch deutlicher wird, wenn man auch die auf das Thema bezogenen Museen und Lehrpfade mit einbezieht (siehe Karte 11). Zu diesem Angebotsbündel gehören vor allem:

- die Rekonstruktion einer *römischen Villa* aus dem ersten Jahrhundert nach Christus (mit angeschlossenem römischem Haustierpark) in Möckenlohe südlich von Eichstätt.
- Unweit davon gibt es in Pfünz – ca. 40 m über der Talsohle der Altmühl – die Rekonstruktion von Teilen des *Kastells „Vetoniana“*, in dem einst ca. 500 Soldaten stationiert waren. Es handelt sich um die zweitgrößte derartige Anlage in Süddeutschland.
- 1998 wurde in der Burg Kipfenberg (auf privater Basis) das *Römer- und Bajuwarenmuseum* eröffnet, dessen Hauptattraktion ein spektakulärer Grabfund ist, welcher wesentliche Aufschlüsse über die Geschichte des Stammes der Bajuwaren gibt.
- Die nahe dem Museum gelegenen, allerdings nicht rekonstruierten Reste eines *Kastells* bei Böhming, das zur Befestigung des *Limes* errichtet wurde, welcher hier das Altmühltal quert, bilden ein Ziel für die Besichtigungstouren, welche für die Museumsbesucher angeboten werden.

Tabelle 2: Stärken-Schwächen-Profil der Kernzone des Naturparks Altmühltal

Stärken und Schwächen							
Ausgewählte Angebotsэлеmente			Oberes Altmühltal		Mittleres Altmühltal		Unteres Altmühltal
			Treuchtlingen – Pappenheim (Weißenburg)	Solnhofen – Eichstätt	Landershofen – Kipfenberg	Kinding – Beilngries	Dietfurt – Kehlheim
Erreichbarkeit für Tages- und Kurzurlaubsbesucher	im Individualverkehr	Ist-Zustand	relativ am ungünstigsten	durchschnittlich	gut bis sehr gut	sehr gut	gut
			unterdurchschnittlich bis gut	durchschnittlich bis gut	unterdurchschnittlich	ungünstig	ungünstig
	HGB-Ausbau	gut bis sehr gut	gut	gut bis sehr gut	sehr gut	gut bis sehr gut	
		Weißenburg: durchschnittlich		überdurchschnittlich bis groß	überdurchschnittlich bis groß	groß bis sehr groß	
Naturraum	Attraktivität der Landschaft		durchschnittlich bis überdurchschnittlich	groß			
	einzelne Sehenswürdigkeiten (Lehrpfade)		geringe Dichte (Karlsgraben-Lehrpfad)	höhere Dichte (einschließlich Wellheimer Trockental)	mittlere Dichte	mittlere Dichte (einschließlich der Nebentäler)	geringe Dichte (Donaudurchbruch)
	naturbezogene Museen (Jura-Zeit)		-	sehr gute Ausstattung z.T. sehr ähnliche Exponate	-	-	-
Ausgewählte Elemente des kulturräumlichen Angebotes	attraktive städtebauliche Ensembles		Weißenburg (B)* Pappenheim (D)	Eichstätt (A – B) Dollnstein (D)	-	Greding (C) Berching (C) Beilngries (D)	Essing (D)
	Burgen, Schlösser, Ruinen etc.		sehr vereinzelt, außer: Weißenburg	durchschnittlich außer: Eichstätt	konzentriert auf: Arnsberg, Kipfenberg	Beilngries, Ruinen im Anlautertal	relativ häufig, plus Schambachtal, Kloster Weltenburg
	Reste aus der Römerzeit		sehr vereinzelt, außer: Weißenburg	-	teilweise vorhanden, plus: Umgebung	-	-
	Museen mit Bezug auf Römerzeit		Weißenburg (++)**	Eichstätt (+)	Kipfenberg (+++)	-	-

Tabelle 2: Stärken-Schwächen-Profil der Kernzone des Naturparks Altmühltal (Fortsetzung)

Ausgewählte Angebotselemente		Stärken und Schwächen			
		Oberes Altmühltal		Mittleres Altmühltal	Unteres Altmühltal
Veranstaltungen	Häufigkeit	Treuchtlingen – Pappenheim (Weißenburg)	Solnhofen – Eichstätt	Landershofen – Kipfenberg	Dietfurt – Kehlheim
	Art	vergleichsweise häufiger, konzentriert auf Weißenburg, Treuchtlingen	weniger häufig konzentriert auf Eichstätt	weniger häufig	etwas häufiger
	Verteilung über die Saison	eher: traditionelle Kultur	eher: traditionelle Kultur	bedeutendere Anteile von Faschingsbrauchtum, historischen Festen	eher: Feste, volkstümliche Kultur, Märkte
Übernachtungsangebot	Verbreitung	starke Dominanz im Juni	deutliche Saisonspitze	(plus Weihnachtszeit)	relativ regelmäßig
	Qualität des Angebotes	unterdurchschnittlich	unterdurchschnittlich	durchschnittlich	relativ dichter Besatz
	Qualität des gastronomischen Angebotes	Standardangebot	Standardangebot mit Ansätzen zur Komforthotellerie	Standardangebot	Standardangebot mit höherem Anteil der Komforthotellerie
Bootsverleih		unterdurchschnittlich, vereinzelte Ansätze			
Ankünfte an den Stationen der Kanalschifffahrt	relativ großes Angebot	relativ großes Angebot	mittleres Angebot	geringes Angebot	-
	häufig besonders: Riedenburg bis Essing	-	-	eher selten	häufig besonders: Riedenburg bis Essing

*) Attraktivitätsgrad: A (bedeutende auf nationaler Ebene), B (Süddeutschland), C (Bayern), D (regionale Ebene)

**) Attraktivitätsgrad: ++ : relativ groß +: mittel

besonders
 attraktive Angebotselemente
 relativ

- Der Talabschnitt *Solnhofen – Eichstätt* kann im IV von einer – für die Gegebenheiten im Naturpark – durchschnittlichen potentiellen Anzahl von Tagesbesuchern erreicht werden, d. h. das Ausmaß der möglichen Nachfrage ist recht beträchtlich. Er wird auch von den Ausbaumaßnahmen des Bahnnetzes deutlich profitieren und könnte vor allem aufgrund des *naturräumlichen Angebotes* eine „Unique Selling Position“ erreichen: Zu diesem besonderen Angebot zählen die größere allgemeine landschaftliche Attraktivität und die relativ hohe Dichte an einzelnen, herausragenden Sehenswürdigkeiten, welche sich vor allem auf die erdgeschichtliche Epoche der Jurazeit, aber auch auf den eiszeitlichen Verlauf der „Urdonau“ beziehen. Dieses Spektrum an Sehenswürdigkeiten wird ergänzt durch eine Reihe von Museen, die Fossilien aus dem Jura zur Schau stellen. Allerdings zeigen sie zum Teil sehr ähnliche Exponate und ergänzen einander inhaltlich nur relativ wenig. Zu den herausragenden Angebotselementen zählen die attraktiven *baulichen Ensembles* (vor allem des Barocks und der architektonischen Moderne) sowie einige herausragende Einzelbauwerke (z. B. der gotische Dom St. Willibald) und das Museumsangebot der Kreisstadt Eichstätt. Diesem durchaus ansehnlichen touristischen Kapital steht allerdings eine ganze Reihe von Defiziten gegenüber, etwa im Veranstaltungsbereich oder – wenigstens teilweise – in den Bereichen Hotellerie und Gastronomie, wo nur das Standardangebot vorherrscht, allerdings mit Ansätzen zur Komforthotellerie (siehe Tabelle 2).
- Der Abschnitt *Landershofen – Kipfenberg* zählt zu jenen Teilen des Altmühltals, die wegen der Nähe zur Autobahnabfahrt schon derzeit ein hohes Nachfragepotential an PKW- und Bustouristen aufzuweisen haben, und zukünftig – nach der Inbetriebnahme der HGB-Strecke – auch für die Gäste, welche den ÖV benutzen, sehr gut erreichbar sein wird. Die landschaftliche Attraktivität ist – ohne besondere einzelne Sehenswürdigkeiten – nur im Bereich der *Talschlingen von Arnsberg und Kipfenberg* als recht hoch einzuschätzen: hier sind mit der Ruine Arnsberg (mit Hotel und Restaurant) sowie mit der in Privatbesitz befindlichen Burg Kipfenberg auch die bedeutendsten kulturellen Sehenswürdigkeiten lokalisiert. Dazu kommen die (einschließlich der engeren Umgebung des Talabschnitts) teilweise vorhandenen *Relikte aus der Römerzeit*: Villa Rustica in Möckenlohe, Kastelle bei Pfünz (teilweise rekonstruiert) und Böhming (nicht ausgegraben) sowie die nur bedingt wahrnehmbaren Reste des Limes. Diese nicht allzu herausragenden Zeugen der römischen Vergangenheit finden durch das Römer- und Bajuwarenmuseum in der Burg Kipfenberg eine sehr gute Ergänzung. Im Rahmen der Radroute „VIA REATICA“ werden alle diese

- „römischen“ Attraktionen bereits vermarktet. Zu den Pluspunkten des Talabschnitts kann man schließlich auch seine spezialisierte (Fasching, „Fasenickl-Museum“ in Kipfenberg, römische Themen) *Festkultur* zählen.
- Im Bereich *Kinding – Beilngries* kreuzen die Trassen der Autobahn und der Hochgeschwindigkeitsbahn das Altmühltal. Daher ist hier schon heute das höchste Nachfragerpotential bezüglich der Besucher, die den ÖV benutzen, gegeben. Zukünftig wird dies auch für Gäste gelten, welche mit dem ÖV anreisen (bisherige Bewertung des ÖV-Nachfragepotentials: „ungünstig“). Dafür sind in Kinding die durch diese Verkehrssysteme verursachten, vor allem visuellen und akustischen Störungen in Kauf zu nehmen, die zudem einen Naturraum betreffen, der hier eine höchstens durchschnittliche Attraktivität aufzuweisen hat. Dieses Defizit wird teilweise ausgeglichen durch das nahe *Freizeitzentrum Kratzmühle* mit seinem 17 ha großen Badensee, dem auch ein Technik-Museum (mit Exponaten aus den Bereichen Handwerk, Landwirtschaft, Verkehr u. a.) angeschlossen ist. Von den Nebentälern hat das Schwarzachthal durch die Autobahntrasse viel an Attraktivität verloren, hingegen bietet das Tal der mäandrierenden *Anlauter* (mit seinen Ruinen und Mühlen) für Wanderer und Radfahrer besondere Landschaftserlebnisse. Einen wichtigen positiven touristischen Faktor stellen in diesem Teilbereich die kleinen Städte mit ihren oft noch erhaltenen Ummauerungen und historischen baulichen Ensembles dar: Es sind dies das Zentrum *Beilngries* mit seinem postmodern erweiterten Barockschloss und dem Brauereimuseum im Felsenkeller des Hirschberges, der Markt *Berching*, heute am Main-Donau-Kanal gelegen, und *Greding* mit seinem fürstbischöflichen Schloss, welches den alten Marktplatz beherrscht. Zu den weiteren relativen Stärken zählt auch hier die „*Festkultur*“ (z. B. Wintervolksfest des „Berchinger Rossmarktes“), wobei sich die Angebote relativ gleichmäßig über das Jahr verteilen, sowie der vergleichsweise etwas dichtere Besatz mit Einrichtungen der *Hotellerie und Gastronomie*, sogar mit größeren Ansätzen zu qualitativ höherrangigen Angeboten.
 - Auch das untere Altmühltal (*Dietfurt – Kelheim*) profitiert bereits derzeit von der Nähe zur Anschlussstelle an die Autobahn und wird zukünftig – statt der bisher recht unbefriedigenden Situation – auch über ein „gutes“ bis „sehr gutes“ Nachfragepotential im ÖV verfügen. Obwohl hier herausragende einzelne naturbezogene Sehenswürdigkeiten fehlen, stellt die *neue „Flusslandschaft“* mit dem ansatzweise recht gut integrierten Kanal und den hier deutlich höheren Talflanken mit ihren Wäldern und Felspartien den wesentlichen Vorteil dieses Talabschnitts dar, der im sehr viel schmäleren, aber auch recht

tief eingegrabenen Riedenburger Schambachtal eine gute Ergänzung findet. Die Landschaft des Haupttales erschließt sich nicht nur über die Straßen, Rad- und Wanderwege, sondern auch – und zum Teil eindrucksvoller – von den Schiffen des *Linienverkehrs* und der *Flusskreuzfahrten* aus, was für diesen Talabschnitt ebenfalls einen entsprechenden Vorteil darstellt, der allerdings in seinem oberen Bereich nicht voll zur Geltung kommt. Es fehlt auch nicht die für die historisch gewachsene mitteleuropäische Flusslandschaft charakteristische Umrahmung mit *Burgen* und *Schlössern*, die auch in das Nebental des Schambachs hineinreicht. Zum Teil werden diese historischen Bauten auch touristisch genutzt, jedoch sind die Möglichkeiten bei weitem noch nicht ausgeschöpft: Dieses natur- und kulturlandschaftliche Angebot findet durch eine weitere, weniger ausgedehnte, aber noch attraktivere Flusslandschaft seine Ergänzung: den *Donaudurchbruch* durch die Schichtstufe des Jura in Form einer bizarren, in die Kalkfelsen eingegrabenen Schlucht, die mit Personenschiffen bis zum Kloster Weltenburg, Bayerns ältestem Kloster mit barocker Kirche der Brüder Asam, durchfahren wird. Von der Befreiungshalle auf dem Michelsberg aus – der wichtigsten Sehenswürdigkeit, welche die (Industrie-)Stadt Kelheim zu bieten hat – kann man die beiden Talstrecken der Donau und der Altmühl überblicken (das Denkmal wurde zur Erinnerung an die Siege über Napoleon von Leo von Klenze im Auftrag des Bayernkönigs Ludwig I. errichtet). Wie schon im Bereich Kinding – Beilngries gibt es auch im unteren Altmühltal über den ganzen Saison- und Jahresverlauf hin eine für die Region des Naturparks überdurchschnittliche *Anzahl von Festen*, oft mit volkstümlichem Charakter (etwa der „Chinesenfasching“ in Dietfurt), die ein noch nicht voll genutztes „touristisches Kapital“ darstellen. Dies kann man aber von der Anzahl (vergleichsweise nur leicht überdurchschnittlich) und besonders von der Qualität des Übernachtungsangebotes und der gastronomischen Einrichtungen nicht so unbedingt behaupten. Bisher auch noch nicht (in Form von Kombinationsangeboten) touristisch in Wert gesetzt ist die relative räumliche Nähe der beiden *traditionellen Heilbäder* Bad Abbach und Bad Gögging im Donautal (ca. 15 und 20 km von Kelheim), welche auch den Wellnessbereich immer mehr ausbauen.

Somit zeigt auch die Gegenüberstellung der wichtigen touristischen Attraktionen in einer Stärken-Schwächen-Bilanz, dass in der Kernzone des Naturparks Altmühltal durchaus unterschiedliche Konstellationen von Angebotselementen bestehen, wobei diese mehr oder minder stark spezialisierten Teilräume mit den Aktionsräumen der Touristen (siehe Ab-

schnitt 3) wenigstens teilweise übereinstimmen. Daher kann man versuchen, diese spezifischen Angebotsstrukturen in ein Entwicklungskonzept für den Kurz- und Tagestourismus entsprechend einzubauen.

5. Entwicklungskonzept für den Kurz- und Tagestourismus

5.1 Grundansatz

Zur Darstellung des Entwicklungskonzeptes werden zunächst die grundlegenden Vorstellungen zur Aufwertung der Angebotsstrukturen und zur Nutzung der zukünftigen Erreichbarkeitsvorteile skizziert. Sodann kommen die allgemeinen Vorschläge und Maßnahmen zur Darstellung, die sich auf die Beseitigung von Defiziten beziehen, welche mehr oder minder den gesamten Planungsraum betreffen, und schließlich wird auf die Konzeption für die einzelnen Teilräume eingegangen.

Bei der Erstellung eines Entwicklungskonzeptes muss man davon ausgehen, dass der Naturpark Altmühltal seine Stellung als eine der führenden deutschen (und wohl auch europäischen) *Radwanderregionen* auch zukünftig erhalten und ausbauen muss. Radtouristen sind zu wesentlichen Anteilen Tages- und Kurzzeitbesucher, die überwiegend mit dem PKW, aber auch bereits heute teilweise mit der Bahn anreisen. Sie werden die verbesserten Erreichbarkeitsbedingungen im ÖV wohl verstärkt nutzen, allerdings nur unter der Voraussetzung, dass man ihnen für den Transport einen entsprechenden Service bei vernünftiger Preisgestaltung anbietet. Neben der Lösung der logistischen Probleme, welche sich bei der Anreise von Radfahrern ergeben, die mit ihren Fahrrädern die Hochgeschwindigkeitszüge wohl nur dann benutzen können, wenn man für sie besondere Maßnahmen ergreift, muss zusätzlich eine Reihe von Ausstattungsdefiziten entlang der Radrouten beseitigt werden, die sich bereits heute störend auswirken. Man kann wohl feststellen, dass die Angebotsstrukturen in vielerlei Hinsicht nicht mehr den gehobenen Ansprüchen vieler Radtouristen entsprechen (siehe besonders die Ausführungen zum Beherbergungs- und gastronomischen Sektor im Abschnitt 4.4 oder das Stärken-Schwächen-Profil in Tabelle 2). Vorschläge und Maßnahmen zur Beseitigung dieser Defizite werden im folgenden „allgemeinen“ Abschnitt des Konzeptes besprochen.

Von diesen Verbesserungen sollten wesentlich auch diejenigen Besuchergruppen profitieren, welche sich in der Region ohne Fahrrad bewegen und mit dem eigenen Pkw oder mit dem ÖV anreisen, wobei der ÖV – hoffentlich – zukünftig im stärkeren Ausmaß beansprucht wird. Neben den verkürzten Reisezeiten können attraktive Anreize, z. B. Fahrpreis, Reisekomfort, Packageangebote, welche die Bahnreise mit einzelnen oder mehreren Leistungselementen in der Region kombinieren, hierzu einen weiteren Beitrag leisten. Wie unten gezeigt wird, kann man davon ausgehen, dass sich die Nachfrage nach Tagesausflügen und Kurzurlaubsreisen sukzessive erhöhen wird, sowohl im Bereich des Radtourismus als auch bezüglich einer Reihe von nicht unmittelbar fahrradgebundenen touristischen Aktivitäten (wie Besichtigungen, Konsum vielfältiger Erlebnisse, Genuss und Erholung, Wellness und Gesundheit) bzw. bezüglich verschiedenster Kombinationen davon. Damit ist natürlich auch auf der Angebotsseite eine entsprechende Grundausstattung erforderlich, die im Naturpark Altmühltal oft noch fehlt.

Wegen der großen Vielfalt an Naherholungsgebieten im Einzugsbereich der süddeutschen Agglomerationen wird aber auch der Aufbau einer den modernen Bedürfnissen entsprechenden touristischen Infrastruktur (und die günstige Erreichbarkeit über die wichtigen Verkehrssysteme) allein nicht genügen, um am Markt entsprechend zu partizipieren. Mit ziemlicher Sicherheit ist es dazu auch notwendig, besondere Akzente zu setzen, um die eigenen Angebote unter einer Anzahl von konkurrierenden Regionen mit ähnlicher infrastruktureller Grundausstattung und mit ebenfalls günstigen (in mancher Hinsicht sogar attraktiveren) natur- und kulturräumlichen Bedingungen entsprechend hervorzuheben. Dazu ist die schon mehrfach angesprochene *Teilspezialisierung* oder *Schwerpunktbildung* bezüglich bestimmter touristischer Themenbereiche erforderlich. Natürlich sollen die betroffenen, „spezialisierten“ Regionen im Naturpark ihr bisheriges Angebot an Urlaubsstilen und Freizeitaktivitäten nicht reduzieren und die entsprechenden Angebotselemente nicht aufgeben. Vielmehr sollte man versuchen, all dies beizubehalten, ja sogar weiter auszubauen, aber gleichzeitig besonders interessante *zusätzliche Attraktionen und Anreize* schaffen, welche die betroffenen (Teil-)Regionen unter der Konkurrenz besonders hervorheben.

Bei den Überlegungen zur Schwerpunktbildung muss man davon ausgehen, dass der *Flusstourismus* (J. STEINBACH, 1995) im Naturpark Altmühltal eine zentrale Rolle spielt.

Tallandschaften bilden die *Leitlinien* touristischer Interaktionen, welche über die verfügbaren Verkehrssysteme – Wander-, Radwege, Straßen, Schifffahrtslinien etc. – ablaufen. Diese Tallandschaften werden heute in mythisch-verklärender Bedeutungsweise als „natur- und kulturromantisch“ empfunden und erschließen den Reisenden nicht nur eine Reihe von unterschiedlichen Landschaftsbildern sondern auch eine Abfolge von einzelnen natürlichen oder kulturellen Sehenswürdigkeiten, gastronomischen Einrichtungen, Sport- und Unterhaltungsmöglichkeiten etc. Oft lenkt man hier die Interaktionen der Besucher über touristische Pfade und Routen, die von der regionalen Tourismusplanung entworfen werden, welche auch die zur Orientierung notwendigen „Leitsysteme“ entwickelt: von Hinweisschildern entlang der Strecken, über Karten und Reiseführer hin bis zu modernen elektronischen Orientierungs- und Informationssystemen. Der Altmühltal-Radweg, die „VIA RAETICA“ oder die Deutsche Limesstraße stellen solche *Pfade* und *Routen* dar, welche bereits heute im Altmühltal verlaufen. Als *touristische Pfade* kann man Wegstrecken bezeichnen, die keine Übernachtung erfordern, entweder wieder an den Ausgangspunkt zurückführen, oder an einem anderen Zielort enden, von dem aus dann die Rückreise zum Wohnort oder zum Übernachtungsort im Urlaub angetreten wird. *Touristische Routen* sind hingegen „Rundreisen“, die in Tagesetappen mit Übernachtungen entlang der Strecke verlaufen (J. STEINBACH, 2002).

Die Bildung von mehr oder minder exklusiven Angebotsschwerpunkten im Naturpark Altmühltal sollte durch die *Überlagerung* der schon bestehenden, mehr am allgemeinen touristischen Angebot orientierten touristischen Pfade und Routen mit speziellen *Themenpfaden* oder *-routen* erfolgen. Nach den bestehenden Strukturen und nach der Bewertung der gegebenen Entwicklungsmöglichkeiten könnte man vor allem die Einrichtung von zwei oder drei *Themenpfaden* überlegen, welche mit Rücksicht auf die Ausflugsgäste im Prinzip als Tagestouren auszulegen wären (mit der Möglichkeit, Teile davon auch in kürzerer Zeit zu absolvieren), während die Kurzurlauber das gesamte Angebot an solchen Touren nutzen können:

- Als recht naheliegend erscheint zunächst die Errichtung eines *Altmühltaler Jurapfades* mit dem Schwergewicht im Raum Solnhofen – Eichstätt, der auf dem naturräumlichen Potential des Talabschnitts und seiner Umgebung (Relikte aus der Jurazeit, eiszeitliches Urdonautal) aufbauen könnte, aber auch auf der z.T. recht spektakulären "Steinbruchlandschaft" der regionalen Industrie sowie auf einem Netzwerk der vier Museen mit Jura-

Thematik und der beiden Eichstätt Museen zur Siedlungs- und Kirchengeschichte. Solnhofen und besonders Eichstätt mit den hier lokalisierten sonstigen Sehenswürdigkeiten und baulichen Ensembles wären recht attraktive Ausgangs- und Zielorte.

- Im unteren Altmühltal könnte die (wenn auch künstliche) Flusslandschaft mit ihrer Umrahmung aus Wäldern, Felsen und Burgen die geeignete Kulisse für einen *Altmühltaler Erlebnispfad* bilden, mit verschiedenen „Stationen“ entlang der Strecke, wie (Erlebnis-) Gastronomie am Land und auf dem Wasser, Besichtigungs- und Erlebnisangeboten auf den Burgen und Schlössern etc., vor allem aber mit einer Serie von Veranstaltungen, die über den Saisonverlauf und mit unterschiedlichen Grundthemen an verschiedenen Stellen am Kanal sowie auch auf den Schiffen abgehalten werden. Im Bereich der mittleren Altmühl wären die alten Stadtkerne – etwa von Greding, Berching oder Beilngries – geeignete Orte für solche Feste und Events, die auf den schon derzeit bestehenden und überdurchschnittlich ausgeprägten einschlägigen Aktivitäten aufbauen können. Mit den veränderten Erreichbarkeitsverhältnissen wären alle die genannten Veranstaltungsorte auch noch am späten Nachmittag oder sogar am Abend von München oder Nürnberg aus im ÖV noch bequem zu erreichen, so dass bei attraktiven Angeboten für die nötigen Nachfrager vermutlich gesorgt wäre (die ihre Heimfahrt auch ohne Bedenken bezüglich überschrittener Promillegrenzen antreten könnten).
- Schließlich wäre als dritte Variante auch noch ein *Altmühltaler Römerpfad* denkbar, und zwar im Talabschnitt von Eichstätt bzw. Landershofen/Pfünz bis Kipfenberg, wo auch derzeit schon der Altmühltaler Teilabschnitt der VIA RAETICA verläuft. Hier müssten allerdings die bestehenden römischen Attraktionen durch weitere interessante Rekonstruktionen und vielleicht auch durch einen kleineren Erlebnispark ergänzt werden. Ebenso wäre es auch hier notwendig, eine Reihe von einschlägigen Festen und Veranstaltungen anzubieten, die auf den schon bestehenden Angeboten (etwa auf dem Kipfenberger Limesfest) aufbauen könnten.
- Diese drei spezialisierten touristischen Pfade erhöhen natürlich auch die Attraktivität ihres Umfeldes und können für die Konzeption von attraktiven Angebotsbündeln genutzt werden, die sich ebenfalls durch eine gewisse Originalität auszeichnen. Ein solcher Ansatzpunkt wäre eventuell im obersten Talbereich mit der *Altmühltherme in Treuchtlingen* als Basiseinrichtung gegeben. Hier könnte man die Gesundheits- und Wellnessangebote (inklusive etwa in räumlicher Nähe noch zu schaffender Möglichkeiten zur Ausübung des Golfsportes) als Basisaktivität für Kurzurlauber anbieten (Übernachtung

im geplanten Wellnesshotel oder in anderen qualitativ höherrangigen Hotel- oder Appartementanlagen, die allerdings ebenfalls noch nicht existieren) und diese mit dem Besuch des Jurapfades kombinieren bzw. auch mit kulturellen und Besichtigungsangeboten (u. a. auch wieder römische Relikte) in der nahen Stadt Weißenburg. Ähnlich strukturierte Kurzurlaubs-Packages kann man auch für den untersten Talbereich entwickeln: Hier wären die beiden Thermalbäder *Bad Abbach* und *Bad Gögging* die Ausgangspunkte und der Altmühltaler Erlebnispfad die zusätzliche Attraktion.

- Aber nicht nur für die im Naturpark äußersten westlichen und östlichen Abschnitte des Haupttales können solche „Spill-Over-Effekte“ der zu schaffenden spezialisierten Touristischen Pfade bedeutsam werden, sondern auch für verschiedene *verstreute Tourismusstandorte* in den Nebentälern oder im sonstigen Hinterland (etwa im Schambachtal, besonders um Altmannstein, im Anlautertal oder in Nassenfels südlich von Eichstätt an der VIA RAETICA, wo die Aufstauung eines kleinen Badesees diskutiert wird). Voraussetzung für die Umsetzung dieser Attraktivitätsgewinne ist allerdings die Aufwertung der örtlichen Übernachtungs- und gastronomischen Angebote bzw. die Errichtung entsprechender neuer Anlagen.

Schon diese kurze Skizze des Grundansatzes zum Entwicklungskonzept macht wohl sehr deutlich, dass die Ziele der möglichst weitgehenden Ausnutzung der neuen Erreichbarkeitsvorteile und der Aufwertung der Region als herausragendes Ziel für Ausflügler und Kurzurlauber eine Reihe von *aufwendigen Investitionen* erfordert sowie auch bisher weitgehend neue *organisatorische Netzwerke*, auf die unten noch einzugehen ist. Diese Notwendigkeiten werden verständlich, wenn man sich vor Augen hält, welche wesentlichen *Nachfragergruppen* für die Realisierung solcher Ziele zu gewinnen sind:

- Analysiert man das aktuelle Nachfragespektrum im Tourismus, so zeigt es sich, dass die Einstellungen und Verhaltensmuster der sog. „*Erlebnis- und Freizeitgesellschaft*“ in voller Ausprägung nur für ein besonderes Segment – die Gruppe der sog. „*money rich*“ und „*time rich*“ – zutreffen. Diese „hedonistisch“ ausgerichteten Mitglieder der sozialen Eliten kommen für die Angebote im Naturpark Altmühltal eher nur randlich in Frage. Sie halten sich in den attraktiven Ferienregionen der Welt auf und betreiben „Destinations- und Themennomadismus“, wobei die neuen postmodernen Urlaubsstile (etwa Wellness-, Fitness-, gehobener Kultur-, Gourmet-, gehobener Eventbereich etc.) im Vordergrund stehen.

- Diese Urlaubsstile werden auch von der Gruppe der „*money rich*“ und „*time poor*“ nachgefragt, die im Zeitalter der neofordistischen Wirtschaft und der – wenigstens tendenziell – neoliberalen Regierungsformen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Aufgrund der in der globalen wirtschaftlichen Konkurrenz immer stärkeren Zwänge zum beruflichen Engagement, müssen sie aber immer mehr mit Kurzurlaube und Ausflügen vorlieb nehmen, wobei nähergelegene, aber exklusive Angebote, die keine großen Aufwände an Reisezeit und Reisestrapazen (Jet-lag, anstrengende Autofahrten) erfordern, zunehmend beliebter werden. Wenn man einen qualitativ höherrangigen (krisensicheren) Tourismus anstrebt, so stellen die Mitglieder dieser Nachfragergruppe auch für den Naturpark ein wichtiges Zielpublikum dar. Sie sind unter Umständen auch bereit, rasche und bequeme Angebote im ÖV (ICE- und Erste Klasse-Standard) in Anspruch zu nehmen.
- Ein solches Nachfragesegment, das unter Zeitdruck leidet, vergrößert sich auch immer mehr im Bereich der sozialen Mittelschichten („*money sufficient*“, „*time poor*“), denen der Großteil des Zielpublikums für den Naturpark angehört. Hier dominieren sog. „geteilte“ Lebensformen, wobei im beruflichen Bereich der Leistungsdruck und die Zwänge zur Weiterbildung immer größer werden. Daher polarisieren sich die Aktivitätsmuster im Freizeitbereich immer mehr: Einerseits wird die Erlebniskomponente immer wichtiger (die wenigstens in der freien Zeit des Lebens zum Tragen kommen soll), andererseits gewinnen aber auch mit der im Alltag steigenden Belastung rekreative Verhaltensmuster (in moderner Form verbunden etwa mit Wellness und Genuss) wieder an Bedeutung. Das heißt also, dass auch die Angehörigen der mittleren sozialen Schichten – die schon bisher das Stammublikum des Naturparks darstellen – ihre Ansprüche ändern. Vermutlich wird man – auch unter den Radtouristen – Kunden verlieren, wenn man die Angebotsstrukturen nicht entsprechend verändert. Solche Veränderungen müssen sich sowohl auf spezialisierte Angebote beziehen als auch auf die notwendige „Grundausrüstung“.

5.2 Maßnahmen für den gesamten Planungsraum

Man wird mit der Annahme kaum fehl gehen, dass die Weiterentwicklung des Tourismus im Naturpark Altmühltal ganz entscheidend davon abhängt, inwieweit es gelingt, die *Gastronomie* und die *Hotellerie* auf einen Standard zu bringen, welcher den steigenden

Ansprüchen der oben genannten wichtigen Nachfragergruppen einigermaßen entspricht. Die bestehenden Defizite bezüglich der Ausstattung der Betriebe und hinsichtlich der Qualität und der Originalität der Angebote werden im Abschnitt 4.4 dargestellt. Dazu kommt, dass vor allem in der Gastronomie *Standorte am Fluss* äußerst selten sind, welche einfach zum speziellen Angebot im Flusstourismus gehören. Im oberen Altmühltal kann man z. B. die am Flusssufer lokalisierten Betriebe an den Fingern einer Hand abzählen, und nicht selten haben zwar Parkplätze, Garagen, Abstellflächen etc. ihre Standorte an der Altmühl, nicht aber die Terrassen und Gastgärten. In der Stadt Eichstätt wurden – vermutlich aus lokalpolitischen Gründen – in den letzten Jahren alle sich ergebenden Möglichkeiten nicht genutzt, um Restaurants, Cafés, Biergärten etc. oder gar ein Radfahrer-Hotel mit entsprechender Gastronomie an den Fluss zu bringen.

Auch mit überzeugenden Plänen zur Entwicklung des Tourismussektors wird es vermutlich nur in Ausnahmefällen gelingen, auswärtige und kapitalkräftige Investoren in die Region zu bringen. Somit müssen die ersten Schritte der Weiterentwicklung wesentlich von den bestehenden Unternehmen gesetzt werden, die sich oft im traditionellen Familienbesitz befinden, wobei in verschiedenen Fällen die Weiterführung überhaupt gefährdet ist.

In einer solchen Situation sind Überzeugungsarbeit, Beratung und finanzielle Unterstützung wichtige Erfordernisse, die von touristischen Verbänden, Interessenvertretungen und politischen Institutionen zu leisten sind, aber auch von denjenigen bedeutenden wirtschaftlichen Akteuren, die mit Hotellerie und Gastronomie in Beziehung stehen. Hierbei kommt der Implementierung von *organisatorischen Netzwerken* und *Marketingnetzwerken* große Bedeutung zu:

- Als Beispiele solcher Organisationsformen kann man z.B. die *Vereine für Wirtshauskultur* in den österreichischen Bundesländern Salzburg und Niederösterreich nennen. Neben einer Reihe von gastronomischen Betrieben (über 200 in Salzburg, über 50 in Niederösterreich) zählen hier etwa auch größere Brauereien und Banken – als mit der Gastronomie wirtschaftlich sehr verflochtene Sponsoren – zu den Mitgliedern. Ziel der Vereine ist besonders die Unterstützung der Betriebe hinsichtlich des Wissens- und Qualitätsmanagements (FM, Nr. 4, 2000). Die Mitgliedsbetriebe verpflichten sich, bestimmte Qualitätsstandards einzuhalten, etwa bezüglich der angebotenen Speisen und

Getränke, des Ambientes der Lokale, der Gestaltung von Speisekarten etc. und unterwerfen sich auch einer entsprechenden Kontrolle.

- Auf der Basis solcher Organisationsformen sollten im Saisonverlauf noch spezielle *Marketingschwerpunkte* gesetzt werden. Als ein Beispiel dafür kann man den niederösterreichischen *Bauernbrunch* anführen, welcher von Anfang Mai bis Anfang Dezember vor allem Familien zu sonntäglichen Ausflügen mit Lokalbesuch verleiten soll. In den beteiligten Gasthäusern werden sogar Kinderprogramme angeboten (FM, Nr. 1, 2000). Die in den Salzburger Betrieben gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer durchgeführten Aktionen „*Bier und Rindfleisch*“, die „*Klingenden Wirtshäuser*“ (Oberösterreich) oder „*Musik, Tanz und Gesang im Wirtshaus*“ (Salzburg, FM, Nr. 2, 2000) stellen ähnliche, recht erfolgreiche Marketingschwerpunkte dar. Sie sind zwar in der Region bereits vertreten („*Altmühltaler Lamm*“, „*kulinarischer Frühling*“ in Beilngries), könnten aber wesentlich ausgebaut werden. Zu solchen gemeinschaftlichen Aktivitäten zählen auch Wettbewerbe, wie etwa die *Top-Wirte-Aktion* des niederösterreichischen „*Vereins für Wirtschaftskultur*“ mit der Wahl eines Jahressiegers. Schließlich sind auch *Gutscheinsysteme* eingeführt worden, wobei man gastronomische Leistungen die ganze Saison über vergünstigt anbietet (zukünftig vielleicht sogar mit besonderen Vergünstigungen analog zu den Vielflieger-Programmen der Airlines).
- Auch im Bereich der *Hotellerie* gibt es Beispiele für solche Organisationsformen, die dem Wissens- und Qualitätsmanagement sowie dem gemeinsamen Marketing dienen. Natürlich wäre im Naturpark Altmühltal ein Netzwerk von „*Radlerhotels*“ (mit spezieller Verpflegung, Erholungseinrichtungen, z. B. Saunen, Radservice und -reparatur, Proviantpaketen, auch mit regionalen Produkten, Gepäcktransport u. a.) in den Etappenorten der Radwege von Vorteil, das ebenfalls über ein Gutscheinsystem vermarktet werden könnte. Hier ließen sich auch Privatquartiere, die bestimmten Qualitätsstandards gerecht werden, integrieren. In Niederösterreich gibt es etwa mit dem „*Welcome Ticket*“ ein solches flexibles Angebot, dessen Gutscheine (Erwachsene ca. 32 DM, Kinder ca. 20 DM) das ganze Jahr über gültig sind (FM, Nr. 4, 2000). Andere Zielgruppen für umfassendere Angebote (etwa einschließlich hochwertiger Verpflegung, Wellness) bilden z. B. ältere Nachfragergruppen, welche etwa im Rahmen der Aktion „*Da geht's mir gut*“ angesprochen werden, zu der sich 20 Salzburger Familienbetriebe zusammengeschlossen haben (wobei kein Einbettzimmerzuschlag erhoben wird und die Hausabholung der Gäste zum Service gehört). Ähnlich funktioniert auch „*50 und mehr – Gastlichkeit in Nieder-*

österreich“ mit 21 Betrieben, die ihren Gästen beim Kauf von „Urlaubsschecks“ einen zehnprozentigen Preisvorteil einräumen.

- Ein interessantes Vorhaben bildet auch die vor vier Jahren von der niederösterreichischen Landesregierung ins Leben gerufene Aktion „*Incentive*“, welche auf die Förderung verschiedener Gruppen von themenbezogenen Hotels, Pensionen, Gasthöfen etc. ausgerichtet ist („Familienoasen“, „Gesundmacher“, „Businesshotels“, „Wanderprofis“ etc.). Neben Beratungs- und Weiterbildungsaktivitäten für die über 2000 im Netzwerk zusammengefassten Betriebe hat das Land im Vorjahr auch eine finanzielle Anreizaktion durchgeführt: Für jede zusätzliche Übernachtung (im Vergleich zu einer Basiszahl aus der Vorsaison) wurde eine Marketingprämie von etwas über zwei Deutsche Mark ausbezahlt, und wenn das erzielte Übernachtungsplus mehr als zehn Prozent erreichte, so erhöhte sich diese Prämie auf etwas über vier Deutsche Mark.

Neben dieser dringend erforderlichen Aufwertung von Gastronomie und Hotellerie müssten vor allem noch die *Lücken an Versorgungs-, Service- und Erholungseinrichtungen* geschlossen werden, welche im Verlauf der touristischen Pfade und Routen immer noch bestehen. So konnte z. B. im Rahmen der Bestandsaufnahme entlang der VIA RAETICA (J. STEINBACH, S. HILGER u. a., 1999) gezeigt werden, dass hier Supermärkte, Bäckereien, Metzgereien, Getränkemärkte etc. auf verschiedenen Streckenabschnitten kaum verfügbar sind, was in noch viel größerem Ausmaß für das Angebot an Ersatzteilen und die Serviceeinrichtungen für die Räder zutrifft. Ebenso begrenzt sind die *Bade- und Wellnessmöglichkeiten*, wo man das volle Spektrum nur in der Altmühltherme in Treuchtlingen in Anspruch nehmen kann. Im oberen Altmühltal gibt es zwischen hier und Eichstätt nur noch in Breitenfurt bei Pappenheim eine Badegelegenheit (Freibad), im mittleren Talabschnitt erst wieder in Kipfenberg und in der Freizeitanlage Kratzmühle, während die Angebote in Beilngries, Dietfurt und Riedenburg etwas dichter auftreten. Hallenbäder mit Saunen und anderen Wellnesseinrichtungen, welche besonders bei Schlechtwetter entsprechende Rekreationsmöglichkeiten bieten, sind im Altmühltal noch viel weiter gestreut. Es gibt sie nämlich – außer in Treuchtlingen – nur noch in Beilngries, Dietfurt, Greding und Riedenburg. Wenigstens die bestehenden Anlagen sollten den Bedürfnissen der Radtouristen entsprechend angepasst werden (Aufnahme in die entsprechenden touristischen Karten, günstige Sammeleintritte etc.).

5.3 Maßnahmen im Bereich der touristischen Pfade

5.3.1 Jurapfad

Der Altmühltaler „Jurapfad“ mit dem Schwerpunkt zwischen Solnhofen und Eichstätt sollte eine Reihe von *Stationen für Besichtigungen und andere themenbezogene Aktivitäten* umfassen, welche von den Benutzern der verschiedenen Verkehrsmittel (Rad, ÖV, IV) gleichermaßen besucht werden können. Bei diesen Stationen handelt es sich um:

- 1) Besichtigungspunkte und Lehrpfade im Gelände, unter Umständen auch mit
- 2) kleineren technischen Einrichtungen zur Erklärung der natürlichen Phänomene oder zur Darstellung früherer Zustände der Naturlandschaft,
- 3) Steinbrüche der größeren industriellen Betriebe,
- 4) Besucher-(Hobby-)Steinbrüche zum Fossiliensuchen,
- 5) Museen mit Jurabezug und
- 6) sonstige Einrichtungen.

Als wichtige *Besichtigungsstation im Gelände* bietet sich zunächst ein Standort in der Talaue der Altmühl vis á vis der Felsengruppe der sog. „*Zwölf Apostel*“ an, das sind von der Erosion der Altmühl aus der Gesteinsformation des Weißen Jura herausgearbeitete Barriereriffe des alten Lagunen- und Flachmeerbereiches. Hier kann man auch den interessierten Laien Vorstellungen über die erdgeschichtlichen Meeres- und Landschaftsformen sowie über die abgelaufenen geologischen und morphologischen Prozesse vermitteln. Der geeignete Beobachtungsstandort dazu liegt am Radwanderweg nach Eichstätt, ca. 200 m oberhalb der Eßlinger Brücke über die Altmühl. Über diese Brücke ist auch für PKW und Busse von der Altmühltalstraße aus die Zufahrt möglich, welche einen bereits bestehenden kleinen Parkplatz nutzen können (den man vermutlich noch etwas vergrößern müsste). Von hier aus ist der vorgesehene Aussichtspunkt über eine sehr kurze Gehdistanz zu erreichen. Er liegt am Gleithang der Flussbiegung und daher auch einigermaßen hochwassersicher.

Auf den Höhen um Dollnstein gibt es leider keinen Aussichtspunkt, den man zu Fuß, mit dem Rad und mit dem PKW einigermaßen bequem und ohne allzu großen Zeitaufwänden erreichen kann und der den Ausblick auf die Einmündung des breiten, von der ehemaligen Urdonau angelegten Wellheimer Trockentals in das schmale nördliche und das von der

Urdonau ebenfalls verbreiterte östliche Altmühltal gewährt. Daher bietet sich vor allem ein Standort in Tallage als Besichtigungsort an, und zwar der Südrand des *Dollnsteiner Weiher*s. Der recht romantische Weiher liegt zwischen Dollnstein und Konstein nur etwa 1,5 km vom Altmühltal entfernt und kann von hier aus auf zwei alternativen Radwegen in sehr kurzer Zeit angefahren werden. Mit Parkplatz, Spielbereich und Sanitäranlagen ist die Lokalität heute bereits als Raststätte konzipiert und unter Umständen sogar als Badeplatz geeignet. Sie bietet einen guten Ausblick auf die breite Mulde der Urdonau mit ihrer Umrandung aus Felsen, Trockenrasenflächen und Wäldern.

Auf beiden Besichtigungsstationen – vor den „Zwölf Aposteln“ und am Dollnsteiner Weiher – müsste man kleinere *technische Einrichtungen* vorsehen, die zur Erklärung der heutigen naturräumlichen Situation beitragen. Im einfachsten Fall kann es sich um *Schautafeln* handeln, die, um störende Effekte zu vermeiden, eher waagrecht oder schräg geneigt anzubringen wären, wobei man die Bilder auch durch abrufbare Audio-Informationen ergänzen könnte. Viel besser geeignet wären natürlich elektronische Geräte, in der einfachsten Form frei aufgestellte *Info-Terminals (Info-Säulen)* mit „Touch-Screen“- oder Sprachsteuerung. Hier könnte man dem Betrachter den Vergleich des heutigen Landschaftsbildes mit dem erdgeschichtlichen Urzustand bieten sowie auch eine stufenweise Darstellung der verschiedenen Veränderungsphasen geben. Zur Präsentation dieser visuellen Inhalte kommen etwa Varianten einer derzeit im E-Commerce angewendeten Technologie in Frage. Mit Hilfe dieser sog. „*Quick Time Virtual Reality*“ (die allerdings keine wirklichen Aufenthalte in „Virtual Reality“- (VR-)Welten bietet, wie diese über Datenbrillen und Sensoren mit der viel komplexeren „echten“ VR-Technologie möglich ist) kann man 180° oder 360° Bilder nicht nur betrachten. Es ist auch möglich in diesen Bildern zu navigieren, d. h. sich nach links und rechts, oben und unten zu bewegen und sich in die Details „hineinzuzoomen“.

Ähnliche, jedoch viel komplexere Visualisierungen erlaubt das Navigations- und Informationssystem „*Deep Map*“ (R. MALAKA, A. ZIPF, 2000), welches „vierdimensionale“ Informationen anbietet, nämlich zweidimensionale Karten, dreidimensionale Ansichten von architektonischen Ensembles und Landschaften sowie auch Einblicke in die „vierte“ Dimension, d. h. virtuelle Ansichten von historischen Zuständen dieser heutigen Sehenswürdigkeiten (in der derzeit realisierten Anwendung z. B. Rekonstruktionen der historischen Altstadt von

Heidelberg). „Deep Map“ ist auch als transportables GIS (Geographisches Informations System) angelegt, jedoch kommt diese Variante mit tragbaren Kleingeräten (Xybernaut MA IV) für die breitere Anwendung im Tourismus nach ihrem derzeitigen Entwicklungsstand wohl noch nicht in Frage.

Informationsterminals, die mit komplexerer Hard- und Software ausgestattet sind, können kaum mehr unter freiem Himmel aufgestellt werden, so dass für ihre Unterbringung wohl kleinere Informations-Pavillons erforderlich sind, welche im Landschaftsbild allerdings nicht stören dürfen. Für die Besucher wären aber „*Mulimedia Pavillons*“ wesentlich attraktiver, wo für die Visualisierung viel größere Projektionsflächen zur Verfügung stehen und viel intensivere, multimediale Erlebnisinhalte vermittelt werden können. Allerdings erweisen sich die Technologien der „Virtual Reality (VR)“, das sind mit Hilfe von Rechnern und diversen Applikationen (Datenbrillen, Sensoren u. a.) erzeugte künstliche Wirklichkeiten, derzeit als für den touristischen Betrieb noch als zu wenig ausgereift. Sie sind auch noch viel zu kostenintensiv. Viel eher sind derzeit etwa *computergesteuerte Diaprojektionen* realisierbar, deren Bilderfolgen von einer vielfältigen Klangkulisse untermalt werden. Der Dia-Dom auf der Nordseeinsel Föhr stellt ein entsprechendes Beispiel dar, er ist allerdings mit ca. 2.000 m² und 17 Diaprojektoren (AZ, Nr. 11, 15.05.2001) sehr viel größer als die eventuell vorgesehenen Pavillons an den Besichtigungsstandorten. Unter Umständen käme auch der „*Multi-media Tunnel*“ (i-Tube) von Peyote.cc als pavillonartige Installation in Frage, wo man auf einen 2,5 mal 1,4 m großen Lichtvorhang 3D-Bilder projiziert, die man allerdings mit entsprechenden (einfachen) Brillen betrachten muss (Kurier, 28.06.2001).

Abgesehen von den Schautafeln sind die technischen Einrichtungen an den Besichtigungsstandorten hinsichtlich ihrer Anschaffung und Wartung natürlich entsprechend kostenintensiv. Dazu kommt noch, dass für komplexere Anlagen auch ein entsprechendes *Personal* erforderlich sein wird (zur Betreuung der Besucher und zum Schutz vor Vandalismus), das sich aber vielleicht durch Zusatzfunktionen (Verkauf von Souvenirs oder Imbissen) wenigstens ansatzweise selbst finanzieren könnte. Als wesentliches Argument für die Installation solcher Anlagen kann man anführen, dass die naturräumlichen Sehenswürdigkeiten – im Vergleich etwa zu den konkurrierenden Destinationen im alpinen Bereich – nicht unbedingt die größte Attraktivität erreichen, und dass ihr – vergleichsweise recht einmaliger – „Interessensgehalt“ erst „erklärt“ und den Gästen näher gebracht werden muss. Auch ist die vorgesehene

Art der Präsentation – *die unmittelbare Gegenüberstellung von realen und virtuellen Welten* – relativ neu und deswegen allein schon attraktiv. Mit diesen Argumenten sollte man versuchen, sowohl touristische Förderungsmittel als auch Sponsoren aus der Wirtschaft zu gewinnen.

Als Ergänzung zu diesen Besichtigungsstandorten sollte noch ein vorwiegend geologischer Lehrpfad eingerichtet werden, am besten wohl im Solnhofen Raum, vom Bürgermeister-Müller-Museum aus in Richtung Steinbrüche des Maxberges. Entsprechende Ansätze sind hier vorhanden. In der Regel wird dieser Lehrpfad aber nur besonders interessierte Besucher ansprechen und daher nicht so sehr frequentiert sein. Viel eher dürfte sich die spektakuläre Steinbruchlandschaft auf dem Maxberg und auf dem Hummelberg als touristische Attraktion vermarkten lassen. Die *Führungen durch die Steinbrüche* sollten ebenfalls vom Museumsbereich ausgehen, wobei Kleinbusse oder vielleicht bei günstigem Wetter entsprechende offene Fahrzeuge die Transportmittel bilden. Die (nicht allzu zeitaufwendige) Route sollte möglichst in die größeren Steinbrüche hineinführen und – nach Maßgabe der Möglichkeiten – auch einige „Showeffekte“ bieten („Schausprengungen“, „Klangwolken“ etc.). Vielleicht könnte man auch Abendtouren mit entsprechenden Beleuchtungs- und Klangeffekten (Lasershows) überlegen. Geeignete Endpunkte der Steinbruchführungen wären das Museum auf dem Maxberg oder der Besuchersteinbruch. Am Anfang oder am Ende der Route sollte ein *gemeinsames Informationszentrum* der Solnhofen Steinindustrie für die Besucher zur Verfügung stehen.

Die beiden *Hobbysteinbrüche* bei Solnhofen und Eichstätt könnte man zukünftig als touristische Attraktionen weit mehr herausstellen, als dies bisher der Fall ist, vor allem deswegen, da die Suchaktivitäten der Touristen eine Attraktivität darstellen, die in konkurrierenden Zielregionen für Ausflüge und Kurzurlaube nicht verfügbar ist. Auch hier sollte man versuchen, eine persönliche Betreuung der Besucher (wenigstens in der Hauptsaison) möglich zu machen, vielleicht durch die stundenweise Beschäftigung von Pensionisten aus der Steinindustrie oder von Geologie- und Tourismusstudenten, welche die Suche etwas anleiten, Funde interpretieren, Bearbeitungstechniken der Steine demonstrieren und auch Erfrischungen verkaufen. Es ist anzunehmen, dass positive Erlebnisse beim Fossiliensuchen ganz besonders zu den – im Tourismus so wichtigen – persönlichen Weiterempfehlungen von Zielregionen durch ihre Gäste beitragen.

Eine Problematik der *Museen*, welche wichtige Stationen des Jurapfades bilden, wurde schon angesprochen: Sie zeigen zwar attraktive Exponate, welche oft jedoch sehr ähnlich sind, und haben auch Präsentationskonzepte, die nicht allzu große Unterschiede aufweisen. Daher wird der Erfolg des Jurapfades nicht unwesentlich davon abhängen, ob es gelingt, diese Institutionen in einem *Museumsverbund* zu organisieren, in dessen Rahmen eine gemeinsame Konzeption erarbeitet wird. Die bisherige Konkurrenzsituation und die unterschiedlichen Eigentumsverhältnisse (das Eichstätter Jura-Museum befindet sich im Staats-, das Solnhofener Museum im Gemeindebesitz, das Museum auf dem Maxberg wird von einem gemeinnützigen Verein betrieben und das Museum Bergér gehört einem Unternehmen der Steinindustrie) bilden nicht gerade optimale Voraussetzungen für eine solche Kooperation. Dennoch sollte sich die Überzeugung durchsetzen, dass ein Museumsverbund vermutlich allen Beteiligten zum Nutzen gereichen wird.

Die Kooperation müsste beim *Besichtigungsangebot* ansetzen, wo eine wenigstens teilweise und ansatzweise *Spezialisierung* der Museen vorzusehen wäre, so dass die Touristen immer mehr zum Besuch möglichst aller Museen angeregt werden:

- Hier wäre es vorstellbar, dass im *Eichstätter Jura-Museum* die Fossiliengeschichte im *oberen Jura* in den Mittelpunkt gerückt wird sowie die vom Publikum sehr gut angenommene Präsentation „*lebender Fossilien*“ in einer Reihe von Aquarien, wobei der direkte Vergleich zwischen heute noch existierenden Lebewesen und den recht ähnlichen Fossilien möglich ist. Auch die *Fluss- und Landschaftsgeschichte* des Altmühltals und sein heutiger Lebensraum werden bereits behandelt. Diesen Themenbereich könnte man ebenfalls mehr betonen, wobei auch der Jurapfad und seine Stationen entsprechend herauszustellen wären. Besonders die attraktiven Fossilien und der Aquarienbereich sprechen auch Kinder besonders an. Es sollten *Kinderführungen* eingerichtet werden, eventuell ließe sich auch ein eigener *Kinderbereich* (Spielen und Lernen) einrichten. Dann hätte man für den „unteren“ Abschnitt des Jurapfades – gemeinsam mit dem für Obereichstätt vorgesehenen „Schäferland“ (siehe unten) – einen kinder- und familienfreundlichen Bereich geschaffen. Zu den heute bereits existierenden Angeboten zählen auch die *Sonderausstellungen* (2000 „Flugsaurier – Drachen der Lüfte“, 2001 „Dinosaurier – Giganten und Zwerge“). Diese sollten fortgeführt, viel mehr beworben und – im Gegensatz zu heute – in touristische Packageangebote integriert werden. Häufiger als

heute sollte man *Museumsnächte*, *-konzerte* und *-feste* veranstalten, als integrierte Angebote in den gemeinsamen Veranstaltungsprogrammen des Jurapfades und des Naturparks Altmühltal. Die zusätzlichen Kosten für das Personal, welches solche Veranstaltungen erfordern, sollten eigentlich durch die entsprechenden Einnahmen gedeckt sein. Schwieriger dürften für das Jura-Museum wohl die Raumprobleme in den historischen Baustrukturen der Willibaldsburg zu lösen sein, die im Falle einer Erweiterung unvermeidlich auftreten werden.

- Diese werden sich im Solnhofener *Bürgermeister-Müller-Museum* wohl kaum ergeben, da hier der Ausbau gerade in Angriff genommen wird. In seinem Rahmen wird sich die derzeitige Museumsfläche in etwa verdoppeln, wobei auch hier Raum für Sonderausstellungen entsteht. Auch die Themen, welche noch mehr als bisher in den Vordergrund gestellt werden sollten, passen in ein Spezialisierungskonzept der Museen. Es handelt sich zum einen um die *Steindruck-Technik (Lithographie)*, welche 1798 von Alois Senefelder erfunden wurde, und für die der glatte und dichte Solnhofener Plattenkalk am besten geeignet ist, zum anderen um die *Geschichte des Abbaus und der Weiterverarbeitung des Solnhofener Marmor*, welcher die Grundlage für die heutige Steinindustrie bildet. Weitere Spezialthemen könnten sich auf den *Urvogel Archaeopteryx* und seine Fundgeschichte beziehen (das erste Fossil wurde 1861 in Solnhofen gefunden, und das Museum zeigt das von Bürgermeister Friedrich Müller 1987 entdeckte sechste Exemplar) sowie eventuell auch auf eine *überblickende Darstellung der gesamten Fossiliengeschichte* (als Einstimmung auf den Jurapfad). Die Solnhofener *Sonderausstellungen* könnten herausragende Produkte und Produktionstechnologien der internationalen Steinindustrie zum Thema haben.
- Neben einer Fossiliensammlung aus dem oberen Weißen Jura hat allerdings auch das *Museum auf dem Maxberg* einen Lithographie-Schwerpunkt. Hier sollte dringlichst die Abstimmung mit dem Bürgermeister-Müller-Museum gesucht werden. Vielleicht könnte das Maxberg-Museum die attraktive Nische der *Lithographie als internationaler Kunstform* ausfüllen (es hat eine Reihe von Originalen weltbekannter Künstler in seinem Besitz) und darüber hinaus seinen Besuchern die Abläufe von Druckverfahren („*Schaudrucke*“) präsentieren, etwa mit jungen Künstlern, die auch *Kurse für Hobbylithographen* abhalten könnten.
- Schließlich bleibt die Rolle des *Museums Bergér* in der Gemeinde Schernfeld bei Eichstätt im Museumsverbund zu klären. Es könnte im Rahmen der – neben der Spezialisierung – zweiten empfehlenswerten Strategie für den Museumsverbund seine Rolle spielen,

nämlich bei der (zeitlich begrenzten) *Schwerpunktbildung*. Hier werden für einige Wochen oder Monate bestimmte Fossilien oder Fossilengruppen in den Vordergrund gestellt, wobei sich die Museen entweder auf das gleiche Thema konzentrieren (so dass man etwa beim Besuch der vier Museen einen recht vollständigen Überblick über bestimmte fossile Fischarten gewinnen kann) oder einander durch unterschiedliche Schwerpunkte ergänzen (indem etwa jedes der Museen aus seinem Fundus eine bestimmte Fossilienart hervor gehoben präsentiert, z. B. Insekten, Krebse, Schnecken etc.). Gemeinsam mit den Sonderausstellungen kann diese Schwerpunktbildung zur Erhöhung der Attraktivität aller Museen beitragen und Wiederholungsbesuche anregen. Das Museum Bergér könnte sich besonders darauf konzentrieren, wobei sich seine Attraktivität durch einen „Erlebnispfad“ zwischen dem Museum und dem nahen Fossiliensteinbruch noch erhöhen ließe.

Wie dies im Jura-Museum ansatzweise bereits geschieht, sollten auch die Museen anstreben, ihren Besuchern *Multimedia-Präsentationen* anzubieten, am besten natürlich bezogen auf ihre Spezialthemen im Rahmen des Museumsverbundes. In den beiden großen Museen könnten auf diese Weise auch die erdgeschichtlichen, historischen und kulturlandschaftlichen Besonderheiten des Jurapfades dargestellt werden sowie Hinweise und erste Beschreibungen bezüglich seiner verschiedenen Stationen. Da die Ausflugsgäste und Urlauber ihre Besichtigungstour entlang des Jurapfades entweder in Eichstätt oder in Solnhofen antreten, wäre es auch möglich, in beiden Museen die gleiche Präsentation zu installieren. Dadurch würden aber nur die Museumsbesucher Zugang zu einer solchen „*Einführungsshow*“ für den Jurapfad erhalten. Deswegen sollte man wohl eher anstreben, entsprechende Info-Terminals oder Pavillons mit freiem Zugang auf günstigen, von den Gästen besonders frequentierten Plätzen der beiden Ausgangsorte aufzustellen.

Neben der Koordination ihres Besichtigungsangebotes müssen die vier Museen auch ihre *Internetauftritte* zusammenführen und einheitlich gestalten. Darüber hinaus sollte man versuchen, erste Schritte in Richtung auf ein gemeinsames *virtuelles Museum* zu setzen. Dieses bildet ein modernes Marketinginstrument zur Gewinnung von neuen Besuchern und Gästen in der Region auf nationaler und internationaler Ebene und dient dem Aufbau von Loyalitätsbeziehungen und längerfristigen Bindungen von interessierten Laien, fachkundigen Besuchern und Experten. Darüber hinaus wird mit der virtuellen Präsentation des Fundus der kulturelle Auftrag der Museen in zeitgemäßer Weise erfüllt. Die Grundlage des virtuellen

Museums bildet eine Datenbank, welche die verschiedenen Exponate in Form von Bildern, Videos, Texten, Sprache, sonstigen Toneffekten etc. beschreibt. Durch diese Datenbestände sind über das Internet vorprogrammierte, „geführte Touren“ möglich. Vor allem aber soll durch die Benutzung der in das System integrierten Suchmaschinen das selbständige „assoziative Navigieren“ in virtuellen Museen möglich sein. Das vor drei Jahren (unter der Förderung der Telecom Italia und der Stadt Venedig) gestartete Projekt PROMEMORIA dient dem Aufbau eines virtuellen Museums, an dem vier bedeutende venezianische Institutionen beteiligt sind: Querini Stampalia Foundation, Peggy Guggenheim Collection, Giorgio Cini Foundation und die städtischen Venezianischen Museen (V. MINGHETTI, A. MORETTI, S. MICELLI, 2000). Das hier entwickelte Softwaresystem besteht aus verschiedenen Modulen:

- *Art metasearch* – der Kernbereich des Systems – dient der multimedialen Erfassung und Katalogisierung der Exponate sowie dem Management der Suchprozesse bzw. der Auswahl und der Präsentation der Inhalte für die Benutzer.
- *Emporium*, das Marketing-Modul, bietet Informations- und Promotionsmaterial sowie Dienstleistungen an, sowohl für einzelne touristische Nachfrager als auch für die professionellen touristische Dienstleister.
- *Laboratory* ist ein spezieller fachbezogener Dienst zur Organisation von interaktiven Seminaren und Kursen sowohl im Kultur- als auch im Softwarebereich.
- *Agora* bildet ein Diskussionsforum für Software und Netzexperten.
- Internet-Nutzer können schließlich über *Teleart* Karten für die Museen, Galerien, Sonderausstellungen und Veranstaltungen etc. kaufen.

Eine derartige Konzeption lässt sich für den Verbund der Museen des Jurapfades – wenn überhaupt – sicherlich nur über einen längeren Zeitraum realisieren. Ansätze sollte man jedoch überlegen und auch die Fördermöglichkeiten ausloten.

Der gemeinsame Internetauftritt und eventuell erste Schritte in Richtung auf ein gemeinsames virtuelles Museum wären wichtige Marketingmaßnahmen. Zu diesen zählen auch die *gemeinsame Werbung* im Rahmen der Promotion des Jurapfades und unter der Dachmarke des Naturparks Altmühltal, *kombinierte Eintrittskarten* und die Beteiligung an den *touristischen Karten* für die Region (siehe unten).

Mit dem *Museumsverbund* sollte man einen nach modernen Prinzipien gestalteten Schwerpunkt im Rahmen der Attraktionen des Jurapfades schaffen, aber keinen „Jurassic Park“ als künstliche Erlebnislandschaft für den Massenbetrieb, wie dies etwa mit „Dinópolis“ bei Tervel in Aragonien realisiert wurde, im Umfeld der großen Dinosaurier-Fundstellen (traveller, Nr. 1021, 2001). Gegen eine solche *Konzentration von Attraktionen* mit Bezug zur Jurazeit sprechen nicht nur die Umweltbedingungen: ein nicht allzu breiter, z.T. geschützter Talbereich, der ohnehin schon durch Bahn und Straße belastet ist und daher die übermäßige Konzentration von baulichen Anlagen und von Besuchern kaum verträgt, so dass umfangreiche Freizeiteinrichtungen auf die Jurafläche ausweichen müssten. Auch die bestehende Verteilung der Aussichtspunkte, Sehenswürdigkeiten, Museen etc. begünstigt die vorgeschlagene Konzeption eines touristischen Pfades. Mit dem Jurapfad und dem Museumsverbund dürfte die touristische Nachfrage wohl nicht unwesentlich zunehmen. Es wird aber weiterhin zu keinen übermäßigen Konzentrationserscheinungen kommen, und der „Nutzen“ von Investitionen und organisatorischen Maßnahmen kann sich über einen größeren Talabschnitt mit seinem entsprechenden Hinterland verteilen.

Mit den Besichtigungsstationen im Gelände und ihren ergänzenden Visualisierungen, den Lehrpfaden, der Steinbruchlandschaft mit den Hobbysteinbrüchen sowie mit dem Museumsverbund ergibt sich entlang des Jurapfades ein recht ansehnliches Spektrum von themenbezogenen Attraktionen, das ergänzt wird durch die kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten besonders in den Ausgangsorten Eichstätt (Dom, Residenzviertel u. a.) und Solnhofen (Sola-Basilika: Reste eines dreischiffigen karolingischen Kirchenbaus). Jedoch besteht in der Abfolge der Besichtigungsangebote entlang des Pfades eine „Lücke“, und zwar auf dem Abschnitt von Dollnstein bis Eichstätt. Hier wäre eine zusätzliche touristische Einrichtung mit dem Standort in Obereichstätt denkbar. So sollte zur Abrundung des Angebotes besonders auf Familien und Kinder ausgerichtet sein und darüber hinaus ebenfalls Bezüge zur Region aufweisen. Diese Kriterien könnte das „*Altmühltaler Schäferland*“ erfüllen, das auf der traditionellen Schafwirtschaft aufbaut. Trockenrasen und Wacholderheiden, welche auch im Raum von Obereichstätt gut ausgeprägt sind, stellen die daraus resultierende Form der Kulturlandschaft dar: Sie verdanken ihre Entstehung ausschließlich der Beweidung mit Schafen. Vor dieser Kulisse könnte das „Schäferland“ folgende Elemente umfassen, die sich sukzessive aufbauen ließen:

- ein *Museum der internationalen Schäferkultur*, welches die Verbreitungsgebiete der Schafzucht und der Wollverarbeitung mit ihren historischen Wurzeln, kulturellen Traditionen (inklusive Musik, Schauspiel, Literatur etc., einschließlich entsprechender Live- oder multimedialer Präsentationen) und mit ihren modernen Wirtschaftsformen dokumentiert, bis hin zu den letzten Entwicklungen der Gentechnologie
- ein *Erlebnispark* mit Freigehegen für die verschiedenen Schafrassen, größere Streichelzoos, Demonstrationsbereiche für Schafschur, Käsegewinnung, Spinnen, sonstige Wollverarbeitung, Gerben etc. sowie für die Vorführungen von Hütehunden
- ein „*Schäfer- und Handwerksmarkt*“ mit den Produkten der Schafwirtschaft und des traditionellen Handwerks (Töpferei, Weberei, Steinmetzarbeiten, Holzverarbeitung u. a.)
- ein *gastronomischer Bereich*, besonders mit internationalen Lammspezialitäten
- ein *Veranstaltungsbereich* für Feste, künstlerische Darbietungen und Wettbewerbe, etwa in der Art des „Schäferlandes“ von Markgroningen in Baden-Württemberg oder der „Nordfriesischen Lammtage“ und
- schließlich sollte auch – in kleineren Gruppen – die *Begleitung der Schafhirten* und ihrer Herden in der Region (inklusive „Lagerfeuerromantik“) möglich sein.

Ein idealer Standort für das Museum wäre das Areal des alten Eisenwerkes im Obereichstätt. Es befindet sich allerdings in Privatbesitz und dürfte leider derzeit nicht zur Verfügung stehen. Für den Erlebnispark und die anderen genannten Einrichtungen könnte man sich einen Standort auf den Arealen um die Altmühlbrücke vorstellen. Mit der Realisierung eines solchen Konzeptes hätte man – gemeinsam mit dem Kinderbereich im Jura-Museum – familienfreundliche Schwerpunkte im „unteren“ Abschnitt des Jurapfades geschaffen.

Längerfristig könnte man sich auch im Bereich der Eichstätter Willibaldsburg eine weitere Einrichtung vorstellen, welche die Attraktivität des Standortes noch wesentlich steigern könnte. Sie sollte an zwei Eichstätter Traditionen anschließen:

- an den von Fürstbischof Johann Conrad von Gemmingen 1597 angelegten botanischen Garten „Hortus Eystettensis“, der wieder instandgesetzt wurde und für die Touristen zur Besichtigung offen steht, sowie
- an das gleichnamige Kupferstichwerk zu diesem Garten. In dieser berühmten botanischen Enzyklopädie aus dem Jahr 1613 bildet Basilius Besler die aus der ganzen Welt stammenden

den Pflanzern des „Hortus Eystettensis“ in 1084 Darstellungen ab. 1997 wurde dieses Meisterwerk neu aufgelegt.

Ein virtueller „*Eichstätter Zaubergarten*“ im Anschluss an sein reales, wiedererrichtetes Gegenstück, in dem die Besucher übergroße Visualisierungen der faszinierenden barocken Bilderwelt aus dem Werk von Besler erleben können, welche von entsprechenden „Klangwolken“ begleitet werden, wäre ein Projekt, für das sich wohl auch finanzstarke Sponsoren interessieren. Der „Eichstätter Zaubergarten“ könnte einen überaus attraktiven Mittelpunkt für eine „*bayerische Landesgartenschau*“ darstellen, für die sich die Umgebung der Willibaldsburg mit ihren Basteien als Areal anbietet. Die Show sollte sich etwa an der Grundphilosophie der „Kristallwelten“ der Firma Swarovski in Wattens/Tirol orientieren und eventuell auch zur Präsentation auf anderen Standorten geeignet sein. Ihr virtuelles Ambiente ließe sich als Kulisse für kulturelle Veranstaltungen (besonders Konzerte) verwenden oder für exklusive gastronomische Feste, Ballveranstaltungen etc.

Die Nutzung all dieser vielfältigen Angebote entlang des Jurapfades durch die Zielgruppe der Nachfrager, welche den ÖV benutzen (sie sollen ja aus dem oben genannten Gründen besonders angesprochen werden), erfordert eine auf die Aktivitätenmuster dieser Besucher besonders abgestimmte Bedienung mit (großen und kleineren) öffentlichen Bussen. Dieses *Verkehrssystem entlang des Pfades* muss nicht nur den Anschluss an die Bahnverbindungen für die An- und Abreise ermöglichen, sondern auch die einzelnen Stationen des Pfades verbinden, wobei die Wartezeiten entlang der Strecke möglichst kurz gehalten werden sollten. Um die notwendigen Frequenzen zu gewährleisten (in der Hauptsaison wird wohl am Vormittag und am Nachmittag ein 30-Minuten Takt erforderlich sein) müssten die bestehenden Linien, welche auch über den Jurapfad verlaufen, wohl durch einen eigenen Linienbetrieb ergänzt werden. Den Besuchern sollten leicht fassliche kartographische Darstellungen mit den Haltestellen, den im Einzugsbereich liegenden Attraktionen sowie den Fahrplänen zur Verfügung gestellt werden. Ein wesentlicher Aspekt des auf Ausflüge und Kurzurlaube bezogenen Konzeptes für den Naturpark Altmühltal, nämlich die Ausnutzung der neuen überregionalen Erreichbarkeitseffekte, wird nur dann zum Tragen kommen, wenn es gelingt, ein intraregionales ÖV-Netz zur Verfügung zu stellen, das den Ansprüchen der Besucher genügt und die Vorteile der HGB-Strecke nicht wieder zunichte macht.

Ein touristischer Pfad mit den genannten Stationen und Einrichtungen erfordert natürlich eine eigene *Managementstruktur* und muss dem Publikum durch entsprechende *Marketingstrategien* nahe gebracht werden. Die Leitungsfunktionen und die Hauptaufgaben des Managements sollten bei der Verwaltung des Naturparks liegen, wo man einen eigenen „*Pfadmanager*“ vorsehen müsste. Dieser hat die Koordinationsfunktion bezüglich der verschiedenen Angebotsstrukturen entlang des Pfades inne, berät und unterstützt die Unternehmen, Investoren, Gemeinden, Vereine etc., welche die verschiedenen Leistungselemente bereitstellen, schlägt Werbe- und andere Marketingmaßnahmen vor und organisiert wesentlich ihre Umsetzung. Der „Pfadmanager“ übt auch die Funktion des Vorsitzenden eines *Organisationskomitees* aus, das sich aus den Tourismusverantwortlichen in den Gemeinden, Vertretern von tourismusrelevanten Vereinen und Institutionen (z. B. des Museumsverbundes), den Managern der wichtigen Unternehmen mit Fremdenverkehrsbezug (auch der Verkehrsdienstleistungen) etc. zusammensetzt. Hier werden die Grundstrukturen der lokalen Angebotsbündel sowie das Veranstaltungsprogramm im Saisonverlauf diskutiert, koordiniert und die notwendigen Beschlüsse gefasst. Das gleiche gilt für die Marketingmaßnahmen. Wie schon oben dargestellt, sollte der Jurapfad unter der Dachmarke des Naturparks vermarktet werden, aber mit eigenem *Prospekt* (fixe Angebote und Veranstaltungsprogramm) und eigenem *Teilbereich im Internetauftritt des Naturparks*. Im Rahmen der Vermarktungsstrategie wird der Verkauf von *spezifischen Angebotsbündeln* besonders wichtig sein:

- Entschließt man sich zur Einführung einer *Touristischen Karte* für den Naturpark Altmühltal, so könnte man dem Beispiel einiger Großstädte folgen, welche eine allgemeine „City Card“ herausgeben (wo in der Regel auch die Verkehrsdienstleistungen enthalten sind) und dazu eine kostengünstige Erweiterung – oder eine eigene Kultur-Karte – anbieten. Demnach wären also die Eintritte und speziellen Dienstleistungen entlang der Route in einer Teilkarte „*Altmühltaler Jurapfad*“ zusammengefasst. Solche Zusatzkarten könnten aber unter bestimmten Voraussetzungen auch kostenlos abgegeben werden, etwa als „*Anreizmittel*“ bei der Buchung von einer oder mehrerer Übernachtungen oder von Packageangeboten. Im österreichischen Burgenland wird die „Neusiedlersee Card“ so eingesetzt.
- Unabhängig von der Vermarktung über touristische Karten müsste eine Reihe von *Kombinationsangeboten* auf den Markt gebracht werden, und zwar sowohl für die Tagesbesucher als auch für verschiedene Formen von Kurzurlaube (jeweils für

Einzelpersonen sowie für Familien und Reisegruppen) und schließlich auch jeweils entsprechende Varianten, welche die Anreise mit dem ÖV und die notwendigen Interaktionen in der Region beinhalten. Auch die All-Inklusive-Strategie (Verkehr + Eintritte + gastronomische Leistungen, eventuell + Übernachtung) sollte entsprechende Beachtung finden

5.3.2 Erlebnispfad

Managementstrukturen und Managementleistungen haben für die im unteren Altmühltal vorgesehene touristische Entwicklung mit Sicherheit eine noch größere Bedeutung: Denn hier liegt das Schwergewicht des Angebotes viel mehr auf den *variablen Leistungselementen* – wie Veranstaltungen, welche zum Teil über größere Talabschnitte hin ablaufen, Feste, Events etc. – als auf den fixen und regelmäßig zugänglichen touristischen Einrichtungen. Daher bildet die Gestaltung und Realisierung eines umfangreichen, sich über die ganze Saison erstreckenden Programms von unterschiedlichen „touristischen“ Ereignissen, die auch auf wechselnde Zielgruppen abzustellen sind, die zentrale Managementaufgabe. Daher müssten sich der „Pfadmanager“ des Erlebnispfades und das Organisationskomitee auf ein „*Veranstaltungsnetzwerk*“ stützen können, das man speziell aufbauen und laufend koordinieren sollte. In diesem Rahmen müssten organisiert werden:

- die Besitzer, Betreiber oder Verwalter der möglichen „*Veranstaltungsorte*“ sowohl unter einem Dach als auch unter freiem Himmel: Veranstaltungshallen, Theater-, Konzert- und sonstige Säle, Kinos, größere Hotel- und Gastronomiebetriebe, Burgen, Schlösser und sonstige historische Gebäude, die über entsprechende Möglichkeiten verfügen, sowie auch Veranstaltungsflächen und -einrichtungen im Freien, Plätze und Gassen im Altstadtbereich, Uferpromenaden etc. In einer vom Flusstourismus geprägten Region sind hier natürlich die *Schiffahrtsunternehmen* mit einzubeziehen sowie die *Kanalgesellschaft* und die Betreiber der *Schiffsanlegestellen* und ihrer umgebenden Areale. Zum Beispiel hat das Land Oberösterreich die Anlegestellen an der Donau aufgekauft und die Vermarktungsrechte einer Werbegemeinschaft der Flussgemeinden übertragen;
- die als *Veranstalter* tätigen Akteure, wie Gemeinden und Organisationen des touristischen Incoming-Bereichs, Reiseveranstalter, Veranstaltungs- und Werbeagenturen, Vereine aller Art, verschiedene Interessensgemeinschaften etc. Wichtig ist hier auch die Einbindung

von solchen möglichen Organisatoren, die außerhalb der Region tätig sind, vor allem in den Wohngebieten der Nachfrager;

- größere Unternehmen, die in der Region oder in den umliegenden Agglomerationen ihren Standort haben oder hier wesentlich Umsätze erzielen, als mögliche *Sponsoren*.

Gemäß des Konzepts des „Erlebnispfades“ sollte ein wesentlicher Anteil der im Saisonverlauf organisierten Veranstaltungen nicht nur an einem Ort, sondern an *verschiedenen Stellen im Talverlauf* abgehalten werden, wobei sich die Besucher zwischen den einzelnen Stationen bewegen:

- Hier wäre die *Fahrt mit dem Schiff* ein besonderes Spezifikum, wobei die verschiedenen Formen von Veranstaltungen in den Bereichen der Anlegestellen sowie in den nahegelegenen Ortskernen und sonstigen geeigneten Standorten ablaufen müssten und natürlich auch auf den Schiffen selbst.
- Auch Interaktionen mit dem *Fahrrad* wären durch besondere Maßnahmen zu begünstigen, wobei man an bestimmten Tagen und im Rahmen spezieller Veranstaltungen Straßenabschnitte für den übrigen Verkehr vollständig sperren könnte. Jeden Herbst wird zum Beispiel an den Ufern des oberösterreichischen Attersees ein „*Radfahrertag*“ abgehalten. Hier stehen die Uferstraßen (insgesamt ca. 50 km) von 10 bis 17 Uhr allein den Radfahrern zur Verfügung.
- Sogar das *Laufen* stellt eine mögliche Interaktionsart zwischen den Stationen entlang des „Erlebnispfades“ dar, wie das Beispiel des „Wein-Marathons“ in der französischen Landschaft Médoc zeigt.
- Ausgehend von der Kindinger Bahnstation an der Neubaustrecke sollte besonders auch der *öffentliche Busverkehr* dem Besuchertransport dienen (zumindest für die Anreise zu größeren Veranstaltungen im Rahmen des „Erlebnispfades“), während die Interaktionen mit dem privaten PKW nach Möglichkeit einzuschränken wären.

Auf diesen Fahrten zwischen den einzelnen Stationen und auch bei den Freiluftveranstaltungen selbst, bildet die Fluss-(Kanal-)Landschaft die Kulisse. Besonders in den Abendstunden kann man ihre Attraktivität durch mehr oder minder aufwendige (meist technische) Effekte sehr bedeutend erhöhen:

- Ein relativ einfaches Maßnahmenbündel bildet die *Beleuchtung* der Burgen, Schlösser und ausgewählter sonstiger attraktiver Objekte.
- Eine Abfolge von *Feuern* am Ufer und auf den das Tal begleitenden Höhenzügen ist ein bereits mehr oder weniger traditionelles Element des Flusstourismus. Zum Beispiel sind die Schiffsfahrten durch die (niederösterreichische) Wachau zum Zeitpunkt der *Sonnwendfeuer* bereits ein Jahr vor diesem Termin ausverkauft.
- Im Retzer Land, einem Weinbaugebiet im nördlichen Niederösterreich, wurde in diesem Jahr das *Element Feuer* (gemeinsam mit der *Farbe „Rot“*) in viel größerem Umfang als Leitthema eines auf verschiedenen Standorten abgehaltenen Kulturfestivals herausgestellt. Feuerspektakel bildeten den Rahmen für Stadtfeste, Performances (mit Gauklern, Jongleuren, Akrobaten, Aktionskünstlern etc.), Vernissagen und Events (z. B. „Feuriges Kellergassenfest“, „Feuriges Open Air“ etc.).
- Wesentlich komplexere Aufwände erfordern *Lasershows* und *Lichtprojektionen* sowie *Feuerwerke*, die man auch in Kombination anwendet, etwa zur Illumination des Donauufers im Rahmen der Linzer „Ars Elektronica“. Mit einiger Phantasie lassen sich aber auch sehr viel einfachere und doch beeindruckende Beleuchtungseffekte entwickeln: Als Beispiel dafür kann „Der leuchtende Himmel über Trins“ (Tirol) dienen, wo zur Jahrtausendwende 2000 leuchtende Heliumballons aus den Händen von Gästen und Einheimischen in den Himmel stiegen, in welche Kinder der Gäste und aus dem Ort zuvor fluoreszierende Würmer (ein billiges Anglerzubehör) eingefüllt hatten.
- Bei der „Ars Elektronica“ bildet auch die *Musik* („Linzer Klangwolke“) ein integrierendes Element des Spektakels, bei dem die Donaulandschaft selbst völlig in den Hintergrund tritt. Es sind aber auch andere „Geräuschkompositionen“ möglich, wie sie etwa in der „Klangwelt“ Phyrn-Eisenwurzen in Oberösterreich den Gästen geboten werden.
- *Landschaftsinstallationen*, deren Abfolge sich besonders gut vom Fluss aus beobachten lässt, können die Attraktivität der Talabschnitte ebenfalls erhöhen. Das oben schon erwähnte „Feurige Retzer Land“ wurde mit roten Schmetterlingen, Vogelscheuchen, Steingebilden etc. adaptiert. In der Stadt Salzburg kamen im Vorjahr 200 aus Polyester in verschiedenen Ausführungen gestaltete Kühe zur Aufstellung („Kunst + Kuh 2000“), was bei den Bewohnern und Touristen zumeist ein recht positives Echo fand.

Für die im Abschnitt 5.1 angesprochenen Zielgruppen, besonders für die Nachfragersegmente der „money rich/time poor“ und „money sufficient/time poor“, sollte der Erlebnispfad ein

abwechslungsreiches *Programm* bieten. Die Schwerpunkte müssten auf den Wochenenden liegen, und man sollte möglichst ohne Angebote der trivialen „Sauf-, Fress- und Partykultur“ auskommen. Es könnten die folgenden Elemente einzeln oder in Kombination Berücksichtigung finden:

- *Musikalische Darbietungen* verschiedenster Art zählen zu den häufigsten kulturellen Angebotsformen im Flusstourismus. Hier hat etwa der Jazz eine längere, von den amerikanischen „Riverboats“ ausgehende Tradition. „Jazz-Weekends“ mit Darbietungen an den Anlegestellen und auf den Schiffen selbst hätten vermutlich Erfolg, trotz der bereits bestehenden, nicht unwesentlichen Konkurrenz (etwa in Regensburg). Weitere Möglichkeiten wären: *Altmühltaler Chortage* mit Auftritten von (Laien-)Chören aus der Region und den benachbarten Agglomerationen oder ähnliche Veranstaltungen mit *Bläsergruppen* (die „Arienbläser“ von St. Leonhard, Oberösterreich, spielen z. B. auf einer Felsbastion, und ihre Musik hört man im ganzen Tal); „Stationen der Popgeschichte“ auf denen DJs oder Live-Musiker die verschiedenen Entwicklungsphasen darstellen; „Fitzcarraldo auf der Altmühl“ in Anlehnung an den bekannten Film von W. HERZOG, dessen Hauptfigur den Amazonas mit Opernarien beschallt.
- Die *Altmühltaler Literaturtage* als eine Serie von Lesungen, wieder zu Wasser und zu Land, könnte man auch in Kombination mit gutem Essen und Trinken anbieten. Im österreichischen Donautal haben sich einige Museen zum Netzwerk „Kunstradeln – Jeder Pedaltritt ein Kunstwerk“ zusammengeschlossen. Zwar fehlt im Erlebnispfad ein entsprechend dichteres Angebot, jedoch ließe sich vielleicht auf seinen Stationen für einen kurzen Zeitabschnitt eine Serie von Ausstellungen und Vernissagen organisieren („Kunst auf dem Erlebnispfad“).
- Ebenso könnte man daran denken, einen „Altmühltaler Flussmarkt“ zu organisieren, wobei sich auf den einzelnen Stationen jeweils bestimmte Angebotsbereiche (landwirtschaftliche Produkte aus der Region, Kunstgewerbe, Bücher, Flohmarkt u. a.) konzentrieren sollten.
- Ein „Altmühltaler Zirkusfest“ mit Clowns, Zauberern, Artisten, Zirkustieren etc. nicht nur auf den einzelnen Stationen des Erlebnispfades sondern eventuell auch auf den Schiffen könnte zu einer besonderen Attraktion werden, welche vor allem Familien mit Kindern anspricht („Jedes Kind ein Artist, Clown, Jongleur, Zauberer“ ist z. B. ein Thema, welches im Urbanis Familienhotel in Kärnten erfolgreich angeboten wird).

- Die Plätze und Ensembles in den alten Stadtkernen sowie die Burgen, Schlösser und Ruinen des östlichen Altmühl- und Schambachtals legen es natürlich nahe, *historische Themen* als Veranstaltungsmotive zu wählen, wie dies (siehe Abschnitt 4.3) ja teilweise bereits geschieht. Allerdings wäre es notwendig, mehr solcher Veranstaltungen anzubieten (auch durch entsprechende „Umwidmung“ von „allgemeinen Stadtfesten“). Außerdem müsste die zeitliche Koordination verstärkt werden, zu einem, um die Veranstaltungen über die Saison zu verteilen (was hier ebenfalls – siehe Karte 15 – ansatzweise bereits der Fall ist), zum anderen, um kombinierte Angebote im Rahmen des Erlebnispfades zu schaffen. Trotz divergierender, oft gar nicht auf den Tourismus ausgerichteter Interessen der Besitzer von Burgen und Schlössern, sollte versucht werden, ähnlich dem Museumsverbund des Jurapfades einen eigenen *Burgen- und Schlösserverbund* zu gründen, zur Planung, Durchführung und Vermarktung gemeinsamer Veranstaltungen, wobei man die schon bestehenden Angebote gemeinsam verkaufen könnte. Außerdem ließen sich hier „*Burgwanderungen*“ und gemeinsame *Veranstaltungen* konzipieren, welche sich mit der Mystik des Mittelalters beschäftigen, die immer mehr Interesse findet, oder auch mit der Märchen- und Sagenwelt (Wochenendaufenthalte, welche das gemeinsame Erleben von Eltern und Kindern fördern), mit den Jagdgepflogenheiten oder mit den Lebensstilen der Burgherren und der von ihnen abhängigen Bevölkerung. All dies könnte mit Erlebnisgastronomie, Konzerten etc. kombiniert werden. Eine weitere denkbare Kooperation wäre zwischen den Städten Berching, Greding, Beilngries und Dietfurt möglich. Sie haben alle Stadtkerne, die für verschiedene Arten von Festen geeignet sind und die (siehe oben) auch schon derzeit entsprechend genutzt werden. Im Rahmen der „*Altmühltaler Stadtfeste*“ könnten die Veranstaltungen nicht nur zeitlich und thematisch abgestimmt werden. Denkbar sind auch gemeinsame Organisationsstrukturen, ein gemeinsames Programm mit entsprechenden Werbeaktivitäten, Packageangebote etc.

Schließlich müsste das Programm des Erlebnispfades auch noch jene Veranstaltungen und Feste umfassen, welche sich auf bestimmte (Feier-)Tage oder Zeitpunkte im Jahresverlauf beziehen. Aus Marketinggründen wäre ein entsprechend beworbenes *Eröffnungsfest der Saison* (Ende April – Anfang Mai) besonders vorteilhaft, wobei etwa (wie dies im Dresdner Elbtal der Fall ist) eine Schiffsparade im Mittelpunkt stehen könnte und/oder ein Wettrudern/-fahren von selbstgefertigten, möglichst originellen Booten und Schiffen (nach dem Vorbild der sehr erfolgreichen, vom Energy-Drink-Produzenten „Red Bull“

gesponserten „Flugtage“ – hier starten die gebastelten Flugobjekte über eine Rampe und landen im Wasser – oder „Seifenkistenrennen“). Der *Altmühltaler Fasching* könnte auf den Traditionen von Kipfenberg und Dietfurt aufbauen, und auch der *Altmühltaler Advent* inklusive Weihnachtsmarkt ließe sich zu einem sehr stimmungsvollen Fest gestalten, das teilweise auf Schiffen stattfinden könnte, die auch im Winter (Dinnerfahrten, aber auch längere Themenreisen) immer mehr eingesetzt werden sollten.

Nach diesen hier kurz skizzierten Prinzipien und Maßnahmen für die Organisation, für die Interaktionen zwischen den einzelnen Stationen, für die zusätzlichen Effekte zur Erhöhung der Attraktivität der Talandschaft und für die thematischen Schwerpunkte könnte der Altmühltaler Erlebnispfad sukzessive aufgebaut werden. Wichtig wäre es vor allem, dass sich ein entsprechendes *Know-how* unter den Tourismusmanagern bzw. den Betrieben und Institutionen, welche die einzelnen Leistungsbausteine auf dem Markt bringen, möglichst rasch entwickelt. Als Vorbild für die Erstellung von variablen, saisonal wechselnden Angeboten sollten die Managementpraktiken von Tourismusregionen dienen, welche ähnliche Angebotsstrukturen aufzuweisen haben. Wenn es gelingt, den Altmühltaler Erlebnispfad als ein von den Nachfragern einigermaßen attraktiv bewertetes Ausflugs- und Kurzurlaubsziel zu etablieren, könnte man dieses positive touristische Image als Basis für eine umfassende „*Wirtschaftsallianz*“ nutzen. Diesen Weg der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Fremdenverkehr hat man etwa im österreichischen Burgenland eingeschlagen, wo prominente Unternehmen die Region als (reale und virtuelle) Kulisse für eigene Markenauftritte nutzen, etwa in der Form von Beteiligungen an den Messeauftritten und Events der Tourismusorganisationen, eigenen Präsentationen in der Region, Logo-Platzierungen auf Prospekten, gemeinsamen Internetauftritten etc.

5.3.3 Römerpfad

Mit der Radroute VIA RAETICA wurde die Idee des Römerpfades bereits teilweise realisiert, vor allem durch die Herausgabe eines entsprechenden Radführers, durch Streckenmarkierungen, durch erste Initiativen zu einem Museumsverbund und durch PR-Arbeit vor allem in den Printmedien und im Internet. Mit den neuen Erreichbarkeitsverhältnissen im ÖV wird vor allem der Kernbereich der Radroute im Altmühltal auch für Ausflügler attraktiv, welche den ÖV benutzen. Hier sollte man zusätzlich für die auf touristische Bedürfnisse

ausgerichtete Erschließung des kurzen Teilstückes zwischen Nassenfels (südlich von Eichstätt) und Pfünz im Altmühltal (bei Eichstätt) sorgen, da sich hier einige der – wie oben dargestellt – nicht allzu häufigen römischen Attraktionen befinden. Auf diesen Abschnitten des mittleren Altmühltals, bzw. zwischen Nassenfels und Pfünz, ist (siehe Karte 1) auch für die IV-Benutzer eine durchaus günstige Zugänglichkeit gegeben. Man sollte daher diesen Teilbereich der VIA RAETICA nicht nur als Radroute vermarkten. Anregungen zur *Ausgestaltung der „römischen“ Angebotselemente* wurden bereits im Rahmen eines Konzeptvorschlages (J. STEINBACH, S. HILGER u. a., 1999) gegeben. Sie werden hier wiederholt und etwas ergänzt.

Im Abschnitt zwischen Nassenfels und Pfünz bildet derzeit die *Villa Rustica* bei Möckenlohe das zentrale Angebotselement, welches bereits heute Besucher und Gäste aus der gesamten Region anzieht. Bisher werden jedoch nur gegen Vorbestellung Führungen für Gruppen angeboten sowie ein Streichelzoo für Kinder. Mit steigender Zahl der Touristen sollten fixe Öffnungszeiten eingeführt werden, innerhalb derer Besichtigungen auch ohne Voranmeldung möglich sind. Eine Reihe von weiteren Ausbausritten könnte die Anlage mit steigender Zahl der Besucher immer attraktiver machen, z. B. die Errichtung einer Jausenstation mit einem kleinen Shop, der „römische Produkte“ anbietet; die Einrichtung einer Ausstellung in den Räumen der Villa; die Erweiterung der Ausgrabungen im anschließenden Ruinenfeld; der Ausbau des Streichelzoos zu einem auf Kinder zugeschnittenen, kleinen Spiel- und Erlebnispark mit Römerthematik (Vorbild etwa das „Familienland Pillerseetal“ in Tirol mit 35 Spielstationen auf 12.000 m², in denen der gesamte Bewegungsapparat der Kinder gefördert wird).

Die Gemeinde *Nassenfels* könnte sich zu einem weiteren „römischen“ Schwerpunkt dieses Routenabschnittes der VIA RAETICA entwickeln. In einem Mehrstufenkonzept soll zunächst ein Römer- und Heimatmuseum errichtet werden, als nächsten Schritt denkt man an die Rekonstruktion eines noch unter der Erde liegenden Römerbades. Eine weitere Attraktion bildet hier die Wasserburg, welche teilweise zu besichtigen ist und den Standort einer „Akademie: Abenteuer Archäologie“ bildet, in deren Rahmen Führungen und Exkursionen angeboten werden. In Diskussion steht hier auch die Anlage eines kleinen Badesees durch den Aufstau der Schutter. Dieses Projekt würde zur touristischen Inwertsetzung der näheren Umgebung beitragen, besonders in Verbindung mit einer attraktiveren Ufergastronomie, plus Seepromenade, eventuell auch mit einem kleinen Campingplatz. All dies könnte gemeinsam

mit der ausgebauten Burg (Veranstaltungen, Erlebnisgastronomie und -hotel), dem Römerbad und dem Römermuseum, dem Spiel- und Erlebnispark im Anschluss an die Villa Rustica in Möckenlohe (und auch noch ergänzt durch Angebote des „Urlaubs auf dem Bauernhof“) die Basis für eine Entwicklung im Tourismus auch in dieser, von den natürlichen Voraussetzungen nicht gerade begünstigten Region bilden. Hierbei könnten neben dem Radtourismus und den IV- und ÖV-Ausflugsgästen vielleicht auch Kurz-(Wochenend)Urlaube von Besuchern (besonders Familien mit Kindern) aus den umliegenden Agglomerationen eine gewisse Rolle spielen.

Ergänzt man diese geplanten „römischen“ Angebots Elemente in Möckenlohe, Pfünz und Nassenfels noch durch die Errichtung eines „römischen“ *Aussichtsturms* (mit Rast- und Picknickplatz) bei Pietenfeld, vielleicht auch mit der Präsentation von Informationen über die römische Vergangenheit der umliegenden Gebiete im unmittelbaren Hinterland des Limes, so wird dieser Teil des Routenabschnittes im Sinne des Rahmenthemas deutlich aufgewertet.

Im Altmühltal ist zunächst der schrittweise Ausbau des *Römerkastells* bei Pfünz vorstellbar, wobei zumindest die volle Ummauerung rekonstruiert werden sollte (derzeit ist nur die Vorderfront der viereckigen Festung wiedererrichtet). Die so geschaffene Anlage könnte den Rahmen für eine ganze Reihe von Einrichtungen und Veranstaltungen bilden. Zum Beispiel für ein „Römerzeltlager“, dessen „Bewohner“ (z. B. Schülergruppen, Vereine, aber natürlich auch die Touristen der VIA RAETICA) römische Lebensweisen nachvollziehen können, mit integrierter Gastronomie („Römerschenke“) und „Römermarkt“ (vorwiegend regionale Produkte). Weitere Nutzungsmöglichkeiten wären eine Freilichtbühne, die sicherlich nur fallweise bespielt werden könnte, aber auch als Kino zu nutzen wäre, wobei es nahe liegt, auf den großen Fundus „römischer“ Filme (von „Asterix“ bis „Ben Hur“) zurückzugreifen (praktiziert etwa im niederösterreichischen Carnuntum). Eine Überlegung wert wäre auch die Veranstaltung von „römischen Sonntagen“ in der umgestalteten Anlage, nach dem Vorbild des „Archäologischen Parks Xanten“, wo den Interessenten historische Kleidung, typisches Handwerk und Speisen der römischen Küche geboten werden.

Einen weiteren Schwerpunkt bildet bereits heute das *Römer- und Bajuwarenmuseum* in der Burg Kipfenberg, welches nach modernen Prinzipien gestaltet ist und einen Überblick über das römische Leben in der Limesregion gibt sowie über die Veränderungen in der

Völkerwanderungszeit und über die Bedeutung des Stammes der Bajuwaren. Für dieses privat geführte Angebot wäre die Ergänzung durch einen Gastronomiebereich wünschenswert, der auch die „römische Küche“ anbieten sollte. Denkbar ist auch eine angeschlossene „Museumsakademie“ u. a. mit Angeboten an (Wochenend-)Workshops in den Bereichen Archäologie, Fotografie, Kochen etc. (eine solche Einrichtung existiert bereits im niederösterreichischen „Archäologiepark Carnuntum“), die man eventuell durch naturbezogene Themen noch ergänzen könnte (siehe das Vorbild der „Ersten österreichischen Naturparkakademie“ im Naturpark Sölk-täler). Leider ist der Zugang zur Burg Kipfenberg für Fußgänger und Radfahrer etwas schwierig. Daher wäre zu bestimmten Tageszeiten, im Anschluss an den Linienverkehr oder zu den Veranstaltungen, ein im Museumspreis und in den touristischen Karten enthaltener Shuttledienst sehr wünschenswert. Zur Aufwertung der Attraktivität des Römer-Pfades und der VIA RAETICA wären aber noch zusätzliche Angebote an römischen Sehenswürdigkeiten recht dringend erforderlich, die sich ebenfalls im Raum Kipfenberg konzentrieren sollten: Dazu könnte die Ausgrabung und (Teil-)Rekonstruktion des *Kastells in Böhming* zählen, das schon derzeit ein Ziel der vom Römermuseum veranstalteten archäologischen Wanderungen darstellt. Attraktiv wäre wohl auch eine *Rekonstruktion eines Teilstückes des Limes*, etwa im Verlauf der Querung des Altmühltals. Ein vermutlich nur längerfristig zu verwirklichendes Ziel könnte die Errichtung eines *römischen Erlebnishotels* (mit Badeanlagen) sein. Aufbauend auf dem Kipfenberger Limesfest müsste man auch das Spektrum an römischen Veranstaltungen entsprechend erweitern.

Mit der Realisierung von wenigstens einigen der hier skizzierten Maßnahmen könnte auch der Römerpfad zu einem durchaus attraktiven Angebot für Ausflugsgäste und Kurzurlauber werden. Als weitere Zielgruppe kommen gerade hier aber auch Schulen und Vereine in Frage. Bezüglich der *Schulen* könnten Klassenausflüge zum Schulschluss (z. B. Radtouren mit Übernachtungen im „Römerzeltlager“ und unter Mitwirkung von Betreuern aus einem „Führerpool“) vorgeplant und angeboten werden, ebenso etwa auch spezielle (Nachhilfe-)Kurse in den Ferien („Lateincamps“), in denen moderne Formen des Lernens mit „römischem“ Ambiente, Entspannung, Sport usw. verknüpft sind (Vorbild etwa: „Ave studiosus! Leben wie die Römer“, Sommercamp im niederösterreichischen Carnuntum). Insgesamt dürfte es in Deutschland mehrere hunderttausend *Gruppen, Vereine und Verbände* geben (davon 16.100 Gesangsvereine, 20.000 Chöre, 2.500 Kegelclubs, ca. 85.000 Sportvereine etc.). Die meisten davon unternehmen regelmäßige Vereinsfahrten (besonders kürzere

Trips), wobei viele All-Inklusive-Angebote mit kalkulierbaren Nebenkosten bevorzugen. Je nach Vereinsinteressen maßgeschneiderte „Römertouren“ über die VIA RAETICA bilden vermutlich Package-Angebote, für die in diesen Marktsegmenten durchaus Absatzchancen bestehen (siehe z. B. „Ran an den Verein“, in: Das Tourismus Magazin, 11, 1998).

Literatur

- DWIF (1995): Tagesreisen der Deutschen. Struktur des Tagesausflugs- und des Tagesgeschäftsreiseverkehrs in der Bundesrepublik Deutschland. – In: Schriftenreihe des DWIF, Heft 46, München.
- KUHN, S. (1998): Regionales Tourismusmanagement: Ein integriertes Konzept dargestellt am Beispiel des Naturparks Altmühltal. Diplomarbeit an der Katholischen Universität Eichstätt.
- MALAKA, R., ZIPF, A. (2000): DEEP MAP: Challenging IT Research in the Framework of a Tourist Information System. – In: D. R. FRESENMAIER; S. KLEIN; D. BUHALIS (eds.): Information and Communication Technologies in Tourism 2000. Wien, New York.
- MINGHETTI, V.; MORETTI, A.; MICELLI, S. (2000): Intelligent Museum as Value Creator on the Tourism Market: Towards a new Business Model. – In: D. R. FRESENMAIER; S. KLEIN; D. BUHALIS (eds.): Information and Communication Technologies in Tourism 2000. Wien, New York.
- STEINBACH, J. (1995): River Related Tourism – An Overview. In: Geojournal, Jg. 35, Heft 4.
- STEINBACH, J.; HILGER, S. u.a. (1999): Die „VIA RAETICA“ – Grundlagen für die Planung eines Teilabschnittes einer touristischen Route. – In: Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Katholische Universität Eichstätt, Heft 9.
- STEINBACH, J.; HOLZHAUSER, A. u.a. (2000): Grundlagen für ein Ausbau- und Marketingkonzept der Altmühltherme. – In: Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Katholische Universität Eichstätt, Heft 11.
- STEINBACH, J. (2002): Tourismus: Einführung in das räumlich-zeitliche System. München.

Materialien und Diskussionsgrundlagen

Wirtschaftsgeographie, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

- Heft 1: M. KAISER, Probleme des Alpentransitverkehrs, Februar 1990
- Heft 2: J. STEINBACH, M. KAISER u.a., Fremdenverkehrskonzept für die Gemeinde Solnhofen, Juli 1992
- Heft 3: J. STEINBACH, K. SCHLÜTER u.a., Grundlagen für die Planung des tourismusbezogenen Kultur-, Unterhaltungs- und Gastronomiebereiches in der Stadt Füssen, Juni 1994
- Heft 4: M. HÖLZ, Internationale Migration, Juli 1994
- Heft 5: J. STEINBACH, K. SCHLÜTER u.a., Grundlagen eines Planungskonzeptes für den Städtetourismus in Regensburg, 1995
- Heft 6: P. KLEIN, Die „Jungen Alten“ als neue Zielgruppe im Fremdenverkehr, 1995
- Heft 7: J. STEINBACH, Natur als Angebotsfaktor im österreichischen Fremdenverkehr, 1995
- Heft 8: J. STEINBACH, S. HILGER u.a., Grundlagen eines Planungskonzeptes für den Kur- und Wellness tourismus in der Gemeinde Längenfeld/Ötztal (Tirol), 1997
- Heft 9: J. STEINBACH, S. HILGER u.a., Die „VIA RAETICA“ – Grundlagen für die Planung eines Teilabschnittes einer touristischen Route, 1999
- Heft 10: I. SCHUMACHER, Nachhaltige Mobilität als Ziel der Europäischen Verkehrspolitik: Wunschdenken oder konkretes Planungsziel?, 1999
- Heft 11: J. STEINBACH, A. HOLZHAUSER u.a., Grundlagen für ein Ausbau- und Planungskonzept der Altmühltherme, 2000
- Heft 12: J. STEINBACH, A. HOLZHAUSER u.a., Entwicklungskonzept für den Naturpark Altmühltal unter besonderer Berücksichtigung der Ansprüche von Kurzurlaubern und Tagesausflugsgästen, 2002

Kosten: 3,00 € pro Heft
+ Versand (Inland: 1,53 €; europäisches Ausland: 6,14 €)

zu beziehen bei: Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Professur für Wirtschaftsgeographie
Ostenstraße 18
85072 Eichstätt