

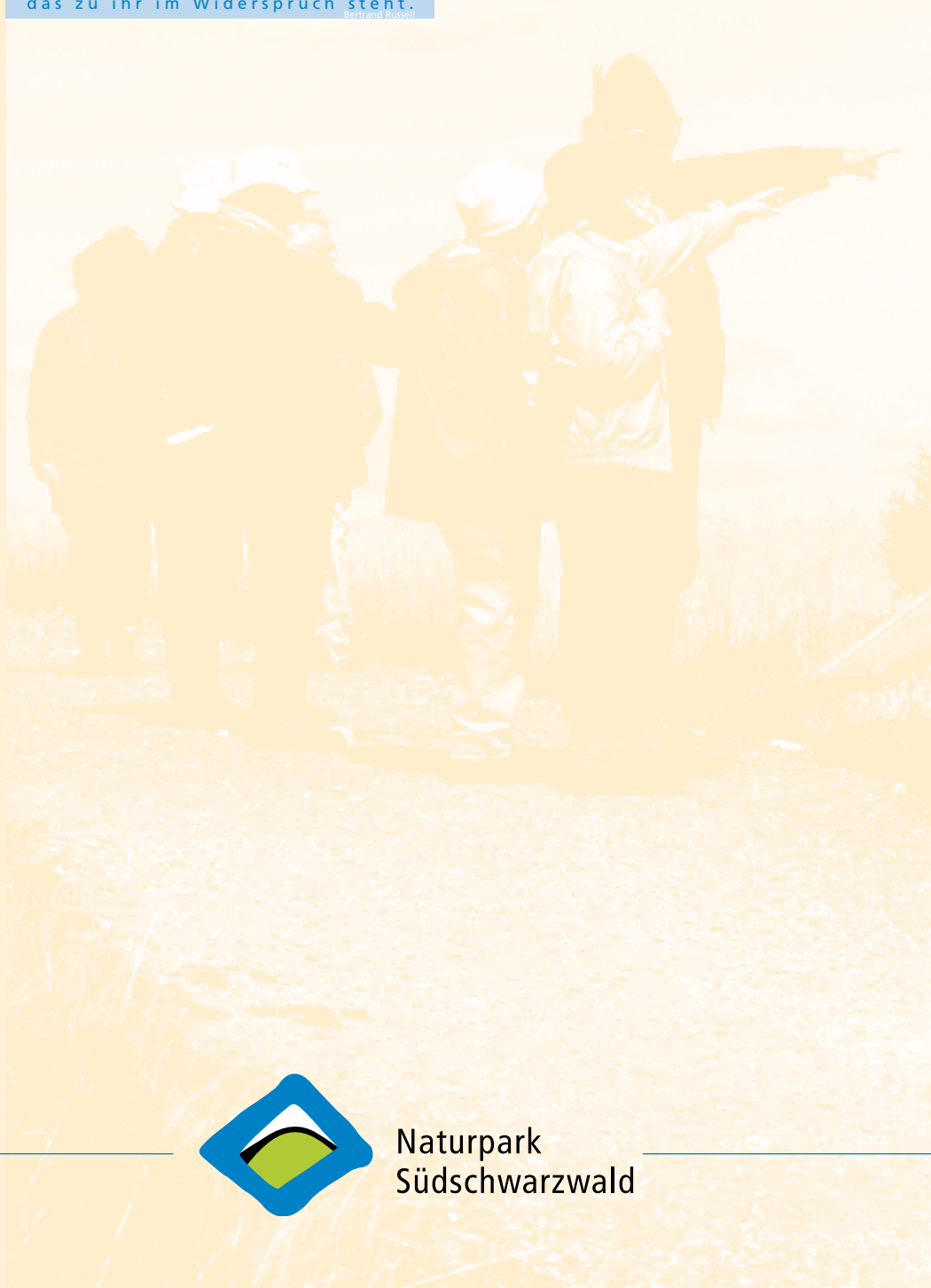
# Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade-Handbuch

Der Mensch ist ein Teil der Natur und nicht etwas,



das zu ihr im Widerspruch steht.

Bertrand Russell



Ein Leitfaden für Kommunen,  
Natur-, Kultur- und  
Heimatvereine, Verbände  
und touristische  
Entscheidungsträger



Naturpark  
Südschwarzwald

## Impressum

**Herausgeber:**

**Naturpark Südschwarzwald**  
Haus der Natur  
Dr.-Pilet-Spur 4  
79868 Feldberg  
[www.naturpark-suedschwarzwald.de](http://www.naturpark-suedschwarzwald.de)

**Konzeption, Text, Grafiken:**

**Lehnes Landschaftsinterpretation:**  
Patrick Lehnes  
Mitarbeit von Eva Zányi  
c/o Institut für Physische Geographie  
Universität Freiburg  
79085 Freiburg  
[mail@lehnes.info](mailto:mail@lehnes.info)

**Fachliche Unterstützung:**

Arbeitskreis Natur- und Kulturinterpretation bei der  
Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung:  
Kira Gee, Thorsten Ludwig

**Gestaltung:**

Land in Sicht AG, Sulzburg

**Druck:**

Druckerei Sikora, Offenburg

**Fotos:**

Lehnes Landschaftsinterpretation:  
Patrick Lehnes

Institut für Physische Geographie, Universität Freiburg:  
Eva Zányi (Abb. Titel/Kind, 2, 11, 14, 15, 22, 24, 25, 39)  
Monika Nethe (Abb. 40)  
Timo Kunkel (Abb. 33, 36, 38)

Naturpark Südschwarzwald (Abb. 42, 46)

Juni 2006



## Herzlich willkommen

Der Südschwarzwald ist eine der schönsten und meist besuchten Erholungsregionen Deutschlands. Seine beeindruckende Landschaft mit ihrer unverwechselbaren Mischung aus rauer Natur und traditionellem Kulturgut lädt Besucher wie Einheimische ein, auf Entdeckungstour zu gehen.

Als einer der größten Naturparke Deutschlands ist der Naturpark Südschwarzwald ein Gemeinschaftsprojekt von fünf Landkreisen sowie rund 110 Städten und Gemeinden der Region. Er unterstützt die nachhaltige Nutzung, die naturverträgliche Entwicklung sowie den Erhalt unserer einzigartigen Landschaft. Hierzu tragen Projekte der Landschaftspflege ebenso bei wie Umweltbildung oder naturverträgliche touristische Projekte.

Die erfolgreiche Vermittlung der besonderen Charakteristika von Natur und Kultur ist dem Naturpark Südschwarzwald ein wichtiges Anliegen. Gute Themen- und Erlebnispfade intensivieren das Erleben

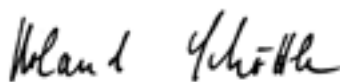
der Landschaft beim Wandern oder Spaziergehen. Auf diese Weise steigern sie die Attraktivität der Region für Touristen und sensibilisieren Besucher ebenso wie Einheimische für den Wert unseres Natur- und Kulturerbes.

Das Handbuch soll ganz in diesem Sinne Hilfestellungen für die inhaltliche Konzeption von Lehr-, Themen- und Erlebnispfaden bieten. Besonderes Augenmerk wird dabei nicht nur auf eine konsequente Zielgruppenausrichtung gelegt, sondern auch auf eine ansprechende, Interesse weckende Umsetzung thematischer Inhalte mit verschiedenen Medien. Empfehlungen zur Projektorganisation und Planung bilden einen weiteren Schwerpunkt des Bandes.

Auf diesem Wege möchte der Naturpark Südschwarzwald Kommunen, Vereine, Verbände und Arbeitsgruppen bei ihrem Anliegen unterstützen, unsere bemerkenswerte Natur und unser reiches kulturelles Erbe erfolgreich zu präsentieren.



Dr. Bernhard Wütz  
Vorsitzender



Roland Schöttle  
Geschäftsführer



# »Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade

In dieser Reihe sind bereits erschienen:

Mountainbike-Handbuch



Nordic-Walking-Handbuch



Winterwandern-Handbuch



Wander-Handbuch



## Eine gute Idee – aber wie gehen wir's an?

„Im Schwarzwald gibt es doch schon zu viele Lehrpfade; und jetzt willst du noch einen machen? Ist das nicht verschwendetes Geld?“ Solche Einwände kennen viele, die neue Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfade einrichten möchten. Und tatsächlich: Zahlreiche Lehrpfade wurden vom Publikum bislang nicht so gut angenommen, wie es die Initiatoren einst erhofft hatten. Doch durch solche Kritik sollte sich niemand entmutigen lassen, eine gute Idee weiter zu verfolgen. Denn die Erfahrung hat gezeigt, dass neue Themenwege und Erlebnispfade bei den Besuchern durchaus gut ankommen, wenn sie sorgfältig konzipiert worden sind.

Guter Wille und Enthusiasmus allein reichen nicht aus. Das Projektteam benötigt auch Wissen über wichtige Erfolgsfaktoren. Wer hätte schon gewusst, dass sich hinter dem Stichwort „Heritage Interpretation“ eine Fülle an Empfehlungen und Forschungsergebnissen zur erfolgreichen Vermittlung des Natur- und Kulturerbes verbirgt. Das vorliegende Handbuch beruht auf diesem Know-how und auf Erfahrungen, die damit im Südschwarzwald gesammelt werden konnten. Es richtet sich an Kommunen, Verbände, Vereine und Einzelpersonen, die neue Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfade planen wollen.

Zunächst geht es darum, die verschiedenen Typen von Pfadprojekten und die Zielsetzungen zu untersuchen, denen solche Projekte dienen können. Anschließend

wird verdeutlicht, wie diese Ziele mit Hilfe der „Besucherorientierten Interpretation“ (Heritage Interpretation) besser erreicht werden. Kapitel 3 geht auf die Situation im Naturpark Südschwarzwald ein. Es soll auch den Blick für Themen schärfen, die den individuellen Charakter eines Ortes bzw. des Südschwarzwaldes betonen.

Das vierte Kapitel vermittelt einen Überblick über wichtige Eigenschaften, die gelungene und erfolgreiche selbstführende Pfade auszeichnen. Anschließend folgen Empfehlungen zum Management von Pfadprojekten mit praktischen Tipps, wie Sie mit Ihrem Projektteam von der ersten Idee zur erfolgreichen Umsetzung kommen. Schließlich widmet sich das Handbuch der laufenden Instandhaltung und der Erfolgskontrolle - Themen, die bislang bei Themenwegen und Erlebnispfaden oft zu kurz gekommen sind. Doch die letzten Kritiker werden erst dann verstummen, wenn Sie zeigen können, dass die wichtigsten Ziele des Projektes im Wesentlichen erreicht worden sind. Ein Anhang mit nützlichen Hinweisen und Kopiervorlagen für Checklisten rundet dieses Handbuch ab.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei Ihrem Projekt und hoffe, dass Ihnen das Handbuch wertvolle Hilfestellungen bietet. Für Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge bin ich dankbar.

Patrick Lehnés



## Inhaltsverzeichnis

1	Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfade - ein neuer Trend? . . . . .	8
1.1	Kurze Geschichte der Lehrpfade . . . . .	8
1.2	Belehrung oder Service für die Besucher? . . . . .	9
1.3	Zielsetzungen und Prioritäten . . . . .	10
2	Besucherorientierte Interpretation für Pfadprojekte . . . . .	11
2.1	Interpretation – was ist das? . . . . .	11
2.2	Besucherorientierte Interpretation für Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade . . . . .	12
2.2.1	Authentisch statt museal aufbereitet . . . . .	12
2.2.2	Erleben ist mehr als reine Wahrnehmung . . . . .	12
2.2.3	Medien für selbstführende Pfade . . . . .	13
3	Selbstführende Pfade im Naturpark Südschwarzwald . . . . .	14
3.1	Bestehende Pfadangebote im Naturpark und neue Nachfrage . . . . .	14
3.1.1	Bestehende Angebote . . . . .	14
3.1.2	Neue Nachfrage erfordert Zielgruppendifferenzierung . . . . .	15
3.2	Landschaftliche Charakteristika und Besonderheiten . . . . .	17
3.2.1	Recherche . . . . .	17
3.2.2	Unscheinbare Besonderheiten am Beispiel des Pfades ins Erdaltertum . . . . .	18
4	Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte . . . . .	20
4.1	Mehr als bloßes Faktenwissen . . . . .	20
4.1.1	Bemerkenswerte Aussagen . . . . .	20
4.1.2	Übergreifende Leitidee . . . . .	21
4.1.3	Erzählerischer Bogen . . . . .	22
4.2	Aufmerksamkeit erregen: die erste Sekunde entscheidet . . . . .	23
4.2.1	Der Titel . . . . .	23
4.2.2	Abbildungen und Erlebnispfad-Objekte . . . . .	24
4.2.3	Textmenge . . . . .	24
4.3	Interesse halten und steigern . . . . .	25
4.3.1	Mit der Persönlichkeit der Besucher verknüpfen . . . . .	25
4.3.2	Den ganzen Menschen einbeziehen . . . . .	26
4.3.3	Horizont Erweitern . . . . .	27
4.4	Unnötige Hürden vermeiden . . . . .	28



<b>5</b>	<b>Interpretationsprojekte planen</b> .....	<b>30</b>
5.1	Vorüberlegungen zum angemessenen Aufwand .....	30
5.1.1	Leistungsdreieck – ein unentrinnbares Dilemma? .....	30
5.1.2	Aufwand und Nutzen – ein angemessenes Verhältnis? .....	32
5.2	Hilfsmittel zum Projektmanagement .....	34
5.2.1	Die Übersicht erlangen .....	34
5.2.2	Aufgaben und Rollen im Projektteam .....	37
5.2.3	Projektsteuerung .....	38
5.3	Von der Idee zur Eröffnung .....	39
5.3.1	Vorarbeiten und Machbarkeitsstudie .....	39
5.3.2	Grobkonzeption .....	41
5.3.3	Feinkonzeption .....	47
5.3.4	Umsetzung .....	51
<b>6</b>	<b>Laufender Betrieb - Qualität nachhaltig sichern</b> .....	<b>53</b>
6.1	Laufende Instandhaltung .....	53
6.2	Erfolgskontrollen .....	55
<b>7</b>	<b>Rechtsfragen</b> .....	<b>56</b>
7.1	Genehmigungen und Verträge .....	56
7.2	Urheberrechte .....	57
7.3	Verkehrssicherungspflicht .....	60
7.3.1	Aufgaben und Pflichten in Abhängigkeit von den Umständen des Einzelfalls .....	60
7.3.2	Verkehrssicherungspflicht bei der Planung und Einrichtung selbstführender Pfade .....	61
7.3.3	Kontrolle und Instandhaltung .....	62
<b>8</b>	<b>Naturparkförderung von Pfadprojekten</b> .....	<b>63</b>
<b>9</b>	<b>Anhang</b> .....	<b>64</b>
	• Hinweise zum Interpretationsansatz im Internet .....	64
	• Literaturhinweise .....	65
	• Projektziele und Prioritäten – Planungshilfe zum Kopieren .....	68
	• Zielgruppenprofil – Planungshilfe zum Kopieren .....	69
	• Arbeitspakete – Planungshilfe zum Kopieren .....	70
	• Standorte / Stopps – Planungshilfe zum Kopieren .....	71
	• Grafische Gestaltung – Planungshilfe zum Kopieren .....	72
	• Inhalte und Texte – Planungshilfe zum Kopieren .....	73
	• Gestattungsvertrag – Vorlage zum Kopieren .....	74
	• Beispiels-Projektübersicht zu Kap. 5 .....	76



# 1. »Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfade – ein neuer Trend?

## 1.1 Kurze Geschichte der Lehrpfade



**Abbildung 1:**  
Glasträgerweg – ein  
mehrtägiger Themenweg  
durch den Südschwarzwald



**Abbildung 2:**  
Naturerlebnispfad in  
Bleibach – attraktiv für  
die ganze Familie

**Selbstführende Pfade:**  
Sammelbegriff für Lehr-,  
Erlebnis- und Themenpfade. Sie  
vermitteln Besuchern, die auf  
eigene Faust ohne einen Führer  
unterwegs sind, naturkundliche  
oder kulturelle Themen.

Bereits 1925 ist der erste offizielle Naturlehrpfad im Palisade Interstate Park in den USA eröffnet worden (Ebers et al. 1998). Der erste Lehrpfad Deutschlands wurde bereits fünf Jahre später bei Berlin angelegt. Mit dem Wirtschaftswunder der 60er Jahre wurden Waldlehrpfade populär. Die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald begann, gemeinsam mit Schulklassen Schautafeln und Pfade zu entwickeln. Solche Projekte regten bei den Schülern eine intensive Auseinandersetzung mit dem Wald an und waren Vorreiter einer handlungsorientierten Umweltbildung. Die ungewohnten Schautafeln im Wald dürften zunächst auch bei den Spaziergängern Aufmerksamkeit erregt haben.

Im folgenden Jahrzehnt führte die wachsende Umweltbewegung zu einem Lehrpfad-Boom. **Lehrpfade** sollten Wissen an Ort und Stelle draußen in der Natur vermitteln und die Besucher so zu umweltgerechterem Verhalten animieren. Viele Menschen engagierten sich in ihrer Freizeit ehrenamtlich für den Bau neuer Lehrpfade. Auch viele Forstämter und Kommunen versuchten, hiermit einen Beitrag zur Verbesserung des Umweltbewusstseins zu leisten.

Doch mit der Zeit wurden immer mehr kritische Fragen gestellt. Werden die Informationen überhaupt aufgenommen? Bewirken Lehrpfade die angestrebten Verhaltensänderungen bei Besuchern? – Oder erzielen sie wenigstens eine Steigerung des Umweltbewusstseins? Besucherbefragungen im Nationalpark Bayerischer Wald offenbarten, dass die Lerneffekte enttäuschend gering waren (Oberbeck 1991).

Im Nationalpark Bayerischer Wald entschied man sich deshalb, alte Lehrpfade abzubauen und durch einen **Erlebnispfad** zu ersetzen. Dieser sollte zu unmittelbarer Sinneswahrnehmung und spielerischer Aktivität anregen. Erlebnispfade setzen weniger auf die Vermittlung von Kenntnissen. Über sinnliche Erlebnisse soll vielmehr das Gefühl und die Bereitschaft zum Handeln angeregt werden. Manch ein Erlebnispfad hat in der Folge fast ganz auf Inhalte verzichtet.

Eine andere Reaktion auf das gesunkene Image der Lehrpfade ist der **Themenweg**: Viele Lehrpfade alten Stils boten den Besuchern zusammenhanglose Informationen zu allen möglichen Naturphänomenen am Wegrand. Auf eine Station zur Weißtanne folgte eine zu den Brutvögeln und dann eine zum Granit... Demgegenüber betonten Themenpfade eine bestimmte Thematik. Diese Thematik kann dann tiefer gehend behandelt werden, ohne die Besucher an den einzelnen Stopps zu überfordern.

Beide, Themen- und Erlebnispfade, haben manche Schwäche der alten Lehrpfade überwunden. Aber auch für diese Pfadtypen gilt: **Auf das Wie kommt es an!** Und mancher Lehrpfad kommt beim Publikum besser an als ein „Erlebnispfad“, dessen Name bei den Besuchern hohe Erlebnis-Erwartungen weckt, um sie dann zu enttäuschen.





## 1.2 Belehrung oder Service für die Besucher?

Der Name verrät die Intention: Lehrpfade sind entwickelt worden, um die Besucher etwas zu lehren. Es ist ein legitimes und ehrenwertes Ziel, den Mitmenschen Kenntnisse über die Natur, die Geschichte oder die Umweltproblematik zu vermitteln. Manche Besucher nehmen diese Angebote auch gerne an; vor allem jene, die bereits ein Interesse für die jeweilige Thematik entwickelt haben. Sie lernen gern Neues dazu oder sind stolz, wenn sie ihr Wissen bestätigt sehen.

Viele Menschen empfinden typische Lehrpfade allerdings als Belehrung über Dinge, die sie nicht interessieren. Dies kann dazu führen, dass sie das Angebot schlicht ignorieren oder – im schlechteren Fall – gar ablehnen. In ihrer kostbaren Freizeit möchten sie sich erholen und ein interessantes Ausflugsziel erleben.

Hier kann sich eine Kluft auftun:

- Einerseits die Initiatoren des Pfades. Sie sind begeistert von den aus ihrer Sicht interessanten Phänomenen am Wegrand und der wichtigen Thematik.
- Auf der anderen Seite die Mehrzahl der Besucher, die ein kurzweiliges Freizeiterlebnis suchen. Sie haben keine Lust darauf, sich belehren zu lassen. Die vorgestellten Objekte und Phänomene lassen sie kalt.

Enttäuschte Reaktionen der Initiatoren auf dieses Desinteresse von Besuchern lauten etwa: „Unser Angebot richtet sich

sowieso nur an Gleichgesinnte“, oder „wer zu ungebildet ist, braucht sich ja nicht mit unserem Pfad zu befassen!“

Doch diese Kluft zwischen begeisterten Initiatoren und uninteressiertem Publikum muss überwunden werden. Strategien werden benötigt, die bei den Besuchern Interesse und Begeisterung wecken – und zwar auch bei jenen Besuchern, die glauben, das Thema des Pfades sei für sie belanglos oder langweilig. Für den Erfolg ist es wesentlich, sich konsequent in die Lage solcher Besucher hinein zu versetzen. Diese sind in Freizeitstimmung und befassen sich nur dann mit der jeweiligen Thematik, wenn „es ihnen etwas bringt“.

Der Pfad sollte deshalb als Service für die Besucher geplant und dargestellt werden: Ein kurzweiliges Angebot mit überraschend interessanten Geschichten über die Natur, die Kultur oder Land und Leute; ein Service, der die Menschen dort abholt, wo sie sind, und kein Vorwissen voraussetzt; ein Service, der zum Staunen anregt, neue Horizonte erschließt und als persönliche Bereicherung wahrgenommen wird.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die verbreitete Bezeichnung „Lehrpfad“ unglücklich ist und vermieden werden sollte. Auch wenn Sie selbst mit selbstführenden Pfaden Bildungsziele erreichen wollen, für die Besucher müssen Sie dieses Anliegen in ein Serviceangebot verpacken. Dies gilt auch für die anderen Zielsetzungen, denen Pfadprojekte dienen.

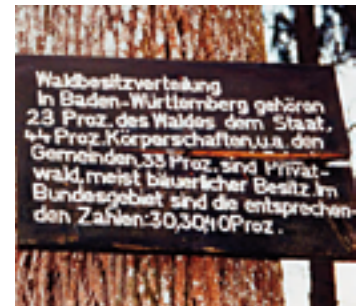


Abbildung 3:  
Lehrpfad der ersten Generation



Abbildung 4:  
Rollenspiel in einem Erlebnispfad: Doch wer spielt freiwillig den E-Werk-Manager?

„So fühlt man die Absicht,  
und man ist verstimmt“  
(Goethe)



# 1. »Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfade – ein neuer Trend?

## 1.3 Zielsetzungen und Prioritäten



**Abbildung 5:**

Alpenpflanzen am Belchen.  
Was geht in den Köpfen der  
Besucher vor?

„Alpenpflanzen im Schwarz-  
wald! Deshalb steht der Belchen  
also unter Naturschutz.“

„Hier wird mehr geboten  
als nur schöne Landschaft;  
der Südschwarzwald ist ein  
spannendes Urlaubsgebiet!“

„Auf unserem Hausberg  
wächst eine ganz besondere  
Glockenblume!“

„Den Kräuterschnaps müssen  
wir mal probieren!“

**Planungshilfe im Anhang:  
Projektziele und Prioritäten**

Je nachdem mit welcher Zielsetzung ein Pfad für welche Zielgruppen entwickelt wird, muss der Besucher-Service etwas anders gestaltet werden. Für die Initiatoren von Pfadprojekten spielen vor allem die folgenden vier Zielsetzungen eine Rolle:

### **Bildung und Sensibilisierung für schutzwürdige Güter**

Wie bereits ausgeführt, war und ist Bildung einer der häufigen Beweggründe, neue Erlebnis- und Themenpfade einzurichten. Die Besucher sollen Verständnis für die Belange des Waldes, der Natur, des kulturellen Erbes oder der Umwelt entwickeln. Steht dieses Ziel im Vordergrund, so wird man übertragbares Wissen in die Darstellung aufnehmen. Ergänzende Materialien für Lehrer und Schulklassen sollten für solche Projekte in Erwägung gezogen werden.

### **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des umwelt- und sozialverträglichen Tourismus**

Selbstführende Pfade als Freizeitangebote für Erholungssuchende und Touristen bieten die Chance, die Attraktivität einer ländlichen Region zu steigern. Beispielsweise werden ein paar alte Mauerreste erst dann zum sehenswerten Kulturerbe, wenn die Gäste erfahren, weshalb sie bedeutsam sind. Im touristischen Kontext wird man besonders jene Aspekte hervorheben, die den Ort und die Region als etwas Besonderes oder gar Einmaliges erscheinen lassen.

### **Stärkung der regionalen Identität bzw. Heimatverbundenheit bei der einheimischen Bevölkerung**

Oftmals wissen selbst Einheimische nur wenig über die naturkundlichen und geschichtlichen Besonderheiten, die ihren Ort auszeichnen. Sorgfältig geplante Themenpfade können auf Gegenstände und Ereignisse aufmerksam machen, mit denen sich die Bevölkerung identifizieren kann.

### **Unterstützung der Vermarktung regionaltypischer Produkte**

Die Regionalvermarktung profitiert zunächst indirekt davon, wenn die Region als etwas Besonderes erlebt wird. Zusätzlich können Themenpfade direkt auf regionaltypische Erzeugnisse aufmerksam machen. Dies sollte jedoch wiederum so sensibel erfolgen, dass die Besucher den Pfad als Service erleben, nicht jedoch als platte Werbemaßnahme.

Meist sind mehrere dieser Ziele zugleich Anlass, ein Pfadprojekt zu starten. Doch nicht immer lassen sich alle Ziele gleichzeitig verwirklichen. Für die weitere Planung muss das Projektteam deshalb klären, welche Zielsetzung vorrangig ist.

Ein Ziel muss allerdings immer an erster Stelle stehen: den Besuchern ein anregendes und kurzweiliges Erleben der Natur und der Kultur zu bieten. Zufriedene – möglichst begeisterte – Besucher sind nämlich die Voraussetzung, um alle anderen Ziele erreichen zu können.



## 2. »Besucherorientierte Interpretation für Pfadprojekte

### 2.1 Interpretation – was ist das?

Der Ansatz der „Besucherorientierten Interpretation“ ist speziell für **Besucher** von Museen, Ausstellungen, Gästeführungen oder eben auch von selbstführenden Themen- und Erlebnisrouten entwickelt worden. Sie alle haben eines gemeinsam: Sie suchen in **ihrer Freizeit** die Natur, historische Orte und Landschaften oder Kulturgüter auf, weil sie sich erholen und dabei etwas erleben möchten.

Zu diesem Erlebnis gehört zuerst die unmittelbare Begegnung mit **originalen Objekten** (Ludwig 2003) oder dem Originalschauplatz eines Ereignisses. Dadurch entsteht ein Gefühl des Echten, Authentischen. Allerdings bleiben dem „ungeübten Auge“ die interessantesten Phänomene oft verborgen. Ohne Hintergrundwissen erschließt sich den Besuchern nur selten, was an den Sehenswürdigkeiten aus welchem Grund sehenswert ist.

Hier setzt Interpretation an: Sie verbindet Fachwissen, ausgewählte Daten und Fakten, aber auch Anekdoten zu kurzen Geschichten. Der rote Faden der Interpretation orientiert sich dabei an einer

übergreifenden **Leitidee**. Diese führt zu – aus Sicht der Besucher – **bemerkenswerten Einsichten** und Aha-Erlebnissen (Lehnes/Glawion 2006). Dadurch verleiht die Interpretation dem Originalobjekt bzw. dem Originalschauplatz in den Köpfen der Besucher Bedeutungen – und Bedeutsamkeit.

Besucherorientierung bedeutet unter anderem, die Interpretation an die **Erfahrungen und Interessen** sowie an die für die Besucher **wahrnehmbaren Phänomene** anzuknüpfen. Je besser dies gelingt, desto relevanter wird das Erlebnis für die Besucher. Der Stil der Darstellungen richtet sich nach der Freizeitstimmung der Nutzer: informell und unterhaltsam, anstatt wissenschaftlich distanziert.

Fundiertes **Kommunikations-Know-how** bildet den Stützpfiler der Interpretation. Persönliche Vermittlung oder Medien sollen optimal eingesetzt werden, um verschiedene Zielgruppen zu begeistern. **Interpretation schlägt so Brücken zwischen den Besuchern und der Natur bzw. dem kulturellen Erbe.**

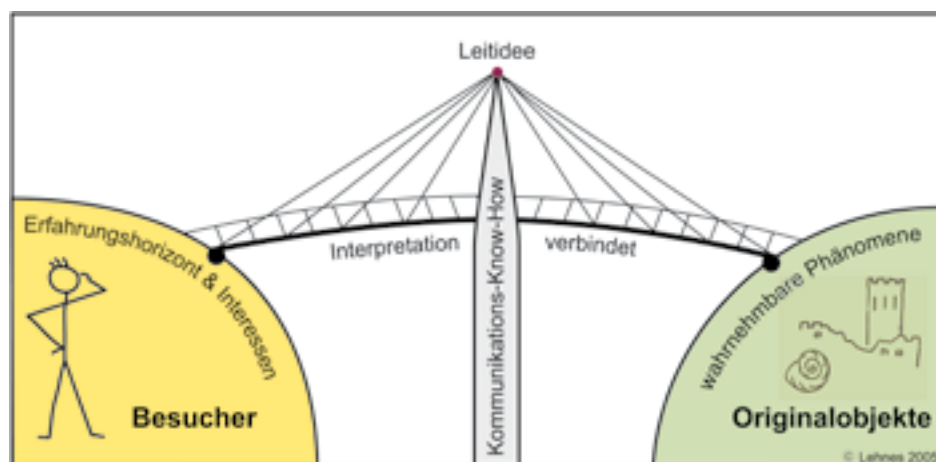


Abbildung 6: Besucherorientierte Interpretation verbindet.

*„Bloße Information ist noch keine Interpretation, auch wenn Interpretation auf Informationen beruht“*

Freeman Tilden



Bereits 1957 erschien Freeman Tildens Buch „Interpreting our Heritage“. Tilden arbeitete für den US National Park Service und entwickelte Prinzipien und Methoden, um das natürliche und kulturelle Erbe den Besuchern erfolgreich nahe zu bringen. Seit jener Zeit ist der Ansatz im englischsprachigen Raum im Zusammenspiel von Hochschulen und Praxis zunehmend professionalisiert worden.

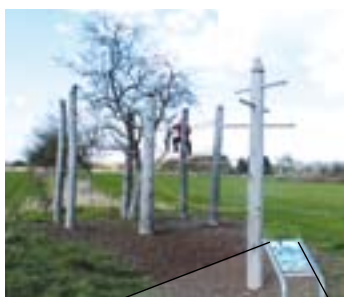
„Interpreter“ (Interpret) ist in den USA inzwischen ein eigener Beruf. Interpreten sind die „Architekten der Brücken“ zwischen den Besuchern und der Natur beziehungsweise dem Kulturerbe (vgl. Kap. 5.2.2).



## 2. »Besucherorientierte Interpretation für Pfadprojekte

### 2.2 Besucherorientierte Interpretation für Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade

**Abbildung 7:**  
Ein direkter Bezug der Schautafel zu dem Kletterelement könnte das Klettern noch reizvoller machen...



...wenn die Schautafel auf Phänomene aufmerksam machen würde, die man in der Krone des Apfelbaums entdecken kann.



**Abbildung 8:**  
Brochurensérie zu den Entdeckungspfaden im Belchenland. Jede Broschüre behandelt einen Themenpfad.

#### 2.2.1 Authentisch statt museal aufbereitet

Die Begegnung mit dem Originalobjekt am Originalschauplatz ist die größte Stärke selbstführender Pfade. In einem Museum kann man zum Beispiel die Entwicklung der Vergletscherung des Südschwarzwaldes gut anhand von Schaubildern veranschaulichen oder per Multimedia simulieren. Eventuell wird auch ein Originalobjekt, ein Stück Geröll mit Spuren von Gletscherschliff, ausgestellt. Einen ganz anderen Eindruck hinterlässt jedoch ein geschliffener Fels draußen in der Landschaft, über den der Gletscher wirklich hinwegströmte. Die Kunst der Interpretation besteht darin, den Besuchern zu einer möglichst lebendigen Vorstellung darüber zu verhelfen, was an genau diesem Ort mit diesem Fels geschehen ist.

Durch die persönliche Anwesenheit am Ort des Geschehens in Gegenwart von „Zeugen“, die damals dabei waren, entsteht ein Erlebnis der Authentizität. Dieses Erleben wird umso eindrucksvoller,

- je seltener und charakteristischer das Originalobjekt ist und
- je staunenswerter das Ereignis ist, das geschildert wird.

Im Zuge der Entwicklung selbstführender Pfade sollte deshalb untersucht werden, an welchen Orten sich welche Originalobjekte als Interpretationsgegenstände anbieten.

#### 2.2.2 Erleben ist mehr

##### als reine Wahrnehmung

Die Erlebnisse des Authentischen und Bedeutsamen werden zwar durch die Wahrnehmung des Originalobjektes mit einem oder mehreren Sinnen veranlasst; das Erlebnis entsteht jedoch „im Kopf der Besucher“, angeregt durch geschickte Interpretation. Bloße Wahrnehmung von Natur mit vielen Sinnen reicht in der Regel nicht aus, um ein intensives Erlebnis hervorzurufen. Denn die sinnliche Wahrnehmung ist nur die eine Hälfte; dazu kommt die begriffliche und emotionale Verarbeitung, die Einordnung in einen Kontext also, welcher der Wahrnehmung erst ihre Bedeutung und ihren Wert verleiht.

Ähnlich verhält es sich mit der Aktivierung der Besucher: Werden Spaziergänger dazu animiert, entlang von Erlebnispfaden Klappdeckel anzuheben, dann ist diese Aktivität an sich noch kein Erlebnis. Regt jedoch eine geschickt gestellte Frage zum Nachdenken an, dann kann eine Klappe die Spannung auf die Antwort erhöhen. Auch spielerische Elemente wie Balanciergräte steigern zunächst „nur“ die Unterhaltsamkeit und die Körpererfahrung. Beides kommt bei Familien mit Kindern gut an. Anzustreben ist jedoch, dass auch solche Aktivitäten etwas mit der Leitidee des Pfades zu tun haben und in den Sinnzusammenhang der Interpretation integriert werden. Ansonsten können sie das Erlebnis der Besonderheit des Ausflugsortes verwässern.



# Besucherorientierte Interpretation für Pfadprojekte

## 2.2.3 Medien für selbstführende Pfade

Bei selbstführenden Pfaden erfolgt die Kommunikation mit den Besuchern durch Medien. Gängige Medien bei Lehr- und Themenpfaden sind Schautafeln, Faltblätter und Broschüren. Erlebnispfade zeichnen sich zusätzlich durch dreidimensionale Modelle und interaktive Aktionselemente aus.

Auch die Wahl der Medien sollte in erster Linie an den Besuchern ausgerichtet

werden. Für Wege, die bereits von vielen Spontanbesuchern genutzt werden, bieten sich Schautafeln und Objekte an. Werden Themenpfade in weniger bekannten Gebieten (aufgrund von Marketingaktivitäten) gezielt aufgesucht, kommen auch Broschüren in Frage. In diesem Fall muss deutlich darauf hingewiesen werden, wo die Broschüren (auch an Wochenenden) ohne großen Aufwand erhältlich sind.



**Abbildung 9:** Schautafeln für Ausflügler am Belchen-Entdeckungspfad. Sie sollen auch Spontanbesucher ansprechen, die keine Broschüre besitzen.

Vor- und Nachteile unterschiedlicher Medien				
	Schautafeln	Faltblatt	Broschüre	Aktionselemente
<b>Verfügbarkeit</b>	+ jederzeit (Spontanbesucher)	+/- Faltblattspender am Wegbeginn	- oft problematisch	+ jederzeit
<b>Kosten für Besucher</b>	+ kostenlos	+ meist kostenlos	- Schutzgebühr	+ kostenlos
<b>Auffälligkeit</b>	+ erregen Aufmerksamkeit	- ist unauffällig	- ist unauffällig	+ erregen Aufmerksamkeit
	- können Stimmung des Ortes stören	+ stört nicht	+ stört kaum (ggf. Nummernmarkierung)	- können Stimmung des Ortes stören
<b>Produktionskosten</b>	+/- mittel	+ niedrig	+/- mittel	- oft hoch
<b>Instandhaltungsaufwand</b>	+/- mittel	+/- mittel (Faltblattspender)	+ gering	- hoch
<b>Vandalismusgefahr</b>	- hoch	+/- mittel	+ gering	- hoch
<b>Informationsgehalt</b>	- Text muss kurz sein	- Text muss sehr kurz sein	+ vertiefende Texte möglich	- Text muss kurz und prägnant sein
<b>Fremdsprachen</b>	- mehr als zwei schwierig	+ verschiedene Sprachversionen	+ verschiedene Sprachversionen	- mehr als zwei schwierig
<b>Marketing</b>	- ungeeignet	+ kann vorab versandt werden	+ kann vorab versandt werden	+ Motiv für werbewirksame Fotos
<b>Souvenirwert</b>	- als Souvenir ungeeignet	+ Souvenir / Erinnerung	+ Souvenir / Erinnerung	+ Motiv für Erinnerungsfotos

**Tabelle 1:** Vorteile (+) und Nachteile (-) unterschiedlicher Medien für selbstführende Pfade.

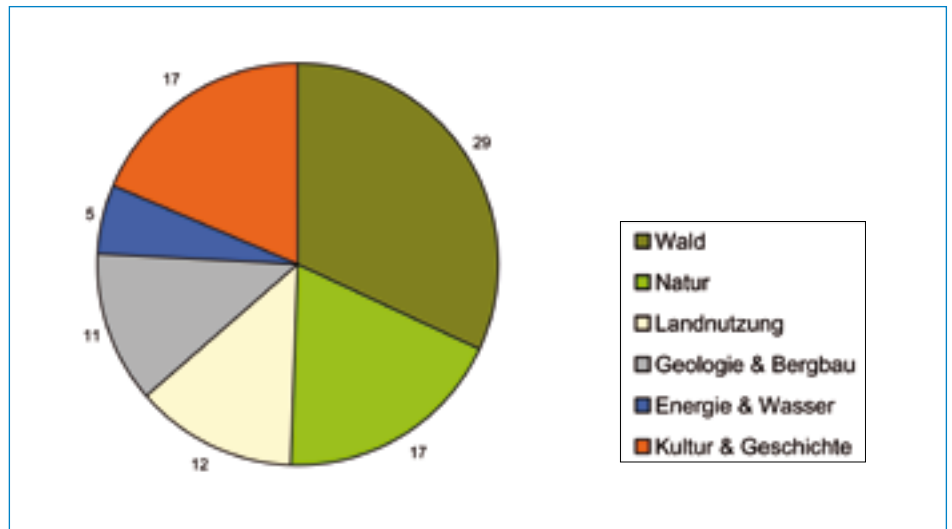


# 3. »Selbstführende Pfade im Naturpark Südschwarzwald

## 3.1 Bestehende Pfadangebote im Naturpark und neue Nachfrage

Lehrpfade im Südschwarzwald:  
[www.naturpark-suedschwarzwald.de](http://www.naturpark-suedschwarzwald.de)

Abbildung 10:  
Anzahl der Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade im Naturpark Südschwarzwald nach Themenbereichen (Stand 2005)



### 3.1.1 Bestehende Angebote

Im Naturpark Südschwarzwald gibt es weit über 100 beschilderte Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade. Eine große Auswahl an Pfaden finden Sie auf der Homepage des Naturparks.

Pfade zum Themenbereich „Wald“ machen knapp ein Drittel des dargestellten Gesamtangebotes aus. Weitere populäre Themenbereiche sind „Natur“ sowie „Kultur und Geschichte“. Doch auch Pfade zu „Landwirtschaft und Landnutzung“ sowie „Geologie und Bergbau“ sind häufig vertreten.

Von den Pfadtypen ist der traditionelle Lehrpfad noch mit Abstand am weitesten verbreitet. Einige Pfade informieren nach wie vor hauptsächlich über die Namen von Tier- und Pflanzenarten. Neuere Ansätze wie echte Themenpfade oder Erlebnispfade

mit dreidimensionalen Objekten sind erst in den 1990er Jahren aufgegriffen worden.

Folgender Ausspruch eines Schülers zu seinen Eltern bei den Überlegungen zum Sonntagsausflug deutet auf ein Problem hin: „Nicht schon wieder ein Lehrpfad: wir waren schon auf zweien; das kenne ich doch nun schon!“ Wenn Pfade die gleichen Inhalte für die gleichen Zielgruppen thematisieren, dann entsteht eine Konkurrenzsituation und die Besucher werden bald gelangweilt.

Die Lösung: Durchdachte Zielgruppenstrategien helfen, Konkurrenz mit benachbarten Angeboten zu vermeiden, selbst wenn sich die Thematik ähnelt. Des Weiteren sollten vor allem die regionalen und lokalen Besonderheiten behandelt und so unterschiedlich aufbereitet werden, dass sich ein Besuch mehrerer Pfade lohnt (vgl. Kapitel 3.2).



## 3.1.2 Neue Nachfrage erfordert Zielgruppendifferenzierung

Die Nachfrage nach selbstführenden Pfaden ergibt kein einheitliches Bild. Gab es früher den dominierenden Typ des Sommerfrische-Urlaubers, so zerfällt die Nachfrage heute in viele Gruppen, die durchaus unterschiedliche Anforderungen an ihre Freizeit stellen. Obwohl viele Personen Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfade nicht gezielt aufsuchen, empfinden sie gelungene Interpretationen als große Bereicherung – wenn ihre Bedürfnisse in der Konzeption berücksichtigt worden sind.

### Wandern neu im Trend bei Jüngeren

Die Zielgruppe Wanderer ist von Spaziergängern zu unterscheiden (vgl. Wander-Handbuch für den Naturpark Südschwarzwald). Als Wanderer werden demnach Personen bezeichnet, die einen halben Tag oder länger unterwegs sind. Entsprechend legen sie größere Entfernungen zu Fuß zurück. Das altbackene Image, das bislang dem Wandern anhaftete, ist passé. Der Anteil der Wanderer unter den 20- bis 40-jährigen erhöhte sich innerhalb weniger Jahre auf ein Drittel. Dabei sind Personen mit höherem Bildungsabschluss überdurchschnittlich vertreten (Brämer 2003). Doch gerade die jungen, gebildeten Wanderer sind nur durch anspruchsvollere Themen- und Erlebnispfade zu begeistern. Klischeehafte Vereinfachungen stoßen sie eher ab.

### Spaziergänger

Die meisten Themen- und Erlebnispfade im Südschwarzwald richten sich

bisher an Spaziergänger. Die Routen sind relativ kurz (1 bis 4 km). Sie sind im Rahmen eines ein- bis zweistündigen Spaziergangs zu begehen (einschließlich Verweildauer an den Stopps). Untersuchungen haben gezeigt, dass diese große Zielgruppe weiter differenziert werden kann, zum Beispiel nach Alters- und Interessengruppen.

### Familien mit Kindern

Viele Familien mit Kindern gehen gerne im Wald spazieren. Die Eltern sind dankbar, wenn die Kinder mit spielerischen Elementen bei Laune gehalten werden. Neuere pädagogische Ansätze regen die Familie zu gemeinsamen Aktivitäten an. Sportkinderwagen erlauben es heute selbst Eltern mit Babys oder Kleinkindern, kleinere Touren zu unternehmen.

### Wachstumsmarkt mobile Senioren

Körperlich und geistig fitte ältere Menschen schätzen Natur- und Kulturinterpretation. Nicht wenige legen längere Wanderstrecken zurück. Andere begnügen sich mit Spaziergängen. Im Stil sollten Texte und Abbildungen für Senioren seriöser wirken als für Jugendliche.

### Aktivitätstypen

Themenrouten müssen sich nicht unbedingt immer nur an Wanderer und Spaziergänger richten. Sie können entsprechende Angebote auch speziell auf Reiter, Fahrradfahrer oder Mountainbiker zuschneiden. Auch diese Gruppen wollen in ihrer Freizeit die Landschaft erleben und gute Interpretation kann die Erlebnis-



**Abbildung 11:** Wasserlauschen am Murgtalpfad. Die Hörrohre rufen Neugierde bei Jung und Alt hervor. Mit 20 km Länge richtet sich das Angebot an erwachsene Wanderer. Wollte man Familien mit kleineren Kindern ansprechen, dann müssten zusätzliche Rohre kindgerecht, d.h. niedriger über dem Boden, angebracht werden.



# 3. »Selbstführende Pfade im Naturpark Südschwarzwald

## 3.1 Bestehende Pfadangebote im Naturpark und neue Nachfrage

**Eine Planungshilfe zur Zielgruppendifferenzierung finden Sie im Anhang**

Vielfältige Tipps zur barrierefreien Gestaltung von Wegen, Aussichtspunkten und Schautafeln finden Sie im Internet unter: [www.natur-fuer-alle.de](http://www.natur-fuer-alle.de)



**Abbildung 12:** Für Schulklassen oder Busgruppen sind Klapp-Schautafeln weniger geeignet, da sie nicht von 30 Personen gleichzeitig betrachtet werden können.

qualität steigern. Bei der Planung sollten Sie allerdings unbedingt Personen hinzuziehen, die sich mit diesen Gruppen gut auskennen – damit beispielsweise Schautafeln nicht in der Mitte einer rasanten Abfahrt positioniert werden, denn da dürfte kaum jemand anhalten.

### Barrierefreiheit

Ein barrierefreies Angebot sollte von jeder Person unabhängig von ihrem Alter oder einer Behinderung genutzt werden können. Barrierefreiheit bezieht sich auf alle Personengruppen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen: auf Rollstuhlfahrer ebenso wie auf Familien mit Kinderwagen, Gehörlose, Blinde oder Menschen mit Lernschwäche.

Im Hinblick auf eine optimale Kundenorientierung gewinnt diese Thematik zunehmend an Bedeutung. Es ist daher sinnvoll, Überlegungen diesbezüglich von Anfang an in die Planung eines Pfadprojektes mit einzubeziehen. Ob ein Themenweg nun mit dem Rollstuhl befahrbar ist, eine Hörversion für Blinde angeboten wird oder spezielle Interaktionselemente für Lernbeeinträchtigte – es gibt zahllose Möglichkeiten, Barrierefreiheit umzusetzen.

### Gäste aus dem Ausland

Bislang sind auch fremdsprachige Angebote im Südschwarzwald Mangelware. Ein positives Beispiel ist der Belchenpfad. Für Besucher aus dem Ausland sind dort Begleitbroschüren in englischer und französischer Sprache verfasst worden. Broschüren sind jedoch nur dann eine gute Lösung, wenn sie wie am Belchenhaus vor Ort und am Wochenende erhältlich sind. Auf der Eingangstafel neben dem Haus befindet sich ein deutlicher Hinweis auf die Broschüren.

Für den Erfolg Ihres Vorhabens ist es wichtig, sich innerhalb des Projektteams frühzeitig klar zu machen, welche Zielgruppen vorrangig angesprochen werden sollen. Sie können es nicht allen gleichzeitig recht machen! Wenn Sie das Zielgruppenprofil erarbeiten, sollten Sie sich deutlich machen, dass sich manche Gruppen gegenseitig stören, beispielsweise Mountainbiker und Spaziergänger. Andere erfordern einen unterschiedlichen Stil, wie Jugendliche und Senioren, oder eine spezielle Infrastruktur, zum Beispiel Busgruppen, die Busparkplätze und Wendemöglichkeiten für den Bus benötigen.



**Abbildung 13:** Barrierefreier Pfad für Rollstuhlfahrer und Blinde in England.





## 3.2. Landschaftliche Charakteristika und Besonderheiten

Selbst wenn Pfade für die gleichen Zielgruppen den gleichen Themenbereich behandeln, kann es sich für die Besucher lohnen, beide zu begehen. Je konkreter die Interpretation auf Regionaltypisches in seiner örtlich besonderen Ausprägung eingeht, desto vielfältiger werden die Inhalte. Anstatt sich Konkurrenz zu machen, können sich die Angebote gegenseitig ergänzen. Besucherorientierte Interpretation möchte die Aufmerksamkeit auf die besondere Eigenart dieser Landschaft lenken, auf ihre ureigene Geschichte und auf das, was sie heute zum einzigartigen Lebensraum macht.

### 3.2.1 Recherche

Für ein erfolgreiches Vorgehen ist es hilfreich, zuerst die Charakteristika, das heißt das Typische und das Besondere des jeweiligen Gebietes, systematisch zu ermitteln. Diese können Sie entdecken, wenn Sie die folgenden Elemente auf ihre regional- bzw. lokaltypische Ausprägung hin untersuchen:

- **Ästhetische Eigenart** der Landschaft und die Atmosphäre historischer Orte: schöne Aussichten, sanft geschwungene Bergformen oder Kontrastreichtum, die Stimmung in einer Ruine oder an einem romantischen Flussufer.
- **Naturgüter:** das erdgeschichtliche Erbe, die Pflanzen- und Tierwelt oder das Klima. Bei Tier- und Pflanzenarten kommt es darauf an, nicht nur die Erkennungsmerkmale und den

Namen zu vermitteln; vielmehr sollte für die bemerkenswerten Arten herausgefunden werden, durch welche besonderen Eigenschaften sie sich auszeichnen.

- **Kulturerbe:** Kirchen, Klöster, Ruinen, Schlösser, historische Wege, Hausformen oder Dörfer.
- **Menschen und ihr Wirtschaften:** alte Bewässerungsgräben, Weidfelder, historische Gewerbe, Brauchtum und Territorialgeschichte, aber auch aktuelle kulturelle und wirtschaftliche Entwicklungen.

Manche Charakteristika sind bekannt und fungieren bereits als Imagerträger, beispielsweise das Walmdach der Schwarzwaldhöfe. Viele andere sind allerdings „verborgen“, wie Gesteinsschichten unter der Erdoberfläche, aber auch kollektive Schicksale der Einwohner im Gebiet. Besonderheiten werden auch deshalb übersehen, weil sie wirklich unscheinbar sind, wie der Schweizer Löwenzahn, der sich nur bei genauerem Hinsehen vom üblichen Löwenzahn unterscheidet.

Erst wenn die Landschaftselemente orts- und objektbezogen betrachtet und ihre konkrete Entstehung, ihr Wandel und die kleinen Details erfasst werden, wird der Genius Loci, der „Geist des Ortes“ spürbar. Dieses Vorgehen fördert meist viel Stoff für Geschichten zu Tage, mit denen die Phänomene lebendig interpretiert werden können. Aus dieser Fülle können Sie dann Inhalte auswählen, die in der Nachbarschaft noch nicht aufgegriffen worden sind.

### Hilfen für die Stoffsammlung (Recherche):

- Orts-Chroniken und Kreisbeschreibungen
- Augenzeugenberichte, Anekdoten und Sagen
- Historisches Bildmaterial bei der Kreisbildstelle und bei Sammlern
- Botanische, zoologische, archäologische und historische Fachbücher mit Regionalbezug, die sich an eine breitere Öffentlichkeit wenden
- Geologische Karten mit den zugehörigen Erläuterungen und entsprechende Fachveröffentlichungen
- Veröffentlichungen von regional arbeitenden wissenschaftlichen Gesellschaften wie dem Alemannischen Institut ([www.alemannisches-institut.de](http://www.alemannisches-institut.de)) oder der Naturforschenden Gesellschaft in Freiburg ([www.naturforschende-gesellschaft.uni-freiburg.de](http://www.naturforschende-gesellschaft.uni-freiburg.de))



# 3. »Selbstführende Pfade im Naturpark Südschwarzwald

## 3.2. Landschaftliche Charakteristika und Besonderheiten

Die Kunst der Interpretation besteht oftmals darin, neue und ungewöhnliche Gesichtspunkte zu allgemein bekannten und scheinbar alltäglichen Themen zu finden. In anderen Fällen – wie im folgenden Beispiel – kann bislang für die Besucher völlig Unbekanntes zu einem spannenden und durchaus anspruchsvollen Aha-Erlebnis gestaltet werden.

### 3.2.2 Unscheinbare Besonderheiten am Beispiel des Pfades ins Erdaltertum

Wie Unscheinbares zur Besonderheit werden kann, zeigt der „Pfad ins Erdaltertum“. Er wurde im Jahr 2001 als einer von neun Entdeckungspfaden im Gemeindeverwaltungsverband Schönau, Landkreis Lörrach, eröffnet. Eine systematische Landschaftsanalyse bildete die Grundlage für die Auswahl von Themen und Routen (Lehnes /Glawion 2000). Dabei zeigte

sich, dass Tunau in einer geologisch hoch interessanten Region liegt. Hier kommen Gesteine vor, die ansonsten im Schwarzwald sehr selten sind. Geländebegehungen bestätigten, dass entlang eines beliebten Weges Felsen zu sehen sind, die eine spannende Vergangenheit haben.

Bei Tunau fängt der Pfad ins Erdaltertum an. Schon nach wenigen Minuten kommen die Wanderer an einem verwitterten Felsen vorbei. Ein Tourist kann den Anblick des Felsen in der bräunlich-grünen Böschung vielleicht ästhetisch ansprechend finden. Aber alles, was diesen Fels zu etwas Besonderem macht, bleibt ihm zunächst verborgen. Dabei hat sich hier Dramatisches abgespielt!

Bei genauerem Hinsehen, fällt ein für die Besucher in den Fels geschnittenes, poliertes Rechteck auf.



**Abbildung 14:** Ein kleiner Fels am Wegrand wie viele andere im Schwarzwald? (am Pfad ins Erdaltertum bei Tunau)



# Selbstführende Pfade im Naturpark Südschwarzwald

Wie der Felsen, wirkt es zuerst unscheinbar: Nichts weiter als weißgesprenkeltes Gestein; keine Inschrift. Nur ein Geologe würde stutzig: Der polierte Fels zeigt auffallend große Einsprenglinge in einer braun-rötlichen Grundmasse.

Die Begleitbroschüre enthüllt auch den Laien das Geheimnis dieses Felsens. Die rötlich-braune Grundmasse war einst heiße Gesteinsschmelze. Sie ist an der Erdoberfläche schnell erstarrt: Vulkanisches Gestein! Der Besucher hat nun einen ganz anderen Zugang zum Ort gewonnen. Wer verbindet schon den Südschwarzwald mit Vulkanen! Im weiteren Verlauf hält der Pfad noch manche Überraschung bereit: zum Beispiel ehemaligen Tiefseeboden und die Erkenntnis, dass es „hier“ vor langer Zeit ein hohes Gebirge gab, von dem zwar die alten Gesteine „berichten“, in der Landschaft aber nichts mehr zu sehen ist...



**Abbildung 16:** Erst die Interpretation anhand der Begleitbroschüre enthüllt, dass es sich hier um Vulkangestein handelt. Die Broschüre ist in der Belchenland Touristinformation in Schönau und (auch an Wochenenden) im Gasthof Tanne in Tunau erhältlich.



**Abbildung 15:** Das geschliffene und polierte Quadrat erlaubt einen Einblick in die Gesteinsstruktur.



# 4 »Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

## 4.1 Mehr als bloßes Faktenwissen

### 4.1.1 Bemerkenswerte Aussagen

Die meisten Überschriften auf Schautafeln beschränken sich bislang auf ein Stichwort oder einen Oberbegriff, wie „Gesteine des Schauinsland-Gebietes“. Ein Stichwort informiert die Besucher zwar darüber, wovon die Rede sein wird, aber es vermittelt weder eine Aussage noch wirft es eine Frage auf.

Auch nach der Lektüre mancher Schautafel fragt man sich als Besucher: „Ja und, was soll mir das nun sagen?“ oder mit den Worten von Sam Ham (1992): „so what?“

An jedem Stopp eines selbstführenden Pfades sollte den Besuchern die zentrale Aussage deutlich werden. Stichworte und enzyklopädisches Wissen prägen sich nicht ein; die Kernaussage einer staunenswerten Geschichte dagegen schon.

Am besten gelingt dies, wenn für jeden Haltepunkt und jedes behandelte Phänomen der folgende Satz schriftlich ergänzt wird:

**„Wenn die Besucher weitergehen, soll sich ihnen eingepägt haben, dass...“**

**Abbildung 17:**  
Bemerkenswerte Aussagen:  
Der Titel der Tafel und der Text  
zum Granitporphyr erinnern  
zunächst an ein Lexikon;

Ganz anders der erste Absatz: „Die Gesteine des Schauinsland-Gebietes (...) sind in Tiefen von mehreren (bis 50) Kilometern Tiefe (...) entstanden“. Dies ist eine auch für Laien interessante Aussage, die eine Frage nahe legt: Wieso finden wir die Gesteine dann heute an der Erdoberfläche? Die Antwort folgt sogleich, so dass die Besucher eine neue Einsicht gewinnen. (Ausschnitt einer Tafel am Schauinsland)



# Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

## 4.1.2 Übergreifende Leitidee

Was für den Einzelstandort gilt, trifft auch auf den Pfad als Ganzes zu. Idealerweise vermittelt ein Themen- oder ein Erlebnispfad eine Idee beziehungsweise hat eine zentrale Botschaft (= eine übergeordnete Kernaussage für den ganzen Pfad). Eine Idee ist ebenfalls mehr als ein bloßes Stichwort. Zu jedem Stichwort können viele verschiedene Leitideen entwickelt werden.

Die Einzel-Phänomene und die daran geknüpften Aussagen jedes einzelnen Stopps sollten mit einer übergreifenden Leitidee in Beziehung stehen. Weniger ist mehr! Die Konzentration auf die Leitidee hilft dem Planungsteam vor allem bei einem – nämlich beim Weglassen!

### Vorteile für die Besucher:

- Sie können die Einzelaussagen zu den Phänomenen am Wegrand viel leichter verarbeiten, da sie sich in einen sinnvollen Zusammenhang eingliedern.
- Durch die Konzentration auf eine Leitidee kann das Thema auf mehrere Stopps verteilt tiefer gehend behandelt werden, ohne die Besucher zu überfordern; erst diese vertiefte Behandlung ermöglicht es, den Besucher ein Gefühl für die Bedeutung des Themas zu vermitteln.

- Während traditionelle Waldlehrpfade oft die gleichen Themen leicht abgewandelt behandelten, ermöglicht die Ausrichtung an speziellen Leitideen eine größere Vielfalt. Für die Gäste lohnt es sich dann, die unterschiedlichen Waldthemen im Naturpark zu entdecken (vgl. Kap. 3.2).

### Vorteile für die Projektträger:

- Wenn die Besucher die Aussagen besser verarbeiten und die Bedeutung des natürlichen und kulturellen Erbes besser würdigen können, dann werden auch die mit den Projekten verbundenen Bildungsanliegen besser erreicht, die regionale Identität gestärkt und der Tourismus gefördert.

Diese Vorteile verdeutlichen, dass ein Konzept mit einer Leitidee und aussagekräftigen Stopps nicht nur Themenpfade, sondern auch Lehr- und Erlebnispfade verbessern kann.

Stichwort: **Wald**

Mögliche Leitideen für Pfade:

„Wo sich heute Wälder ausdehnen, lebten und arbeiteten einst viele Bauern.“

„Unser Wald bietet eine Vielzahl unterschiedlicher Behausungen für Vögel, die Baumhöhlen bewohnen.“

„Entwicklung zurück zum Urwald: einst intensiv genutzt, doch nun hat allein die Natur das Sagen“ (Bannwald).

„Dieser Wald ist nicht bloß Holzlieferant; wir verdanken ihm viel mehr.“

„Im xy-Wald trieben Räuber und andere zwielichtige Gestalten ihr Unwesen.“

„Geschehnisse vor Jahrmillionen beeinflussen noch heute die Pflanzenwelt des xy-Waldes“ (Gesteine – Böden – Pflanzenwelt).

Natürlich gibt es im Südschwarzwald noch viele andere Themenbereiche:

Ihr Stichwort: .....

Ihre Leitideen: .....



# 4 »Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

## 4.1 Mehr als bloßes Faktenwissen

### 4.1.3 Erzählerischer Bogen

Wenn Sie die Themen entlang eines Pfades ausgestalten, dann sollten Sie aus dem vorhandenen Material möglichst eine Geschichte formen. Manche professionelle Interpreten antworten auf die Frage, was sie eigentlich tun, sie wären „Geschichten-Erzähler“.

Wie eine Geschichte hat ein Pfad einen Anfang (einen Einstieg ins Thema), eine festgelegte Abfolge von Unterthemen (Stationen entsprechend den Kapiteln) mit Höhepunkten und – idealerweise – einem Spannungsbogen sowie einen Abschluss. Der Schluss fasst die wesentlichen Gedanken zusammen und betont noch einmal die übergreifende Idee, die der Geschichte zugrunde liegt. In der Praxis gelingt dies jedoch nicht immer:

- Die interessanten Phänomene entlang eines Pfades befinden sich selten in der didaktisch idealen Reihenfolge.
- Die Besucher begehen den Pfad in unterschiedlichen Richtungen.

- Die Besucher lesen nicht immer alles; jeder Stopp muss deshalb auch aus sich heraus verständlich sein.

Trotzdem, Annäherungen an einige Qualitäten einer guten Geschichte sind meist möglich:

- Eingangstafeln und Schlußtafeln lassen sich in der Regel umsetzen.
- Eine bevorzugte Lauf-Richtung kann durch Nummerierung der Standorte nahe gelegt werden.
- Auch wenn der Spannungsbogen nicht didaktisch ideal entwickelt werden kann, sollte doch jede Station einen Ausschnitt des Ganzen vermitteln, indem die Beziehung jeder einzelnen Station zur übergreifenden Leitidee verdeutlicht wird.
- Geschickte Überleitungen können auf die nächste Station neugierig machen und die Einzelstandorte verbinden. Überleitungen können beispielsweise in Form einer Vorankündigung, einer Frage oder einer Beobachtungsaufgabe erfolgen.

**Abbildung 18:**  
Beispiel für eine Überleitung vom Thema „Alpentiere am Belchen“ zum nächsten Stopp (unten links). Des Rätsels Lösung: Die Alpine Gebirgsschrecke lebt bereits seit der Eiszeit im Schwarzwald. (Ausschnitt von Tafel 7 am Belchenpfad)



## 4.2 Aufmerksamkeit erregen: die erste Sekunde entscheidet

Eine Schautafel im Wald oder auf einer Wiese fällt auf. Wer daran vorbei kommt, sieht unwillkürlich kurz hin. Dieser erste Eindruck entscheidet darüber, ob man stehen bleibt und sich auf das Angebot einlässt.

### 4.2.1 Der Titel

Bei Schautafeln kann der Titel in einem „Augenblick“ erfasst werden, wenn er mit auffälliger, großer Schrift gesetzt ist. Innerhalb von einer oder zwei Sekunden muss das Interesse geweckt werden. Die beiden abgebildeten Beispiele zeigen die Titel von Lehrpfadtafeln desselben Standortes am Schramberger Schlossberg.

„Oberrotliegendes? – das ist nur etwas für Geologen“ – Dieser Eindruck wird spätestens dann bestätigt, wenn jemand doch den ersten Satz liest...

„Sonnenbrand? – Menschen haben Sonnenbrand, aber Gesteine? Das Gestein

hier ist tatsächlich rot...“ Der neue Titel provoziert und regt zu Fragen an. Der erste Absatz macht deutlich, dass die Sonne tatsächlich für die Rotfärbung mit verantwortlich ist: „Schramberg“ lag in den Tropen und die intensive Sonne hat die Bildung eines roten Minerals begünstigt.

Wichtig ist, dass die durch den Titel geweckten Erwartungen im Folgenden auch eingelöst werden. Sonst wirkt die provokative Überschrift wie ein Marketingtrick der Werbung.

Möglicherweise werden Sie nicht zu jeder Station eine passende provokative Frage oder Feststellung finden. Eine Alternative ist, die zentrale Aussage des Standorts knapp formuliert als Titel zu übernehmen. Damit können Sie sicherstellen, dass fast alle Vorbeikommenden zumindest diese zentrale Botschaft aufnehmen – selbst wenn einige trotz aussagekräftigem Titel nichts anderes lesen sollten.



Abbildung 19: Stichwort-Überschrift der alten Lehrpfad-Tafel am Schramberger Schlossberg (1972 – 1997).



Abbildung 20: Provokative Überschrift am erneuerten Lehrpfad auf den Schramberger Schlossberg (seit 1997). Der Text knüpft an die vorhergehende Tafel („Schlammströme begruben alles unter sich“) an. Die Lupe und die rote, kleinere Schrift kennzeichnen Hintergrundinformationen für naturwissenschaftlich Interessierte.



# 4 »Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

## 4.2 Aufmerksamkeit erregen: die erste Sekunde entscheidet



**Abbildung 21:**  
Locker gestaltete Schautafel  
(Brotweg, Elzach-Yach).  
Diese Textmenge wirkt nicht  
abschreckend, obwohl die Tafel  
mehr Text enthält als jene zum  
Oberrotliegenden (Abb. 19).

### 4.2.2 Abbildungen und Erlebnispfad-Objekte

Auch Abbildungen sind sehr gut geeignet, in einem „Augenblick“ Interesse zu wecken. Damit dies gelingt, müssen sie allerdings erstens neugierig machen und zweitens die wesentliche Aussage so betonen, dass die Besucher diese im Vorbeigehen erfassen können. Letzteres ist mit guten Zeichnungen oft besser zu erreichen als mit Fotos.

Noch wirkungsvoller als Abbildungen sind dreidimensionale Modelle und interaktive Objekte. Wenn Texte erst durch Anheben von Klappen oder Drehen von Rädern sichtbar werden, weckt dies Neugierde und Erwartungen – nicht nur bei Kindern, die über die besten Titel von Schautafeln kaum angesprochen werden.

### 4.2.3 Textmenge

Auch der subjektive Eindruck über den Zeit-Aufwand, den eine Station erfordert, beeinflusst die Entscheidung, sich darauf einzulassen. Zuviel Text auf einmal schreckt ab. Wer liest schon gerne längere Passagen, wenn er eigentlich laufen will? Bei mehr als 60 bis 70 Wörtern pro Tafel sollte der Text in einen Haupttext und kurze Abschnitte für Interessierte untergliedert werden. Zwischenüberschriften lassen dabei schnell erkennen, was von Interesse ist. Textmengen mit deutlich mehr als 200 Wörtern sind selbst dem relativ lesefreudigen deutschen Publikum zuviel.



**Abbildung 22:** Liebevoll gestaltete Waldmännle  
– eines für Kinder und eines für Erwachsene.  
Die Besucher werden aufgefordert, den Kopf an  
der Nase anzuheben, um zu erfahren, was die  
Männle zu sagen haben. Das Modell mit hoch  
aufgestapeltem Laub weckt zusätzlich Neugierde.  
(Station 2 des Erlebnispfades in Bleibach)





## 4.3 Interesse halten und steigern

„Das bringt mir was! Es lohnt sich für mich, weiter zu lesen“. Dieses Gefühl muss bei den Besuchern schnell hervorgerufen werden. Sonst wenden sie ihre Aufmerksamkeit gleich wieder anderem zu. Die Aussagen an den Stopps und die übergreifende Idee eines Pfades sind für Besucher nur dann von Belang, wenn sie diese „verdauen“ können. Die Besucher müssen dazu die neuen Erfahrungen und Einsichten in ihre Gedanken- und Vorstellungswelt sowie ihr Wertesystem eingliedern.

### 4.3.1 Mit der Persönlichkeit der Besucher verknüpfen

Besucherorientierte Interpretation muss deshalb Brücken schlagen zwischen den Kernaussagen zu den Phänomenen und dem bereits vorhandenen persönlichen Erfahrungsschatz, den Einstellungen und Werthaltungen der Besucher. Anknüpfungspunkte gibt es viele. Hier einige Beispiele:

#### Vorwissen zur Thematik

Das Vorwissen der Besucher von selbstführenden Pfaden ist oft sehr heterogen. Wenn der Pfad bei einem breiten Publikum erfolgreich sein soll, dann darf nur wirklich allgemein Bekanntes vorausgesetzt werden. Die Namen sehr bekannter Persönlichkeiten (wie Karl der Große) sowie Begriffe, die dem allgemeinen Sprachschatz angehören (wie Vulkan oder Heuschrecke) bieten sich als Anknüpfung an. Wissen, das alle als Schüler gelernt haben, dürfen Sie jedoch nicht vor-

aussetzen. Lernstoff aus der Schulzeit ist bei den meisten Erwachsenen nicht mehr abrufbar. Wenn Sie einen heimatgeschichtlichen Pfad konzipieren, wird dieser vielleicht auch von einem Professor der Neurobiologie aus München genutzt werden, der nie etwas von den Zählringern gehört hat. Selbst von Karl dem Großen hat er vielleicht nur die vage Vorstellung, dass der irgendwann vor Kolumbus gelebt hat. Das reicht allerdings aus, um eine geschichtliche Begebenheit in bereits vorhandenem Wissen zu verankern. Wer selbst fachlich vorgebildet ist, sollte deshalb seine Texte und Zeichnungen von Personen kritisch überprüfen lassen, die sich seit ihrer Schulzeit nicht mehr mit der Thematik befasst haben.

#### Alltagserfahrungen

Wohnen, Haushaltsgeräte, Essen, Beziehungen in der Familie, zu Freunden und Nachbarn, Autofahren... Es gibt viele Erfahrungen aus dem Alltag, die praktisch alle kennen. Alltagsbegebenheiten aus früherer Zeit sind deshalb gut geeignet, geschichtliche Themen mit den Lebenserfahrungen der Besucher zu verbinden. Selbst geologische Themen können Sie an Erfahrungen aus dem Alltag anknüpfen: etwa über die Nutzung von Rohstoffen für die Herstellung von Gegenständen oder – noch besser – über treffende Analogien: Die Bildung von Mineralfüllungen in Felsklüften kann beispielsweise mit der Ablagerung von Kalkkrusten im Wasserkessel verglichen werden.

*„Die Arbeit des Spezialisten, des Historikers, des Naturkundlers, des Archäologen ist grundlegend (...). Aber manchmal kann man eine Ungeduld auf Seiten des Spezialisten bemerken, dass die Öffentlichkeit nicht genug Interesse an seiner Zusammenstellung der Informationen zeigt. Er schließt daraus vielleicht, dass der Normalbürger ein wenig dumm sei. Das Gegenteil ist wahr. Es ist ein Zeichen von natürlicher Intelligenz, wenn eine Person ihren Geist nicht mit Unverdaulichkeiten voll stopft.“*

Freeman Tilden

(<sup>3</sup>1977, S. 23, eigene Übersetzung)



**Abbildung 23:** Ferdinand, der Postbote von der Schneckenpost, führt als Leitfigur durch den Wichtelwald. Auf spielerische Weise wird das Hauptthema „Lebensraum des Auerwilds“ mit Alltagserfahrungen verknüpft. (Wichtelpfad am Feldberg)



# 4 »Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

## 4.3 Interesse halten und steigern



**Abbildung 24:**  
Ein Klappmechanismus am Erlebnispfad in Bleibach. Normalerweise kann man nicht ins Innere eines Baumes sehen. Von der Spechthöhle nimmt man von außen nur das Loch wahr...



**Abbildung 25:**  
... doch der Klappmechanismus am Baumstumpf erlaubt einen Blick ins Innere. So ein Specht lebt offensichtlich ganz schön beengt.

### **Menschliche Hoffnungen, Konflikte, Enttäuschungen und Schicksale**

Hier werden Bezüge zu tiefer gehenden und möglicherweise einschneidenden biografischen Erfahrungen hergestellt. Konkrete Einzelschicksale können die Besucher emotional ansprechen. Auch wer eine bestimmte Erfahrung nicht selbst gemacht hat, kann sich doch in eine entsprechende Situation ein Stück weit hinein versetzen und mitfühlen. Bis zu einem gewissen Grad ist es auch möglich, die Welt aus der Perspektive eines anderen Lebewesens zu betrachten.

### **4.3.2 Den ganzen Menschen einbeziehen**

#### **Bewusste Wahrnehmung mit den Sinnen**

Normalerweise ist das authentische Phänomen vor Ort der Anlass für einen Halt. Besucherorientierte Interpretation sollte die Besucher animieren, den Gegenstand bewusst wahrzunehmen: auf wichtige Details zu achten, vielleicht auch zu tasten, zu riechen, zu schmecken, zu lauschen, wenn dies möglich und sinnvoll ist. Sinnvoll sind diese Beobachtungen dann, wenn sie in der weiteren Interpretation eine Rolle spielen.

#### **Bewegungsaktivitäten**

Bewegungsaktivitäten können einen eher spielerischen Charakter haben, wie beispielsweise die unter der Klappe versteckte

Antwort auf eine Frage. Immer wieder gelingt es aber auch, Bewegungsaktivitäten in den Sinnzusammenhang der Aussage an einem Stopp einzubinden. Ein gutes – aber nicht mehr sehr originelles – Beispiel sind Weitsprunggruben, die Kindern und Erwachsenen einen Vergleich ihrer eigenen Sprungweite mit verschiedenen Tieren erlauben. Je nach Thematik und örtlichen Bedingungen können auch kleine Experimente neue Einsichten liefern.

#### **Aktives Denken**

Besucherorientierte Interpretation regt das Publikum immer auch zum Denken, also zu einer aktiven inhaltlichen Auseinandersetzung mit der Thematik, an. Die Besucher werden vor allem dann zu eigenem Denken animiert, wenn die Interpretation zwar an das Vorverständnis anknüpft, sich aber nicht sofort nahtlos einfügt. Ein kleiner Widerspruch, etwas Rätselhaftes, ein Konflikt, ein Bruch in einer Geschichte, das heißt eine offene Frage, erzeugt Spannung. Das Interesse wird gesteigert, und die Besucher suchen unwillkürlich nach einer Lösung.

Gängige Klischees können in Frage gestellt werden, wie jene von Kuckucksuhr und Bollenhut oder romantisierende Verklärungen der „guten alten Zeit“. Wenn solche Vorurteile aufgebrochen werden, muss dies jedoch behutsam geschehen. Besucher, die solche Klischees und Verklärungen verinnerlicht haben, dürfen nicht vor den Kopf gestoßen werden.



Wichtig ist, dass die weitere Interpretation die wichtigsten offenen Fragen beantwortet. Die Spannung muss wieder gelöst werden, wobei durchaus der eine oder andere Ansatzpunkt zum Weiterdenken oder Diskutieren mit den Begleitern offen bleiben darf.

## Mit-Fühlen und Werten

Besucherorientierte Interpretation basiert zwar auf gesicherten Erkenntnissen; sie will aber die wissenschaftliche Distanz überbrücken und den Besuchern das natürliche und kulturelle Erbe, Land und Leute nahe bringen. Um den ganzen Menschen einzubeziehen, müssen auch die Gefühle der Besucher angesprochen werden. Emotionen sollten allerdings nicht direkt beschrieben werden. Sie sollten sich vielmehr bei den Besuchern aufgrund der Atmosphäre des Ortes und der geschilderten Zusammenhänge spontan einstellen.

Hierfür sind zwei Techniken hilfreich:

- Wenn Sie überlegen, wie die Inhalte an die Lebenswelt der Besucher angeknüpft werden können (vgl. Kap. 4.3.1), sollten sie immer berücksichtigen: Was ist den Besuchern wertvoll? Was löst bei den Besuchern welche positiven oder negativen Gefühle aus?
- Überprüfen Sie beim Texten Synonyme. Bedeutungsähnliche Begriffe unterscheiden sich oft in der mitschwingenden gefühlsmäßigen Färbung und in ihrer bildhaften Ausdruckskraft. So ist es ein Unterschied, ob ein Vogel „fliegt“, „flattert“ oder „schwebt“. Der

Thesaurus einer PC-Textverarbeitung oder Wörterbücher sind hier sehr nützlich.

Manche Themen ermöglichen es den Besuchern, sich eine eigene Meinung zu bilden und selbst Position zu beziehen. Hier ist es wichtig, die Besucher „frei zu lassen“. Die meisten Erwachsenen möchten sich in ihrer Urteilsbildung nicht bevormundet fühlen. Werden Konfliktsituationen geschildert, können die Sichtweisen und die unterschiedliche Betroffenheit der Beteiligten dargestellt werden. Die Besucher werden sich dann unwillkürlich fragen, wie sie sich wohl selbst in dieser Situation verhalten hätten.

## 4.3.3 Horizont Erweitern

Die Interpretation der authentischen Phänomene beziehungsweise der Ereignisse, die am jeweiligen Standort stattgefunden haben, ermöglicht neue Einsichten. Staunen und Aha-Erlebnisse erweitern den persönlichen Horizont. Nach dem Ausflug sollten sich die Besucher ein bisschen als „Insider“ fühlen. Das erfüllt mit leichtem Stolz. Und der erweiterte Horizont macht Lust auf mehr...

In jedem Fall ist darauf zu achten, dass die Aussagen und veranschaulichenden Darstellungen auch fachlich gerechtfertigt sind. Besucher reagieren verärgert, wenn sie bemerken, dass Ihnen umstrittene Hypothesen und Ausschmückungen als Tatsachen verkauft wurden und sich ihr erweiterter Horizont als Trugbild erweist.



Abbildung 26:

Ein kurzer Text mit mehrfachen Bezügen zum Leser:

- (1) durch direkte Ansprache „Würden Sie ...fragen“;
- (2) durch Anknüpfen an ein allseits bekanntes und niedliches Tierchen, den Marienkäfer;
- (3) durch überraschende Infragestellung der Sympathie mit dem Käfer, infolge eines Wechsels der Perspektive (Sicht der Blattlaus) in Kombination mit
- (4) der Verwendung des moralisch hoch aufgeladenen Begriffs „Mörder“. Dieses kleine Geschichtchen erschüttert das Bild vom netten Marienkäfer!

Der nächste Wechsel der Perspektive (in die Sicht des von den Blattläusen „geplagten“ Heidekrauts) liegt nahe und braucht nicht mehr ausgesprochen werden. Den Leser freut es, wenn er eigene Gedanken anknüpfen kann. (Detail aus der Schautafel im Hinterzartener Moor)



# 4 »Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

## 4.4 Unnötige Hürden vermeiden



**Abbildung 28:**  
Randvoll! Eine größere Tafel mit mehr Freiflächen wäre viel einladender.

Eine Planungshilfe zur Gestaltung finden Sie im Anhang.



**Abbildung 29:**  
Eine lockere, visuell ausgewogene Gestaltung zieht an.

### Bequeme Benutzbarkeit

Die Beschriftung des Exponats im Museum der Akropolis befindet sich auf Augenhöhe von Grundschulern – richtet sich aber offensichtlich an Erwachsene.



**Abbildung 27:** In weltberühmten Museen sind einige Enthusiasten bereit, auch in gebückter Stellung zu lesen. Doch ein selbstführender Pfad im Südschwarzwald ist nicht das Museum der Akropolis...

Umgekehrt gilt es zu bedenken, dass Einrichtungen, die (auch) von Kindern oder Rollstuhlfahrern genutzt werden, auf diese Eignung hin überprüft werden müssen. Dies gilt sowohl für die Erreichbarkeit der einzelnen Stopps als auch für den Kraftaufwand, der zur Bedienung von interaktiven Objekten benötigt wird.

### Ansprechender Eindruck

Ein wenig einladendes Design kann bereits die erste Hürde sein, einen eigentlich spannenden Pfad zu nutzen. Wenn eine Tafel oder eine Broschüre bis an die Ränder mit Text oder Abbildungen gefüllt ist, dann mag dies in der Herstellung ein paar Euro einsparen, wirkt auf die Passanten aber abschreckend.

Farbe, aber nicht verwirrend bunt, eine ausgewogene Anordnung der Abbildungen und Textblöcke sowie eine lockere Gestaltung (etwa ein Drittel freie Flächen) steigern die Attraktivität von Tafeln und Broschüren enorm. Zumindest für die Erstellung eines durchgängigen Grundlayouts sollte in aller Regel der Rat guter Grafiker eingeholt werden. Ähnliches gilt auch für Tafelgestelle oder dreidimensionale Objekte von Erlebnispfaden.

### Lesbarkeit

Selbst eine gelungene Geschichte wird nur von wenigen Personen beachtet, wenn es Mühe macht, die Buchstaben zu entziffern. Gerade Abbildungsbeschriftungen werden oft zu klein gesetzt, obwohl sie von vielen Besuchern bevorzugt gelesen werden. Die Schriftgröße muss sich an Personen mit leichter Sehschwäche orientieren, die beim Wandern ohne Brille unterwegs sind. Nicht immer kann man direkt vor der Schautafel stehen, zum Beispiel wenn sich eine kleine Gruppe davor versammelt hat. Darüber hinaus müssen vor allem im Wald schlechte Lichtverhältnisse einkalkuliert werden. Wer diesbezüglich über wenig Erfahrung verfügt, sollte Schrifttypen und Größe an Ort und Stelle testen. Auch der Kontrast zwischen Schrift und Hintergrund spielt eine große Rolle. In sich kontrastreiche Fotos hinter Texten sehen zwar möglicherweise gut aus, erschweren die Lesbarkeit aber erheblich.

Auch Fachausdrücke erschweren die Lesbarkeit – selbst wenn sie im Glossar erläutert werden. Wer im Freien unterwegs ist, hat keine Lust mit unbekanntem Fremdwörtern konfrontiert zu werden.



# Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien für Pfadprojekte

Die Sprache für Leser in Freizeitstimung sollte informell, einfach und prägnant sein. Lange Sätze mit mehr als etwa 20 Wörtern sollten Sie in der Regel aufteilen.

## Orientierungshilfen

Sich zu verlaufen kann ein Erlebnis sein – allerdings oft kein allzu positives. Der Pfad sollte zum einen auf Orientierungstafeln, Faltblättern und in Wanderkarten verzeichnet sein. Zum anderen müssen der Pfad selbst und die Zugangswege von den umliegenden Ortschaften aus mit Wegweisern und Markierungen ausgeschildert sein. Wo es – wie im Schwarzwald – ein einheitliches Orientierungssystem gibt, sollte der neue Themenweg in das vorhandene System integriert werden (vgl. Kapitel 5.3.2). Für die Besucher ist dies eine große Hilfe, da sie bereits mit den Wegweiserformaten und Zwischenmarkierungen vertraut sind, so dass sie ihre Tour leichter mit anderen Wanderwegen kombinieren können. Eine ergänzende Kennzeichnung des Lehr-, Erlebnis- oder Themenwegs mit speziellen Wegweisern ist sinnvoll (vgl. Kapitel 5.3.3).

## Begleitende Infrastruktur

Für die Besucher müssen Möglichkeiten bereitgehalten werden, ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen. Dabei ist sowohl an öffentlich nutzbare Toiletten zu denken als auch an Rastplätze für eine Vesperpause. Über Einkehrmöglichkeiten sollte schon vorab informiert werden. Aber auch Grillstellen können als zusätzliches Angebot die Attraktivität steigern.

## Barrierefreiheit

Bereits eine Stufe kann ein Hindernis sein, das ein Rollstuhlfahrer nicht ohne fremde Hilfe überwinden kann. Ein Tisch mit fester Bank an einer Raststelle ist für Rollstuhlfahrer unzugänglich, selbst wenn der Weg barrierefrei gestaltet ist.

Wenn die Interpretation nur auf Schautafeln angeboten wird, dann kann Sie von Personen mit schwerer Sehbehinderung nur mit großer Mühe oder überhaupt nicht aufgenommen werden. In diesem Fall können ergänzende Führungsangebote oder Audiosysteme Abhilfe schaffen. Idealerweise sollte die Interpretation immer für zwei Sinneskanäle konzipiert werden. Dies hilft nicht nur Menschen mit Behinderungen, sondern erhöht den Abwechslungsreichtum für alle Besucher.

## Weglänge und Erreichbarkeit

Grundsätzlich sind Spaziergänger und Wanderer als Zielgruppen zu unterscheiden. Für Spaziergänger sind ortsnahe (oder am Wanderparkplatz) gelegene Rundwege von zwei bis vier Kilometern Länge geeignet. Wanderer sind bereit, 10 bis 15 km an einem Tag zurückzulegen. Der Anmarsch zum Start des selbstführenden Pfades ist darin allerdings bereits inbegriffen. Die Zielgruppe der Weitwanderer ist eher klein. Mehrtägige Routen sollten in der Regel auch von Personen nutzbar sein, die nur einen Abschnitt im Bereich eines Ausgangsortes begehen möchten. Viele Wanderer benutzen gerne den umweltfreundlichen Öffentlichen Personennahverkehr. Neben Ortschaften und Wanderparkplätzen kommen deshalb auch Haltestellen als Ausgangspunkte (für Zugangswege) in Frage.



**Abbildung 30:** Eine gelungene Verbindung von Öffentlichem Nahverkehr und Themenroute. Wer auf den Bus wartet hat viel Muße. (Bushaltestelle am Glas-trägerweg in Schluchsee-Äule)



**Abbildung 31:** Der obere Wegweiser ist gestohlen worden. Wer auf einem der Themenpfade, die sich hier treffen, unterwegs ist, verläuft sich an dieser Kreuzung unweigerlich. Verärgerte Besucher sind die Folge.



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.1 Vorüberlegungen zum angemessenen Aufwand

### Gleich ein Pfadprojekt oder besser erst eine Interpretationsstrategie?

„Wir müssen den Gästen mehr bieten als nur Übernachtungsquartiere, gute Gastronomie und Wanderwege; Themen und Erlebniswege könnten die Attraktivität unseres Ortes verbessern“. Solche Überlegungen sind oft der Anstoß für neue Pfadprojekte.

Dann müssen erst noch Themen gefunden werden und es stellt sich die Frage, ob überhaupt ein neuer Pfad die beste Lösung ist. In diesem Fall sollte für die Destination zuerst eine Interpretationsstrategie erarbeitet werden.

Eine gute Einführung dazu finden Sie bei Carter et al. (2001, in Englisch), ein Beispiel für den Südschwarzwald in Lehnès/Glawion (2000).

Wer ein neues Pfadprojekt initiieren möchte, hat sich meist schon intensiver mit der Thematik befasst und möchte seine Begeisterung mit anderen Menschen teilen. Auf die Region bezogenes Fachwissen und erste Ideen zu Stopps sind bereits zu einem gewissen Grade vorhanden.

Leider folgt auf den ersten Elan oft die Ernüchterung. Initiatoren, die noch nicht über Erfahrungen mit Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit verfügen, werden im Laufe des Projekts mit Problemen konfrontiert: wichtiges Know-how fehlt im Projektteam; der Zeitaufwand wurde falsch eingeschätzt; oder das Geld reicht nicht, um sich von Profis unter die Arme greifen zu lassen. Initiator und Projektträger müssen feststellen, dass sie am Anfang nicht geahnt haben, was alles auf sie zukommt. Doch Frust und Überforderung sind meist vermeidbar!

- Gliedern Sie Ihr Projekt in überschaubare Phasen mit Zwischenergebnissen (z.B. Ideenskizze, Konzept, Umsetzung, Betrieb). Am Ende jeder Phase haben Sie die Möglichkeit, die ursprüngliche Idee im Lichte der Zwischenergebnisse zu konkretisieren und gegebenenfalls zu modifizieren.
- Gerade wenn Sie mit dieser Art von Projekten noch nicht vertraut sind, sollten Sie sich einfacher Methoden des Projektmanagements bedienen. Wie im Folgenden deutlich werden wird, helfen sie, die Übersicht zu wahren (vgl. Kap. 5.2).

Jedes Projekt ist anders; allgemeingültige Patentrezepte kann es deshalb

nicht geben. In diesem Kapitel bekommen Sie Hilfsmittel an die Hand, die Sie an Ihr Projekt anpassen und bei Bedarf auch ergänzen müssen.

### 5.1.1 Leistungsdreieck – ein unentrinnbares Dilemma?

Das Leistungsdreieck besagt, dass die Leistungsfähigkeit für ein Projekt immer begrenzt ist. Sie werden in der Regel weder über ein unendliches Projektbudget verfügen noch über eigenes Personal oder ehrenamtliche Mitarbeiter, die alle notwendigen Kompetenzen mitbringen und sich auch noch ausschließlich auf das Pfadprojekt konzentrieren können. Außerdem haben Sie wohl auch nicht unbegrenzt Zeit. Der Pfad soll schließlich einmal eröffnet werden.

#### Personal: Kompetenzen und Verfügbarkeit

Dieses Handbuch hat bereits verdeutlicht, dass ein erfolgreiches Projekt auf vielen unterschiedlichen **Kompetenzen** beruht (vgl. auch Kap. 5.2.2):

- Auf die Region bezogenes fachliches Spezialwissen zur Thematik des Pfades;
- Kenntnisse über und Einfühlungsvermögen in die Zielgruppe;
- Management- und Kommunikationsfähigkeiten für die Projektleitung;
- Kreativität gepaart mit speziellem Know-how bei der inhaltlichen Konzeption von Leitidee und rotem Faden, bei der grafischen Gestaltung, beim Ausformulieren der Texte und beim Design von Tafelgestellen und interaktiven Elementen.



Der Initiator und die Trägerorganisation werden selten über alle diese Kompetenzen verfügen; oft ist das thematische Spezialwissen zumindest teilweise im Team vorhanden, aber das spezielle Kommunikations-Know-how für besucherorientierte Interpretation fehlt. Wenn fehlende Kompetenzen erst einmal erkannt sind, können Sie diese durch folgende Maßnahmen ausgleichen:

- **Weiterqualifikation:** Sie oder ein Teammitglied erarbeiten sich die entsprechenden Kompetenzen. Spezielles Know-how lässt sich aneignen; das kostet zwar Zeit, kann aber auch eine persönliche Bereicherung sein. Bei mangelnder Kreativität und mangelndem Einfühlungsvermögen in das Zielpublikum sind diesem Verfahren jedoch Grenzen gesetzt.
- **Erweiterung des Projektteams:** Sie können versuchen, entsprechende Experten zu einer ehrenamtlichen Mitarbeit zu bewegen, oder Sie vergeben Aufgaben vollständig an professionelle Drittleister. Dies erfordert allerdings ein höheres Budget.
- **Projektcoaching:** Eine Kombination kann darin bestehen, dass sich ein Teammitglied die fehlenden Kompetenzen aneignet und dabei von einem Profi gezielt unterstützt wird (Training on the Job).

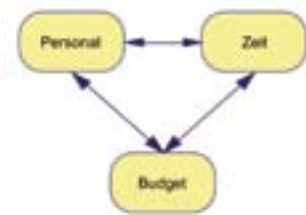
## Verfügbare Zeit

Zu großer Zeitdruck hat schon viele Misserfolge verursacht. Wenn Teammitglieder ihre Aufgaben neben den normalen beruflichen und familiären Aufgaben bearbeiten müssen, verfügen sie nur über begrenzte Zeitkapazitäten (z.B. nach Feierabend). Da der Zeitbedarf für viele Aufgaben eher unterschätzt wird, muss eventuell an wichtigen redaktionellen Arbeiten und Tests gespart werden. Auch reicht die Zeit möglicherweise nicht, um sich fehlendes Know-how anzueignen.

Je enger die Termine gesetzt sind, desto eher werden Sie gezwungen sein, Aufgaben an erfahrene Profis zu delegieren oder empfindliche Qualitätseinbußen hinzunehmen. Letzteres kann wiederum, abgesehen von der eigenen Unzufriedenheit, Probleme mit den Geldgebern nach sich ziehen.

## Projektbudget

Jeder weiß, dass es gerade beim Budget Grenzen gibt; manche Herstellungskosten wie Druckkosten, Schautafeln, interaktive Elemente erscheinen unvermeidlich. Gespart wird dann oft an der „Software“ (Konzeptentwicklung, Texte und grafische Gestaltung). Wenn man nach der Bewilligung von Zuschüssen im laufenden Projekt bemerkt, dass am falschen Ende gespart wurde, ist es meist zu spät: Nachträglich lässt sich das Budget kaum mehr erhöhen.



**Abbildung 32:**  
Das Leistungsdreieck stellt die begrenzten Ressourcen dar.

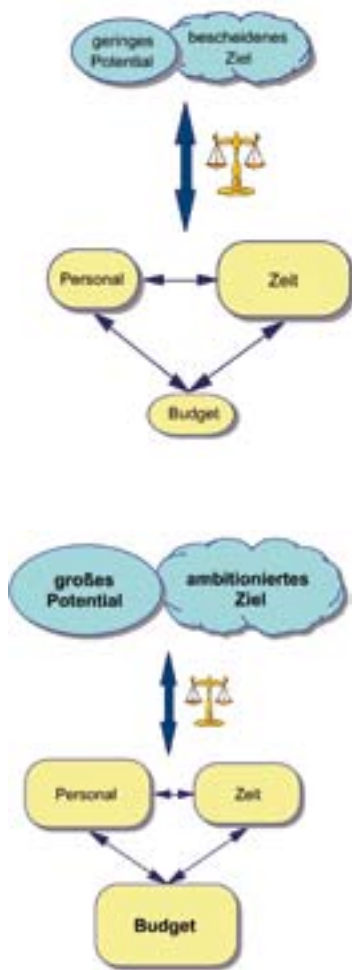


**Abbildung 33:**  
Zusammenarbeit im Team macht (meistens) auch Spaß.



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.1 Vorüberlegungen zum angemessenen Aufwand



**Abbildung 34:** Ausgewogene Verhältnisse von Gesamtaufwand und erwartetem Nutzen: „Low-Budget-Projekt“ (oben) und gut ausgestattetes „High-End-Projekt“ (unten).

### 5.1.2 Aufwand und Nutzen – ein angemessenes Verhältnis?

Aus dem Dilemma des Leistungsdreiecks gibt es glücklicherweise Auswege:

- **Kleinaber fein:** den Gesamtaufwand auf ein überschaubares und leistbares Maß verkleinern, zum Beispiel weniger Stationen, weniger aufwändige Medien, niedrige Produktionskosten („Low-Budget-Projekt“). Doch am Qualitätsanspruch sollte nicht gespart werden.
- **Frühzeitig genügend Ressourcen einwerben:** größeres Budget, mehr Partner mit qualifiziertem Personal und ausreichend Zeit („High-End-Projekt“); Eine überzeugende Ideen-skizze kann hier gute Dienste leisten.

Will man eine sehr spezifische und kleine Zielgruppe ansprechen, kann ein Kleinstprojekt – ein selbst kopiertes Falblatt vielleicht – gerade richtig sein. Demgegenüber ist ein großer Einsatz an Personal-, Zeit- und Finanzressourcen angemessen, wenn ein Pfadprojekt einen wesentlichen Beitrag dazu leisten kann, wichtige Ziele zu erreichen, und wenn dafür auch ein entsprechendes Potenzial vorhanden ist.

#### Ziele, Prioritäten und Zielgruppen

Überlegen Sie anhand der Planungshilfen „Ziele und Prioritäten“ und „Zielgruppen“ (vgl. Anhang), was und wen Sie in welchem Ausmaß erreichen möchten (und können). Besteht das Hauptziel in der Stärkung der touristischen Wett-

bewerbsfähigkeit und soll der Pfad von vielen Gästen genutzt werden, dann spricht dies für einen aufwändigeren Pfad. Schautafeln, Broschüren und Installationen wirken auf die Besucher wie eine Visitenkarte der Region. Wird hier gespart, dann wird der angestrebte Effekt geschmälert – oder gar in sein Gegenteil verkehrt: Erlebnisversprechungen in der Tourismuswerbung, die dann nicht gehalten werden, schaden dem Image.

Für solche Projekte wird man in der Regel professionelle Unterstützung in Anspruch nehmen. Man kann sich das leicht an der Tatsache klar machen, dass ein mittelständisches Unternehmen, wie etwa eine Brauerei, seine Werbespots auch nicht vom Entwicklungsingenieur – oder dem Braumeister – produzieren lässt. Die touristische Wertschöpfung aus dem Kapital Landschaft erreicht in vielen Gegenden des Südschwarzwaldes ähnliche Größenordnungen wie die eines mittelständischen Unternehmens. Wenn hochwertige und gut vermarktete Pfadprojekte dazu beitragen, Marktanteile zu sichern, die Bettenauslastung und das Steueraufkommen zu verbessern, dann kann sich eine entsprechende Investition auch ökonomisch auszahlen.

Aber auch ideelle Ziele legen ein professionelles Vorgehen und gegebenenfalls eine aufwändige Ausstattung vielfach nahe – zum Beispiel ein Naturerlebnispfad am Rande eines sehr wertvollen Naturschutzgebietes, das von vielen Besuchern aufgesucht wird. Ein solches Projekt kann einerseits für die ideellen Werte des Naturerbes sensibilisieren und andererseits die Besucher effektiv in weniger empfindliche Bereiche des Schutzgebietes lenken.





## Potenzial und Umfeld

Ganz anders verhält es sich bei folgendem Beispiel, einem Pfad für eine kleine Anzahl von Liebhabern: Ein engagiertes Mitglied eines Heimatgeschichtsvereins hat die Idee, den Mitgliedern und der interessierten Bevölkerung alte Besiedlungsspuren in einem abgelegenen Waldgebiet zu erschließen. Dieses lokale Kulturerbe soll nicht in Vergessenheit geraten. Hier kann ein selbst kopiertes Faltblatt angemessen sein, das unter Berücksichtigung der in diesem Handbuch zusammengestellten Empfehlungen entworfen wurde. Die Nutzer werden sich über diesen Service freuen. Sie wissen, dass es sich um ein ehrenamtliches Projekt für einen kleinen Personenkreis handelt; dementsprechend werden sie auch über den einen oder anderen kleineren Mangel hinwegsehen.

Das Potenzial eines Pfades, Besucher anzuziehen, spielt demnach eine wichtige Rolle. Ein schlecht erreichbares und „nur“ lokal bedeutsames Natur- oder Kulturphänomen wird weniger Besucher anziehen können und weniger Aufwand rechtfertigen. Wenn die Thematik jedoch viel versprechend ist, kann es sich lohnen, neue Wanderparkplätze einzurichten oder gar einen Wanderbus einzusetzen, um die Erreichbarkeit zu verbessern.

Zum Potenzial gehört auch die Originalität der Thematik, das heißt das Umfeld. Gibt es in der näheren und weiteren Umgebung bereits andere Einrichtungen zum gleichen Thema? Lohnt es sich für die Besucher, den Pfad trotzdem aufzusuchen,

weil die Thematik unter einem neuen, sehr interessanten Blickwinkel behandelt werden kann? Dann empfiehlt sich eine Zusammenarbeit mit den Trägern des ergänzenden Angebots. Aus Konkurrenz wird Partnerschaft beim Marketing (vorausgesetzt bei beiden stimmt die Qualität!).

Jedes Vorhaben ist anders gelagert: Diskutieren Sie ihre Überlegungen über den angemessenen Aufwand mit anderen. Notieren Sie die Einwände der „Bedenken-träger“ und die Ideen der „begeisterten Enthusiasten“ – und werten Sie beides in Ruhe aus. Eventuell können Sie die Alternative „High-End“ oder „Low-Budget“ (oder etwas dazwischen) erst im Laufe der Konzeptionsphase konkreter beantworten.

Für eine innovative Idee, die glaubhaft positive Effekte verspricht, finden sich jedenfalls leichter Geldgeber wie Stiftungen, staatliche Fördermittel oder Sponsoren. Wenn jedoch von vornherein „zu kurz gesprungen“ wird, dann werden sich auch potenzielle Partner und Geldgeber nicht begeistern lassen. Der Finanzbedarf muss aber überzeugend begründet werden. Dabei helfen Ihnen einfache Methoden des Projektmanagements.

$$\text{Potenzial} = \frac{\text{inhaltliche Attraktivität}}{\text{Erreichbarkeit}}$$

## Umfeld

Schwierig:

Ein ähnliches Angebot für die gleiche Zielgruppe besteht bereits in der Umgebung.

Gut:

Es gibt kein ähnliches Angebot, oder bei ähnlicher Thematik ergänzt der neue Pfad das bestehende Angebot durch eine andere Perspektive (Leitidee) und beide kooperieren beim Marketing.

## Praxistipp

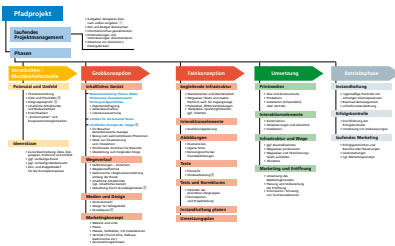
Bereits wenn Sie das Potenzial ermitteln, sollten Sie vorhandene Informationen dokumentieren; Kopieren Sie wichtige Texte und Abbildungen und notieren Sie Quellenangaben sowie Adressen von Experten zum Thema. Das Projektteam wird viele dieser Unterlagen später benötigen.

Halten Sie auch gleich den Bedarf an vertiefenden Recherchen auf einem Merkzettel fest und kalkulieren Sie den damit verbunden Aufwand für die Konzeptionsphase ein.



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.2 Hilfsmittel zum Projektmanagement



Eine Möglichkeit zur Untergliederung von Pfadprojekten in Phasen und Arbeitspakete finden Sie im Anhang

### 5.2.1 Die Übersicht erlangen

Für das Projektteam – insbesondere für den Projektverantwortlichen – ist es wichtig, eine Übersicht über alle Phasen und Arbeitspakete zu erarbeiten. Als Anregung kann Ihnen die Projektübersicht im Anhang dienen. Es empfiehlt sich, dass Sie Ihre eigene Übersicht mit den Kapiteln dieses Handbuchs abgleichen und diese anschließend mit den Teammitgliedern diskutieren. Falls der Plan zu kompliziert und unübersichtlich wird, sollten Sie das Vorhaben in überschaubare Teilprojekte aufteilen.

Auf der untersten Ebene eines Projektstrukturplans werden normalerweise die **Arbeitspakete** dargestellt. Es kann jedoch sinnvoll sein, Unterpunkte oder Hinweise zu den Arbeitspaketen (z.B. Arbeitsschritte) mit in den Plan aufzunehmen (vgl. Anhang). Sie können böse Überraschungen vermeiden, indem Sie sich für jedes Arbeitspaket klar machen, welche Methoden Sie einsetzen möchten. Dann können Sie die konkreten Arbeitsschritte vorausplanen und das notwendige Know-how besser einschätzen.

Methoden sind beispielsweise Literaturlauswertung und Besprechungen. Die meisten Methoden umfassen mehrere Arbeitsschritte zur Vorbereitung, Durchführung und Auswertung oder Ergebnisicherung. So müssen Besprechungen und Experteninterviews vorbereitet werden, indem Termine abgestimmt werden, Fragen und eine Tagesordnung zusammengestellt werden.

Um das für das Arbeitspaket notwendige Budget abschätzen zu können, müssen Sie folgende Fragen klären: Welche Personen verfügen über die notwendigen Kompetenzen oder können sich diese aneignen? Sind diese Personen bereit und in der Lage, neben ihren sonstigen Verpflichtungen ausreichend Zeit in das Projekt zu investieren? Ober benötigen Sie für bestimmte Aufgaben Dittleister? Welche Sachkosten fallen neben Personalaufwendungen zusätzlich an?

Auf der folgenden Seite finden Sie ein Beispiel für ein Arbeitspaket.



# Interpretationsprojekte planen

Arbeitspaket: Inhaltliches Gerüst vorbereiten und festlegen		Nr.: K2
<b>Bearbeiter / Berater / Drittleister / Verantwortlicher:</b> Frau Meyer		
<b>Angestrebte Ergebnisse (mündl. / schriftl.):</b> Präsentation und Diskussion während Workshop: Planungshilfen für Stopps, Vorschläge für Leitidee und Roten Faden schriftlich: Ergebnisprotokoll und inhaltlicher Plan		<b>ok?</b>
zu tun (Vorgänge):	Aufwand (h)/Zeitbedarf (Tage o. Wochen)	Finanzbedarf
• Einarbeiten in die Thematik anhand vorliegender Rechercheergebnisse	10 h / 2 T	
• Geländeaufnahme: je eine Planungshilfe pro Stopp (ca. 8)	12 h / 3 T	150 EUR Reise
• Ergänzende Recherche (grob geschätzt)	6 h / 3 T	30 EUR Literatur
• Vorschläge für Leitidee und Roten Faden ausarbeiten	8 h / 1 T	
• Workshop vorbereiten: Räumlichkeiten und Terminabsprache (Raum in Gemeinde vorhanden) Einladungen Präsentationen erstellen	1 h 2 h / 2 W (vorab) 6 h	6 EUR Porto
• Workshop durchführen (inkl. Anreise):	6 h / 1 T	50 EUR Reise
• Ergebnisse dokumentieren und Protokoll versenden	8 h / 2 T	6 EUR Porto
<b>Benötigte Kenntnisse / Kompetenzen:</b> Interpretations-Know-how: Inhaltliche Strukturierung, Kreative Ideenentwicklung, Fähigkeit Fachpublikationen zu verstehen, Moderationstechniken		
<b>Benötigter Input (was? von wem?):</b> • Ideenskizze (Vorrangige Ziele und Zielgruppen, Potenzial und Umfeld) • Zusammenstellung der vorliegenden Rechercheergebnisse der Fachexperten		
<b>Anlagen (z.B. Planungshilfen, Vereinbarungen, Verträge):</b> Planungshilfe Standorte / Stopps		
<b>Gesamter Zeitbedarf:</b> 59 h / ca. 4 Wochen	<b>Gesamtkosten:</b> 242 EUR ggf. zuzüglich Personalkostenansatz bzw. Honorar	
<b>Geplanter Start:</b> 24. April	<b>Voraussetzung für Arbeitspaket Nr.:</b> K3 (Medienwahl), K8 (Erfolgskontrolle) und K9 (Marketingkonzept)	
<b>Geplanter Abschluss:</b> 25. Mai	<b>Bei Problemen (z.B. Verzögerung) Info an:</b> Projektleiter	

**Tabelle 2:** Beispiel für ein Arbeitspaket. Die Planungshilfe für Arbeitspakete zum Kopieren finden Sie im Anhang.



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.2 Hilfsmittel zum Projektmanagement

**Tabelle 3:**  
Einfacher Ablaufplan für die Konzeptionsphase eines kleineren Pfadprojektes mit Angabe der Verantwortlichen. Die Zeitauern können je nach Komplexität des Projektes und freien Kapazitäten der Bearbeiter beträchtlich variieren.

Der **Ablaufplan** stellt die Start- und Endtermine der Arbeitspakete in ihrer zeitlichen Abfolge entweder tabellarisch oder grafisch dar. Zwischenergebnisse müssen oft zu bestimmten Terminen – den so genannten Meilensteinen – abgeschlossen sein. So ein Meilenstein kann beispielsweise ein Workshop sein, während dem das Erreichte diskutiert wird und definitive Beschlüsse gefasst werden, auf denen die weitere Arbeit aufbaut. Auch der Startworkshop und die Eröffnung des Pfades sind solche Meilensteine.

Damit diese Termine eingehalten werden können, muss die Dauer der Arbeitsschritte beziehungsweise der vollständigen

Arbeitspakete sorgfältig geplant werden. Neben dem vorsichtig(!) geschätzten reinen Arbeitsaufwand in Stunden müssen Sie die Verfügbarkeit der Bearbeiter berücksichtigen. Eine ehrenamtlich mitwirkende Mutter kann sich dem Projekt vielleicht nur vier Stunden pro Woche widmen. Auch Drittleister können nicht beliebig viele Kapazitäten auf einen Auftrag konzentrieren.

In jedem Projekt müssen Sie mit unvorhergesehenen Änderungen und Verzögerungen rechnen. Planen Sie deshalb am Ende der Arbeitspakete beziehungsweise vor den Meilensteinen einen zeitlichen Puffer ein (z.B. 20 % der veranschlagten Dauer).

Arbeitspakete und ◊ Meilensteine	Monat 1	Monat 2	Monat 3	Monat 4	Monat 5	Monat 6	Monat 7
Vergabe von Aufträgen – Startworkshop vorbereiten	Projektleiter						
◊ <b>Startworkshop</b>	Datum ◊						
Inhaltliches Gerüst ausarbeiten		Interpret / Fachexperten					
Wegverlauf (Varianten) klären		Interpret / Wanderverein					
◊ <b>Workshop: Beschluss inhaltliches Konzept und Route</b>			Datum ◊				
Medienmix, Grundlayout und Design konzipieren			Interpret / Grafiker				
Marketing konzipieren			Interpret / Touristiker				
Begleitende Infrastruktur planen			Gemeinde				
Abstimmung mit Betroffenen, Behörden und Förderern		Projektleiter					
◊ <b>Workshop: Beschluss Gesamtkonzept</b>				Datum ◊			
Texte verfassen und Abbildungen erstellen					Interpret / Grafiker		
Tests und Korrekturen						Interpret / ...	
Instandhaltung planen						Gemeinde	
Umsetzung planen						Projektleiter	
◊ <b>Konzeption überreicht</b>							Datum ◊



## 5.2.2 Aufgaben und Rollen im Projektteam

Für eine fruchtbare Zusammenarbeit ist es sehr wichtig, dass sich alle Beteiligten von Beginn an ihrer Rolle im Gesamtprojekt bewusst sind. Jedes Teammitglied trägt zum Gelingen des Ganzen bei. Ein und dieselbe Person kann dabei zugleich mehrere Rollen übernehmen. Im Ausnahmefall kann ein Projekt sogar von einer Person allein konzipiert und umgesetzt werden.

### Projektverantwortlicher

Eine Person in verantwortlicher Stellung in der Trägerorganisation (z.B. der Gemeinde, einem Verein, einer Behörde) trägt in der Regel die Gesamtverantwortung für das Pfadprojekt. Innerhalb der Trägerorganisation muss geklärt sein, inwieweit diese Person befugt ist, unter Umständen über Änderungen der Ausrichtung des Projektes zu entscheiden oder welche weiteren Personen in solche Entscheidungen einzubeziehen sind.

### Projektleitung (-koordination)

Bei der Projektleitung laufen alle Fäden zusammen; sie hat den Überblick über das Ganze und aktualisiert die Planung (Projektübersicht, Arbeitspakete, Ablaufplan) je nach Fortschritt. Die Leitung organisiert Workshops und Besprechungen, ist für den Informationsfluss zuständig, bereitet Entscheidungen vor und dokumentiert sie. Die Projektleitung muss auch dafür sorgen, dass die Abstimmung mit Genehmigungsbehörden, Anliegern und anderen Personen, deren Interessen durch das Vorhaben tangiert werden, frühzeitig erfolgt.

### Interpretation

Der Interpret ist für die zielgruppen-gerechte Auswahl und Aufbereitung der Inhalte zuständig. Kreative Lösungen müssen erarbeitet werden, die sowohl dem Potenzial der Phänomene entlang der Route als auch den Zielsetzungen des Projektes gerecht werden. Hierfür müssen Interpreten eng mit den Fachexperten für die Inhalte kooperieren. Sie prüfen Layout- und Designvorschläge für Schautafeln, Printmedien und interaktive Elemente auf ihre Eignung für die Zielgruppen. Im weiteren Projektverlauf werden die Texte ausgearbeitet und Vorgaben für Illustrationen und Fotos erstellt.

### Fachexperten für Inhalte

Je nach Thematik sind Biologen, Geographen, Förster, Historiker, Archäologen und Geologen wichtig, die die Verhältnisse vor Ort gut kennen. Sie stellen dem Interpreten Auszüge aus ortsbezogenen Studien sowie aus wichtigen Publikationen zur Verfügung und schätzen deren fachliche Qualität ein. Kreative Ideen werden oftmals im Gespräch zwischen Fachexperten und Interpreten geboren. Später müssen die Experten die Text- und Zeichnungsentwürfe auf ihre fachliche Richtigkeit prüfen.

### Grafiker und Designer

Diese Gruppe ist sowohl für Kreativarbeiten zuständig als auch für technische Beratung in Bezug auf Druck, Produktion und Installation von Schautafeln, Gestellen und interaktiven Elementen. Da die technische Entwicklung vor allem im Druckbereich



**Abbildung 35:**  
Projektleiter, Interpret,  
Fachexperten, Touristiker,  
Gemeindevertreter und  
Grafiker beim Arbeitstreffen



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.2 Hilfsmittel zum Projektmanagement

sehr schnell voranschreitet, sollten Sie sich diesbezüglich nicht auf mehrere Jahre alte Handbücher verlassen.

### Techniker, Baufachleute und Handwerker

Sie werden vor allem für die Ausführungsplanung, die Produktion und die Installation benötigt, meist aber nicht in das eigentliche Projektteam integriert. Innerhalb des Teams muss jedoch geklärt sein, wer welche technisch-handwerklichen Leistungen betreut.

### Weitere zu beteiligende Institutionen

Tourismus, Kommunen, Genehmigungsbehörden, interessierte Vereine und Verbände können offizielle oder informelle Projektpartner sein. Sie bringen sich manchmal aktiv in das Vorhaben ein und müssen möglicherweise in Entscheidungsprozesse einbezogen werden. Anlieger und Grundeigentümer, aber auch Vertreter öffentlicher Belange wie Forst, Naturschutz- oder Denkmalschutzbehörden müssen frühzeitig eingebunden und auf dem Laufenden gehalten werden (vgl. Kap. 7.1).

### 5.2.3 Projektsteuerung

Wichtig ist, dass alle Beteiligten ihre Rolle verstehen und akzeptieren. Die Aufgabenteilung und die Verantwortlichkeiten müssen deshalb frühzeitig geklärt werden (z.B. beim Startworkshop).

Zunächst muss die Projektleitung regelmäßig (z.B. einmal monatlich oder wöchentlich) darüber informiert werden, ob bei

den Arbeitspaketen alles nach Plan läuft. Es empfiehlt sich, klar zu vereinbaren, dass die Bearbeiter den Projektleiter von sich aus über Verbesserungsvorschläge, neue Ideen oder unerwartete Verzögerungen informieren müssen – wenn möglich gleich mit Lösungsvorschlägen.

Um Missverständnisse und Konflikte frühzeitig zu erkennen, hat es sich bewährt, Ergebnisse von Besprechungen zu protokollieren. Die Teilnehmer müssen die Gelegenheit erhalten, Protokolle zeitnah zu präzisieren oder zu ergänzen. Auch Vertragsänderungen mit Drittleistern – zum Beispiel geänderte oder zusätzliche Aufgaben – sollten schriftlich erfolgen. Projektverantwortliche und -leiter müssen auch die rechtlichen Fragen im Zusammenhang mit der Planung, der Umsetzung und dem laufenden Betrieb ihres Angebots überblicken.

Nicht zuletzt ist es Aufgabe der Projektsteuerung, eine positive Stimmung im Team zu fördern. Überschießende Begeisterung und unrealistische Erwartungen müssen manchmal „auf den Boden der Tatsachen“ zurückgeholt werden – bevor sie in Enttäuschung umschlagen. Konstruktive Kritik ist manchmal nötig, Lob immer. Kritik sollte allerdings stets an der Sache argumentieren und nicht die Person verletzen. Die Motivation bleibt erhalten, wenn immer wieder greifbare Zwischenergebnisse sichtbar werden.

**§** Hinweise zu rechtlichen Fragen finden Sie in Kapitel 7.



## 5.3 Von der Idee zur Eröffnung

Die Vorüberlegungen geben dem Pfadprojekt bereits erste Konturen, die in einer Ideenskizze festgehalten werden können. Die erarbeitete Projektstruktur mit Arbeitspaketen und Überlegungen zum Projektteam versetzt Sie in die Lage, gegebenenfalls für die nächste Phase Zuschüsse zu beantragen.

Bei größeren Vorhaben ist es oft sinnvoll, das Projekt nach der Ideenfindung in eine Konzeptions-, eine Umsetzungs- und eine Betriebsphase zu untergliedern. Das im Folgenden dargestellte Vorgehen gemäß der Übersicht im Anhang ist nur ein Vorschlag, der Sie zu eigenen Überlegungen für Ihr Projekt anregen soll.

### 5.3.1 Vorarbeiten und Machbarkeitsstudie

#### Potenzial und Umfeld

Die Initiatoren neuer Pfadprojekte verfügen in aller Regel über eine Vorstellung davon, welche Objekte und welche Themen für ein Freizeitpublikum aufbereitet werden sollen. Auch wenn die eigene Begeisterung groß ist, sollte man sich doch bereits in einem frühen Stadium fragen, wie groß das Potenzial ist, um Besucher anzuziehen (vgl. Kap. 5.1.2). Dabei spielt neben der Attraktivität der Objekte und der Themen vor allem auch die Erreichbarkeit eine wichtige Rolle. Schließlich sollte man sich vergegenwärtigen, ob und wie andere Orte ähnliche Themen bereits freizeittgerecht aufbereitet haben. Vor diesem Hintergrund

kann besser eingeschätzt werden, welche Ziele realistisch und welche Zielgruppen erreichbar sind.

#### Ziele und Zielgruppen

In der Praxis tritt immer wieder das Problem auf, dass sich das Projektteam nicht darüber im Klaren ist, welche Ziele mit dem Vorhaben erreicht werden sollen. Unterschiedliche Akteure verfolgen manchmal verschiedene Zielsetzungen, ohne dass ihnen dies bewusst wird (vgl. Kap. 1.3). Die Planungshilfe zu Zielsetzungen und Prioritäten im Anhang sollte deshalb gemeinsam mit den entscheidenden Akteuren ausgefüllt werden. Es ist auch sinnvoll, sich zu fragen, welche Zielsetzungen potenzielle Geldgeber mit einer Förderung des Vorhabens verfolgen und wo es entsprechende Gemeinsamkeiten gibt.

Bei der Erstellung des Zielgruppenprofils sollten Sie sich zunächst fragen, wer bereits jetzt das Gebiet des geplanten Pfades in der Freizeit aufsucht und für welche Gruppen das Angebot interessant ausgestaltet werden kann. Eventuell soll das Projekt auch neue Gruppen ansprechen, die in der Region bislang nur wenige Angebote vorfinden. Schließlich benötigen einige Gruppen besondere Bedingungen, beispielsweise bezüglich der Wegbeschaffenheit oder der begleitenden Infrastruktur. Diese Anforderungen müssen in der weiteren Planung berücksichtigt werden.



**Abbildung 36:** ein Ort mit großem Interpretations-Potenzial: die Donauquelle bei Furtwangen.



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.3 Von der Idee zur Eröffnung

Die Förderrichtlinie des Naturparks Südschwarzwald finden Sie auf der Naturpark Website:

[www.naturpark-suedschwarzwald.de](http://www.naturpark-suedschwarzwald.de)

### Ideenskizze und Förderantrag

Die Ideenskizze bildet die Grundlage für die weitere Konzeption und Umsetzung. Neu hinzukommende Teammitglieder und Drittleister können sich anhand der Ideenskizze schnell über die wesentlichen Eckpunkte des Projektes informieren. Dies gilt auch für potenzielle Förderstellen. Eine attraktive Ideenskizze kann als Anlage zu Förderanträgen oder Sponsorenanfragen beigelegt werden.

Für beide Zwecke gilt: Auf wenigen, locker gestalteten und möglichst bebilderten Seiten beantwortet die Ideenskizze als Ergebnis der Vorbereitung folgende Fragen:

- **Warum?** Warum wollen der Initiator und der Träger des Projektes einen neuen Themen- oder Erlebnispfad realisieren? Welche Ziele sind prioritär? (vgl. Kap. 1.3 und Planungshilfe)
- **Was?** Was soll der Pfad thematisieren? Was sind die Potenziale und was ist neu im Vergleich zu schon existierenden Angeboten? (vgl. Kap. 3.2.1)

- **Für wen?** An welche Zielgruppen soll sich das Angebot vorrangig wenden? Beabsichtigen Sie, auch spezielle Zielgruppen zu berücksichtigen, für die es bislang nur wenige Angebote gibt? (vgl. Kap. 3.1.2 und Planungshilfe)
- **Wo?** Liegt die Route schon fest oder wird erst im Laufe der Konzeption über die definitive Route entschieden?
- **Wie?** Soll ein moderner Lehrpfad, ein Themenweg oder ein Erlebnispfad konzipiert werden; welcher didaktische Ansatz liegt zugrunde; gibt es bereits Überlegungen zum Medienmix? (vgl. Kap. 2.2.3 und 5.1)
- **Wer und wann?** Wer wird am Projekt beteiligt (ehrenamtliche Mitarbeiter, Bevölkerung, Fachbehörden, professionelle Drittleister)? Bis wann sollen die verschiedenen Phasen abgeschlossen sein? (vgl. Kap. 5.2)

Es macht nichts, wenn einige Fragen zu Beginn noch nicht definitiv beantwortet werden können, weil manche Entscheidungsgrundlagen erst im Laufe der Konzeptionsphase erarbeitet werden.





## 5.3.2 Grobkonzeption

### Startworkshop

In der Regel empfiehlt es sich, einen Startworkshop durchzuführen, der das Team auf das Projekt einstimmt, die Verantwortlichkeiten klärt und das weitere Vorgehen unter den Beteiligten abstimmt.

Nach einer Vorstellungsrunde – falls sich die Beteiligten noch nicht alle kennen – können die **Ziele** des Pfadprojektes gemeinsam **konkretisiert** werden. Konkrete, gegebenenfalls nach verschiedenen Zielgruppen differenzierte Lern-, Werturteils- und Verhaltensziele bilden die Richtschnur für die weitere Arbeit und sind die Basis einer fundierten Erfolgskontrolle. Eine Erfolgskontrolle ist vor allem für größere Pilotvorhaben wichtig, die eine Vorbildfunktion übernehmen und übertragbare Erkenntnisse liefern sollen.

Gemeinsam mit dem Team sollten Sie den Ablaufplan und die Meilensteine rekapitulieren. Die Teammitglieder können aktiv beteiligt werden, indem sie aufgefordert werden, Risiken für den Projektverlauf zu nennen. In einem weiteren Schritt können dann Strategien zur Risikovermeidung und zur Minderung negativer Auswirkungen besprochen werden.

Es ist wichtig, dass die Projektleitung mit den Teammitgliedern die **Aufgabenbereiche, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten** abgrenzt sowie einen Konsens über die **Regeln der gegenseitigen Information** herstellt (vgl. 5.2.3). Nach der gemeinsamen Risikoanalyse werden die beteiligten Akteure die Notwendigkeit solcher Vereinbarungen verstehen.

### Inhaltliches Gerüst konzipieren

In den vorangehenden Kapiteln wurde immer wieder deutlich, dass der Erfolg besucherorientierter Interpretation ganz wesentlich von der Auswahl und der Organisation der Inhalte abhängt. Um das inhaltliche Gerüst zu erarbeiten, greifen Recherche, kreative Ideenentwicklung und Ausarbeitung der einzelnen Stopps ineinander.

- Recherchen und Geländeaufnahmen

Teammitglieder, die sich mit der jeweiligen Thematik noch nicht gut auskennen, müssen sich zunächst einen Überblick verschaffen. Hierfür ist auf die Region bezogene Übersichtsliteratur besonders gut geeignet (z.B. Ortschroniken, vgl. Kap. 3.2.1).

Oft sind Experten für die jeweilige Thematik bereit, eine gemeinsame Ortsbegehung durchzuführen. Die Planungshilfe „Standorte / Stopps“ im Anhang, kann bereits während einer solchen Begehung teilweise ausgefüllt werden. Es empfiehlt sich nachzuhaken, was an der Geschichte des jeweiligen Objektes besonders bemerkenswert ist und was davon wahrnehmbar ist. Darüber hinaus sollten die Teilnehmer sofort nachfragen, wenn sie etwas nicht verstehen. Solche Fragen lösen oftmals Diskussionen aus, in deren Verlauf erst deutlich wird, was am jeweiligen Stopp für die Besucher relevant sein könnte.

Stammt der Interpret selbst aus dem Gebiet und kennt die Route bereits gut, sollte eine orts- und fachfremde Person an der Begehung beteiligt und aktiv in die Diskussionen einbezogen werden.

### Beispiele für konkretisierte, überprüfbare Ziele:

\_\_\_ % der Besucher aus der Zielgruppe \_\_\_ sollen nach dem Pfadbesuch wissen, dass \_\_\_ (Lernziel)

\_\_\_ % der Besucher aus der Zielgruppe \_\_\_ sollen nach dem Pfadbesuch gut finden, dass \_\_\_ (Werturteils-Ziel)

\_\_\_ % der Besucher sollen während des Pfadbesuchs Folgendes tun bzw. unterlassen (Verhaltensziel)

Die Ziele sollten auch realistisch sein: Beispielsweise sind generelle Verhaltensänderungen im Alltag allein infolge eines Pfadbesuchs recht selten und kaum überprüfbar.

Planungshilfen für übergeordnete Ziele, für das Zielgruppenprofil sowie für die Geländeaufnahme der Standorte und Stopps befinden sich im Anhang.



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.3 Von der Idee zur Eröffnung



**Abbildung 37:**  
Metaplanmethode – Ordnen  
der im Brainstorming  
gesammelten Ideen.

Während des Geländetermins zeigt sich häufig, dass bestimmte Fragen erst durch eine vertiefende Recherche beantwortet werden können. Vor allem wenn die Interpretation von einem Drittleister erarbeitet wird, können erhebliche Kosten gespart werden, indem das Rohmaterial bereits vorsortiert zur Verfügung gestellt wird. Wenn es nicht möglich ist, das vorhandene Wissen zu den Objekten und Themen zusammenzustellen, müssen entsprechende Zusatzkosten für die Recherche und die Einarbeitung in die Thematik im Projektbudget einkalkuliert werden.

- Leitidee für die gesamte Route

Wenn die Besonderheiten der Objekte entlang der vorgesehenen Route sowie die damit verbundenen Themen aufgearbeitet sind, beginnt die Kreativarbeit: Eine **übergreifende Leitidee** für die gesamte Route muss gefunden werden und für jeden einzelnen Stopp ist die wesentliche Aussage zu klären, die bei den Besuchern ankommen soll und an die wahrnehmbaren Phänomene anknüpft (vgl. Kap. 4.1.1).

Manchmal liegt eine wesentliche Aussage für einen Stopp nahe, doch oft gibt es viele verschiedene – mehr oder weniger interessante – Möglichkeiten. Die Herausforderung besteht darin, dass die Aussagen der einzelnen Stopps einerseits zur übergeordneten Leitidee und andererseits mit den jeweils vor Ort wahrnehmbaren Phänomenen in Beziehung stehen müssen.

Für die Ideenentwicklung im Team empfehlen sich Brainstorming und Kärtchen-

methoden (z.B. Metaplan). Wenn es schwierig wird, eine übergreifende Leitidee zu finden, können Sie in einem ersten Schritt zur Thematik passende Schlagworte sammeln; Für Schlagworte, die in die engere Wahl genommen werden, können dann jeweils mehrere mögliche Leitideen formuliert werden (vgl. Kap. 4.1.2). Das gleiche Verfahren können Sie für die Ideenfindung zu den zentralen Aussagen der Stopps verwenden.

Während dieser Ideenfindungsphase können Sie auch überlegen, ob eine **Leitfigur** als zusätzliches, verbindendes Element zwischen den Stopps hilfreich wäre. Eine zur Thematik passende Leitfigur für Kinder ist beispielsweise der Wichtel auf dem Wichtelpfad am Feldberg. Erwachsene könnten von einer fiktiven oder realen historischen Persönlichkeit von Stopp zu Stopp begleitet werden. Überlegungen zur Leitfigur und zur Leitidee gehen meist Hand in Hand.

- Inhaltliches Konzept  
der Stopps ausarbeiten

Grundlagen für die inhaltliche Konzeption der einzelnen Stopps sind die **wahrnehmbaren Phänomene**, in Verbindung mit der wesentlichen Aussage, die den Besuchern vermittelt werden soll, sowie der Bezug des Stopps zur übergreifenden Leitidee.

Im nächsten Schritt gilt es, mögliche **Bezüge zu den Besuchern** zu ermitteln, an die sie anknüpfen können (vgl. Kap. 4.3.1).



Zum inhaltlichen Konzept gehört auch die Auswahl geeigneter **Abbildungen**. Das können Reproduktionen von historischen Fotos, Zeichnungen oder Gemälden sein. Oft empfiehlt es sich, Illustrationen neu zu entwerfen, um die speziellen Zusammenhänge am Standort anschaulich zu visualisieren. Zeichnungen, die das Wesentliche betonen, sind in der Regel viel schneller erfassbar als verbale Beschreibungen. Aber Achtung: Zu viele Abbildungen oder zu komplexe Zeichnungen können die Besucher genauso überfordern wie zu viel Text. Ein größeres Bild pro Tafel oder zwei bis drei etwas kleinere reichen oft aus.

Für **Erlebnispfade** sollten Sie für jeden Stopp prüfen, wie die Besucher aktiv werden oder über andere Sinne als den Sehsinn angesprochen werden könnten. Gibt es im Zusammenhang mit der Thematik des Stopps besondere Gerüche, Geräusche, Tasterlebnisse, die gegebenenfalls nicht im Original wahrnehmbar sind? Dann könnten Sinnesstationen in das inhaltliche Konzept integriert werden. Manchmal lassen sich Zusammenhänge anhand von interaktiven Modellen, kleinen Experimente, die die Besucher selbst durchführen können, oder spielerischen Aktionen erfassen. Für alle diese Einrichtungen gilt: Sie können das angestrebte Erlebnis dann (und nur dann) intensivieren, wenn sie in einem sinnvollen Bezug zur wesentlichen Botschaft des Stopps beziehungsweise zur Leitidee stehen.

Das gesamte inhaltliche Material sollte nun in eine vorläufige Abfolge gebracht werden, die geeignet ist, einen kleinen **erzählerischen Bogen** zu spannen (vgl.

Kap. 4.1.3). Jeder Gedanke kann durch eine Überschrift zusammengefasst werden. Wenn nun noch Überleitungen zum Thema des nächsten Stopps gefunden werden, steht das inhaltliche Gerüst. Es bildet die Grundlage für das Texten und die Zeichnung von Illustrationen.

In der Regel wächst der inhaltliche rote Faden erst im Laufe der Beschäftigung mit der Route und der Thematik. Aus der Fülle des Materials muss am Ende manches unberücksichtigt bleiben, um die zentralen Aussagen der Stopps und die Leitidee nicht zu verwässern – vor allem jedoch, um die Besucher nicht zu überfordern. Die Erfahrung zeigt, dass die übergreifende Leitidee für den Pfad im Verlauf dieses Prozesses – manchmal sogar mehrfach – überarbeitet und präzisiert werden muss.

## Wegverlauf

Parallel zur Erarbeitung des inhaltlichen Konzepts muss die **Eignung der Route** im Hinblick auf die anvisierten Zielgruppen überprüft werden (vgl. Kap. 4.4). Bestehen Gefährdungen für die Zielgruppe? Müssen Sicherungsmaßnahmen ergriffen werden und wären diese finanziell tragbar? Ist der Wegverlauf aus ökologischer und denkmalschützerischer Sicht uneingeschränkt nutzbar oder könnte eine Zunahme des Publikumsverkehrs unerwünschte Folgen für gefährdete Arten oder empfindliche Denkmäler nach sich ziehen? Um diese Fragen abzuklären, empfiehlt es sich, frühzeitig Kontakt mit den zuständigen Fachbehörden aufzunehmen.



**Abbildung 38:**  
Weniger ist manchmal mehr:  
Zu viele Abbildungen können  
den Blick auf das Wesentliche  
verstellen.



## 5 » Interpretationsprojekte planen

### 5.3 Von der Idee zur Eröffnung

Bitte kontaktieren Sie wegen der Einbindung des Weges in das bestehende Orientierungssystem die Hauptgeschäftsstelle des Schwarzwaldvereins:  
Tel. 07 61 / 38 05 30



Abbildung 39: Naturbelassene Wanderwege vermitteln das Gefühl in der Natur unterwegs zu sein.

Wichtige Hinweise zur barrierefreien Gestaltung von Wegen finden Sie im Internet unter [www.natur-fuer-alle.de](http://www.natur-fuer-alle.de) sowie im Leitfaden **Barrierefreies Bauen 3**

Die neue Route sollte in das vorhandene **Netz markierter Wanderwege** integriert werden. Soweit möglich sollten deshalb bereits markierte Wanderwege genutzt werden. Doch die thematisierten Objekte liegen manchmal an unmarkierten Wegen. In seltenen Fällen kann es sogar vorkommen, dass ein Lückenschluss im Wegenetze sinnvoll ist.

Sobald noch nicht markierte Wegstrecken benötigt werden, müssen diese mit den markierten Wanderwegen vernetzt werden. Gemeinsam mit dem für die Markierung zuständigen Wanderverein sollte geprüft werden, ob ein bereits bestehender Parallelweg auf die neue Route verlegt werden kann, ob der Wegabschnitt zusätzlich in das Netz markierter Wanderwege aufgenommen wird oder ob ein kurzer Abschnitt nur durch Themenweg-Wegsweiser gekennzeichnet wird. Gegebenenfalls müssen für die Erweiterung oder Veränderung des Wegenetzes neue Wegweiserstandorte eingerichtet und die bestehende Beschilderung geändert werden.

Auch die **Wegbeschaffenheit** ist ein wichtiges Kriterium. Spaziergänger nehmen breite Wirtschaftswege gerne an, weil sie nebeneinander gehen und sich dabei gut unterhalten können. Für Wanderer sind längere Asphaltstrecken jedoch eine Zumutung. Sie bevorzugen naturnahe Fußpfade und empfinden bereits geschotterte land- oder forstwirtschaftliche Wirtschaftswege als wenig attraktiv. Vor allem bei Naturerlebnispfaden muss auch das ästhetische Naturerleben auf den Wegstrecken mit berücksichtigt werden. Auf einer Forststraße fühlt man sich nicht in gleicher Weise in der Natur wie auf einem kurvigen Pfad mit

wurzeldurchzogenem, weichem Waldboden und anstehendem Gestein. Andererseits ist der naturnahe Pfad für Personen, die in ihrer Bewegungsfreiheit eingeschränkt sind, Personen mit Kinderwagen oder Gehbehinderung, möglicherweise nicht nutzbar, in diesem Sinne also nicht barrierefrei.

Des Weiteren müssen Sie bei der Entscheidung über Routenvarianten auch die **Projektziele** mit berücksichtigen. Lassen sich beispielsweise potenzielle Kunden an landwirtschaftlichen Direktvermarktern oder an Gasthöfen vorbeiführen – ohne dass in Bezug auf die Attraktivität von Wegführung und Stopps Kompromisse eingegangen werden müssen, die den Gesamterfolg schmälern?

Bei der Entscheidung für eine Routenvariante spielt schließlich die Attraktivität der möglichen Stopps entlang verschiedener Varianten eine wesentliche Rolle. Ein etwas weniger ansprechender Wegabschnitt wird in Kauf genommen, wenn er zu staunenswerten Attraktionen führt.

Nicht zuletzt müssen Routenführung und die Standorte der Stopps mit den Anliegern abgestimmt werden. In diesem Zusammenhang sind vor allem Fragen der Haftung und der Verkehrssicherungspflicht zu klären (vgl. Kap. 7.3). Die **Grundeigentümer** müssen damit einverstanden sein, dass ihr Grundstück für einen neuen Lehr-, Erlebnis- oder Themenweg genutzt wird. In einem Gestattungsvertrag kann in diesem Zusammenhang geregelt werden, dass beispielsweise die Gemeinde die Verkehrssicherung übernimmt (vgl. Kap. 7.1 und Vorlage für einen Gestattungsvertrag im Anhang).



Als Zwischenergebnis wird die Route festgelegt. Das inhaltlich-didaktische Interpretationskonzept entlang der gewählten Route sollte schließlich mit dem gesamten Kernteam diskutiert und vom Projektverantwortlichen abgenommen werden.

## Medien und Design

Die Wahl der geeigneten Medien (vgl. Kap. 2.2.3) hängt zunächst von der Situation vor Ort sowie dem Spektrum der Zielgruppen ab (vgl. Kap. 3.1.2). Neben dem „Standardangebot“ können spezielle Zielgruppen auch durch spezielle Medien angesprochen werden: MP3-Audiodateien, die ein an Jugendlichen ausgerichtetes, ergänzendes Angebot bereithalten oder eine Spezialbroschüre für fachlich besonders Interessierte beziehungsweise für fremdsprachige Nutzer. Dabei ist allerdings immer zu bedenken, dass entsprechende Medien auch an Wochenenden problemlos vor Ort erhältlich sein müssen.

Die Planungshilfe „**Grafische Gestaltung**“ im Anhang enthält viele Gesichtspunkte, die Sie in Besprechungen mit dem Grafiker zum Corporate Design und Grundlayout zugrunde legen können. Das Corporate Design muss auch auf Marketingmaterialien ausgedehnt werden können. Wichtig: Achten Sie darauf, dass Ihnen die Grafiker und Designer ausreichende Nutzungsrechte überlassen (vgl. Kap. 7.2).

Im Zusammenhang mit dem Corporate Design sollte auch der **Illustrationsstil** festgelegt werden. Die Möglichkeiten reichen von überarbeiteten Fotos oder einfachen Strichzeichnungen bis hin zu dreidimensio-

nalen, farbigen Blockbildern oder gemalten „Lebens-Szenen“. Führt eine Leitfigur durch die Thematik, dann sollte in diesem Stadium der Projektentwicklung der Prototyp mit einer oder zwei Posen entwickelt werden.

Sorgfalt ist auch bei der Wahl der **Drucktechniken** sowie **Materialien** für Gestelle und interaktive Elemente geboten: Der technische Fortschritt ist in diesem Feld teilweise rasant: Bei Vergleichsangeboten sollten Sie darauf achten, dass die Materialien widerständig gegen Witterungseinflüsse (Regen, Luftfeuchtigkeit, Sturm, Sonneneinstrahlung, Gefrieren im Winter) sind. Beim Verschleiß ist nicht nur die bestimmungsgemäße Nutzung zu beachten. Vielmehr müssen Sie davon ausgehen, dass ihre Installationen von Kindern und Jugendlichen als Turngeräte zweckentfremdet werden. Schließlich müssen Sie die Gefahr von Vandalismus in Form von Verkratzen, Sprays, Schießen oder ähnlichem abschätzen.

Falls Sie Ihren Pfad mit dreidimensionalen Modellen und interaktiven Elementen ausstatten, müssen Sie Skizzen und Funktionsbeschreibungen entwerfen, die als Grundlage für die Feinplanung dienen können. Da sich gute Erlebnispfadelemente auf den Standort und die thematische Aussage beziehen, handelt es sich oft um Unikate. Man kann sich folglich nicht immer auf vorhandene Beispiele stützen. Die „Machbarkeit“ muss unter Berücksichtigung des finanziellen Budgets abgeklärt werden.

Wichtige Hinweise zur barrierefreien Gestaltung von Schautafeln finden Sie im Internet unter [www.natur-fuer-alle.de](http://www.natur-fuer-alle.de)



**Abbildung 40:** Ferdinand, der Postbote im Wichtelwald. Hier in der gezeichneten Version – Ausschnitt aus einer Klapptafel des Wichtelpfads am Feldberg (vgl. Abb. 23, S. 25: dieselbe Leitfigur als 3-D-Objekt in einer figürlichen Inszenierung).



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.3 Von der Idee zur Eröffnung



**Abbildung 41:**  
Die Fertigstellung des neuen Pfades ist ein Anlass zum Feiern. Nicht nur wegen des Marketing-Effekts, sondern auch als Dank an ein engagiertes Team.

### Marketingkonzept

Schon in der Konzeptionsphase muss das Marketing geplant werden, damit entsprechende Zeit- und Geldressourcen in der Umsetzungs- und der Betriebsphase bereit stehen. Das Marketing sollte bei den vorrangigen Zielgruppen Aufmerksamkeit erregen und Interesse wecken – aber nicht bereits alle Aha-Effekte des Themenwegs vorwegnehmen. Aus diesem Grund sollte man beispielsweise nicht die vollständigen Schautafeln oder Broschüren zum Download im Internet anbieten. Die potenziellen Besucher sollen ja animiert werden, die Themen vor Ort zu entdecken.

Wenn es gelungen ist, Interesse zu wecken, muss das Marketing die wichtigsten Informationen zu Anreise, Parkmöglichkeiten, Weglänge, Eignung für spezielle Zielgruppen und gegebenenfalls Bezugsmöglichkeiten für Broschüren für die Besucher bereithalten. Beispiele für Elemente eines Marketing-Mix:

- Internetauftritt, beispielsweise auf den Seiten des regionalen Touristikbüros. Bitten Sie die Betreiber geeigneter Websites, Links auf Ihre Seite zu setzen.
- Attraktives Info-Faltblatt und Plakate für örtliche und regionale Leistungsträger im Tourismus sowie für die umliegenden Rathäuser.
- Darstellung im Image-Prospekt der Tourismus-Destination.
- Publikumswirksame Eröffnungsfeier mit Prominenten aus der Region.
- Veranstaltungen im Zusammenhang mit der Themenroute. So erregen Sie auch nach der Eröffnung Aufmerksamkeit.

- Pressemitteilungen und Reportagen in Tageszeitungen, Zeitschriften, im Rundfunk. Über größere Projekte berichten auch regionale Fernsehsender.
- Innenmarketing. Die im Tourismus Tätigen müssen informiert werden, wie sie den Pfad als touristische Attraktion bekannt machen können.

Achtung: Die Werbung darf niemals Erwartungen wecken, die dann nicht erfüllt werden. Wenn ein Angebot als Erlebnispfad beworben wird, dann erwarten die Besucher in der Regel auch Interaktionselemente. Finden sie dann nur Schautafeln vor, werden ihre Erwartungen enttäuscht – selbst wenn die Tafeln sehr gut gemacht sind. Aus demselben Grund sollte der sprachliche Stil der Werbung zu dem der Interpretation passen. Sprachliche Versatzstücke wie „Erlebnis pur“ passen beispielsweise nicht zu einem Themenpfad, der vielschichtige Einblicke in den Wandel der Schwarzwaldlandschaft und die Lebenswelt der Einheimischen bietet. Inadäquates Marketing kann den Erfolg eines sehr guten Projektes stark schmälern.

Es empfiehlt sich deshalb, Marketing-spezialisten in das Projekt einzubeziehen. Sie legen ihrer Arbeit die Zielsetzung und das Zielgruppenprofil ebenso zu Grunde, wie die inhaltlichen Highlights sowie den sprachlichen und gestalterischen Stil des Angebotes. Als Spezialisten bieten sie Unterstützung bei der Zusammenstellung des richtigen Marketing-Mix und bei der Wahl eines dem Angebot entsprechenden sprachlichen und grafischen Duktus der Werbemaßnahmen.



## Beschluss des Grobkonzepts

Im Grobkonzept werden der Wegverlauf, das inhaltliche Gerüst, die Interpretationsmedien, das Corporate Design, die begleitende Infrastruktur und der Marketingmix dargestellt. Dies kann in schriftlicher Form erfolgen oder im Zuge einer Präsentation während eines Workshops (oder einer Sitzung des Kernteams). Ein förmlicher Beschluss über das Grobkonzept ist ein wichtiger Meilenstein, auf dem die weitere Arbeit aufbauen kann.

## 5.3.3 Feinkonzeption

Im Zuge der Feinkonzeption werden die verschiedenen Elemente des Pfadprojektes so weit ausgearbeitet, dass sie anschließend produziert und installiert werden können. Was im Folgenden zur Auswahl und Erstellung von Texten und Abbildungen ausgeführt ist, bezieht sich nicht nur auf die eigentliche Interpretation mittels Schautafeln oder Broschüren, sondern auch auf das Marketingmaterial (Faltblätter, Internetauftritt etc.).

## Orientierungssystem und begleitende Infrastruktur

Karten auf Orientierungstafeln und in Faltblättern bieten einen Gesamtüberblick über den Themen- oder Erlebnisweg. Zusätzlich sollten Wegweiser an jeder Wegkreuzung eindeutig anzeigen, in welche Richtung man weitergehen muss. Für die Gestaltung und die Beschriftung der Wegweiser sowie die Unterwegsmarkierung sind im Schwarzwald die Vorgaben des

Schwarzwaldvereins zu beachten. Auch wenn eine bevorzugte Laufrichtung angegeben wird, sollte der Weg in beiden Richtungen problemlos zu finden sein.

Wird der Weg mit Schautafeln ausgestattet, sollte am Ausgangspunkt beziehungsweise an den Ausgangspunkten eine Eingangstafel mit Übersichtskarte und Informationen zur Wegbeschaffenheit und Weglänge aufgestellt werden. Möglicherweise existiert bereits eine Orientierungstafel des Schwarzwaldvereins. Eventuell kann die Route in dieser Karte ergänzt werden. An jeder Kreuzung zeigen Wegweiser die Richtung des Weiterwegs an. Gemäß dem Markierungssystem des Schwarzwaldvereins sind für Themenwege individuelle Wegzeichen oder -namen auf pfeilförmigen Wegweisern in Normgröße vorgesehen.

Wird als Interpretationsmedium eine Begleitbroschüre oder ein Faltblatt gewählt, dann sollte die Übersichtskarte in die Broschüre aufgenommen werden. Eine Übersichtstafel am Ausgangspunkt kann trotzdem sinnvoll sein, wenn man die Broschüre in der Nähe – auch an Wochenenden – beziehen kann. Broschürenpfade können auf individuelle Wegzeichen verzichten, wenn die Route in der Broschüre unmissverständlich beschrieben wird. Für die Besucher ist es allerdings viel bequemer, an Wegkreuzungen einen deutlich sichtbaren Pfeil mit dem Routennamen vorzufinden, anstatt ständig in der Broschüre nachsehen zu müssen.

Weitere Hinweise bezüglich Wegesanierung, Orientierungstafeln und Markierungen können Sie dem Wander-Handbuch für den Naturpark Südschwarzwald entnehmen.



**Abbildung 42:**

Beim Schwarzwaldverein erhalten Sie nähere Hinweise zum einheitlichen Layout von Themenwegweisern.

**Bitte kontaktieren Sie wegen der Einbindung des Weges in das bestehende Orientierungssystem die Hauptgeschäftsstelle des Schwarzwaldvereins:**  
Tel. 07 61 / 38 05 30



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.3 Von der Idee zur Eröffnung

Für die sonstige begleitende Infrastruktur (Bänke, Spielmöglichkeiten, Wanderparkplätze etc.) finden Sie in der Gemeinde oder beim Forst Ansprechpartner. Der Leitfaden „Barrierefreies Bauen 3: Straßen, Plätze, Wege, Öffentliche Verkehrs- und Grünanlagen sowie Spielplätze“ enthält viele nützliche Hinweise, wie die begleitende Infrastruktur barrierefrei angelegt werden kann.

### Interaktionselemente

Für Interaktionselemente und dreidimensionale Modelle muss geklärt werden, wer die Herstellung zu welchen Kosten übernehmen kann. Mit den jeweiligen Handwerkern müssen die Details des Designs besprochen werden. Die Elemente sollten in jedem Fall robust und wartungsarm sein – und zwar unter den klimatischen Bedingungen des Standorts und einer nicht immer zweckentsprechenden Nutzung.

Für kompliziertere Funktionen müssen möglicherweise Experten erst geeignete Mechanismen suchen und Entwürfe mit Alternativlösungen erstellt werden, bevor die Ausführungsplanung erfolgen kann.

Es lohnt sich, bei Personen, die bereits Ähnliches umgesetzt haben, nachzufragen, was sie im Nachhinein anders machen würden. Allerdings müssen Sie damit rechnen, dass Ihnen nicht jeder stolze „Entwickler“ unvoreingenommen berichten wird, was alles nicht richtig funktioniert. Deshalb sollten Sie erfolgreiche Erlebnispfade auch persönlich in Augenschein nehmen und das Verhalten der Besucher beobachten.

In jedem Fall müssen Sicherheitsaspekte konsequent berücksichtigt werden. Insbesondere bei beweglichen Teilen ist auf Verletzungsgefahren auch durch unsachgemäße Benutzung zu achten. Gegebenfalls sind DIN-Normen DIN EN 1176 und 1177 zu Spielplätzen zu beachten und der TÜV hinzuzuziehen.

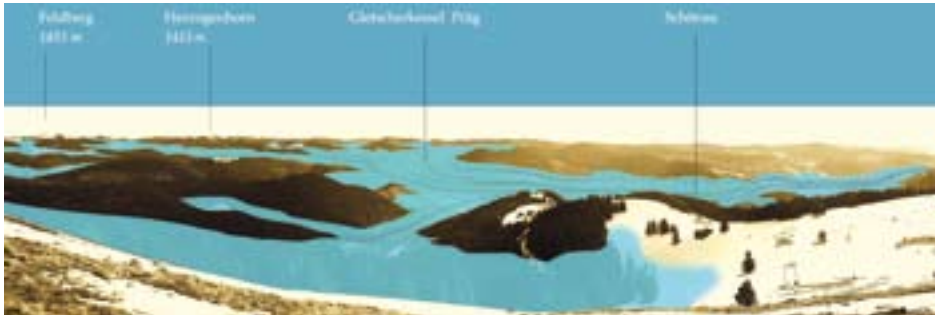
### Abbildungen

Der Illustrator benötigt für jede Zeichnung möglichst klare Vorgaben darüber, was die Zeichnung aussagen soll, was wesentlich und was weniger wichtig ist. Je präziser solche Angaben sind, desto weniger Korrekturgänge werden später benötigt.

**Abbildung 43:**  
Gute Zeichnungen sind zwar nicht billig. Doch sie können das Wesentliche betonen und alles Unwesentliche weglassen.







Oftmals sind die vorliegenden Fotografien nicht optimal und bedürfen der Nachbearbeitung. Bereits mit der Festlegung des Bildausschnitts können manche Fotos erheblich verbessert werden, indem unwesentliche Randbereiche abgeschnitten werden. Werden Diapositive oder Negative gescannt, dann sollte der zu verwendende Bildausschnitt bereits vorher angegeben werden, damit dieser Bereich in ausreichender Auflösung gescannt wird. Bei Digitalfotos sind der Vergrößerung eines Bildausschnitts Grenzen gesetzt. Eine bestimmte Mindestauflösung sollte daher nicht unterschritten werden. Da diese Mindestauflösung von der Drucktechnik und der Betrachtungsentfernung abhängt, sollten sie sich diesbezüglich mit dem Grafiker absprechen. Aufgrund der sehr geringen Auflösung sind Fotos aus dem Internet in aller Regel nicht für die Reproduktion geeignet.

Die digitale Nachbearbeitung erlaubt es – in begrenztem Maße – Fehlbelichtungen und Unschärfen zu korrigieren. Des Weiteren kann das Foto zeichnerisch bearbeitet werden, um bestimmte Sachverhalte hervorzuheben.

Illustrationen, Zeichnungen und manchmal auch die Bearbeitung von Fotos sind mit einem mehr oder weniger großen Aufwand verbunden. Möglicherweise existiert bereits hervorragendes Bildmaterial in Büchern oder Zeitschriften. Wenn solche Abbildungen thematisch passen, können sie eine sinnvolle Alternative darstellen. Sie müssen sich jedoch beim betreffenden Verlag die Nutzungsrechte einholen. Bei nichtkommerziellen Projekten werden Nutzungsrechte mit Quellenangabe meist kostenlos erteilt. Bei solchen Anfragen sollten Sie deutlich machen, mit welchem Medium die Abbildungen in welcher Auflage reproduziert werden sollen.

## Abbildung 44:

Die transparente Zeichnung in einem Panoramafoto soll eine Vorstellung von der Lage des eiszeitlichen Wiesegletschers in der Landschaft vermitteln (Belchenpfad).

**Mehr zum Thema Nutzungsrechte finden Sie in Kapitel 7.2.**



# 5 » Interpretationsprojekte planen

## 5.3 Von der Idee zur Eröffnung

„Ein Bild kann mehr sagen  
als tausend Worte!“

**Doch auch das Umgekehrte  
ist wahr:**

„Ein treffendes Wort kann  
hundert Bilder hervorzaubern!“

*Serrel (1996)*

**Zur Feinbearbeitung der  
Texte finden Sie im Anhang  
die Planungshilfe  
„Inhalte und Texte“.**

### Texte

Das während der Grobkonzeption erarbeitete inhaltliche Gerüst bildet zusammen mit den ausgefüllten Planungshilfen für „Standorte / Stopps“ sowie dem verfügbaren Bildmaterial die Grundlage für das Texten.

Der Roh-Textentwurf sollte zunächst einen guten Einstieg in die Thematik des Stopps bieten und zur zentralen Botschaft hinleiten. Je nach Thematik muss noch Hintergrundwissen eingearbeitet werden, damit die Besucher die wesentliche Aussage verstehen und das Objekt in seiner Bedeutung würdigen können. Dieser Roh-Text sollte so strukturiert werden, dass er einen erzählerischen Bogen schlägt vom Interesse weckenden Beginn bis hin zu einem Schluss mit Pointe oder Aha-Erlebnis (vgl. Kap. 4.1.3). Dabei müssen die Inhalte für Menschen ohne Vorkenntnisse gut nachvollziehbar sein – auch wenn es sich um komplexe Zusammenhänge handelt.

Der Roh-Textentwurf legt vor allem die Abfolge der Inhalte fest; Für die anschließende Feinbearbeitung steht Ihnen die Planungshilfe „Inhalte und Texte“ zur Verfügung. Die Probleme bei der Feinbearbeitung sind ganz unterschiedlich, je nachdem wie erfahren – und talentiert – die Texter sind: Manche neigen dazu, abstrakte Informationen so kurz und knapp wiederzugeben, dass bei den Besuchern keine bildhafte Vorstellung entsteht, an die sie emotional anknüpfen könnten. Andere verfügen über erzählerischen Schwung, aber es fällt ihnen sehr schwer, die Entwürfe auf unter 200 Wörter zu kürzen...

Für die Erarbeitung von Rohertexten und die anschließende Feinbearbeitung sowie die inhaltlichen und stilistischen Korrekturgänge kann man pro Standort durchaus einen vollen Arbeitstag veranschlagen. Oft reicht das nicht aus, insbesondere wenn sich beim Schreiben herausstellt, dass nachrecherchiert werden muss.

### Tests und Korrekturen

Wenn Texte und Abbildungen für Printprodukte (Schautafeln, Broschüren etc.) fertig gestellt sind, sollten Probeausdrucke für Tests erstellt werden.

Solche Vorabtests sollten am besten mit Vertretern der anvisierten Zielgruppe im Beisein des Interpreten an den vorgesehenen Originalstandorten durchgeführt werden. Sie können Bedarf für wichtige Nachbesserungen aufzeigen. Dies gilt insbesondere, wenn Kinder angesprochen werden sollen oder wenn die Texte von Personen verfasst werden, die sich in der Thematik des Pfades gut auskennen – und sich deshalb nur schwer in die Lage eines weniger Fachkundigen versetzen können.

Außerdem sollten die Entwürfe vor der Produktion noch einmal von Fachexperten auf ihre fachliche Richtigkeit hin geprüft werden. Damit gegebenenfalls notwendige Korrekturen noch vor der Eröffnung erfolgen können, sollten Sie ausreichende Zeit- und Budgetreserven für Tests und Optimierungen einkalkulieren.



Für interaktive Elemente sind Vorabtests vor der eigentlichen Herstellung manchmal schwierig. Überlegen Sie gemeinsam mit den Herstellern, ob es Möglichkeiten für Tests an einem Modell gibt und ob der Aufwand hierfür sinnvoll ist.

## Instandhaltung planen

Der Instandhaltungsplan sollte bereits während der Konzeptionsphase erarbeitet werden. Er umfasst die Zuständigkeiten für regelmäßige Kontrollgänge, Pflege und Instandsetzungsarbeiten sowie das Beschwerdemanagement. Näheres zur laufenden Instandhaltung können Sie Kapitel 6.1 entnehmen.

## Umsetzungsplan

Am Ende der Feinkonzeption liegen alle Texte und Abbildungen, die Konstruktionspläne für interaktive Objekte sowie die Ausführungspläne für bauliche Maßnahmen vor. Mit der Zeit- und Kostenplanung der Umsetzung schließt die Feinkonzeption ab. Gegebenfalls wird für die Umsetzungsmaßnahmen ein Folgeantrag bei Förderstellen eingereicht.

### 5.3.4 Umsetzung

Die Umsetzung umfasst die Herstellung und Installation sowie gegebenenfalls notwendige Wegbau-Maßnahmen. Des Weiteren muss die Eröffnung vorbereitet und spätestens jetzt das neue Freizeitangebot bekannt gemacht werden.

## Printmedien

Wenn dies nicht bereits im Zuge der Feinkonzeption geschehen ist, müssen alle Schautafeln, Broschüren, Faltblätter am Computer gesetzt werden. Anschließend erfolgt die Druckfreigabe durch den Projektverantwortlichen. Je nach Druckverfahren folgen dann unterschiedliche Arbeitsschritte der Druckvorbereitung.

Bei Broschüren und Faltblättern ist auf die Auswahl eines passenden Papiers zu achten. Da die Besucher die Broschüren und Faltblätter unterwegs nutzen, immer wieder aus- und einpacken und eventuell in die Jackentasche oder in den Rucksack stecken, muss das Papier fest und strapazierfähig sein. Wenn die Qualität der Abbildungen, des Layouts und der Texte hoch ist, sollte auch das Papier einen entsprechenden Eindruck bei den Besuchern hinterlassen.

*„Vorabtests steigern Kosten und Dauer des Gesamtprojekts; aber möchten Sie wirklich zehntausende von Dollars in etwas investieren, das dann nicht funktioniert oder keinen Nutzen erbringt?“*

John Veverka

(o.J., S. 13 - eigene Übersetzung)



## 5 » Interpretationsprojekte planen

### 5.3 Von der Idee zur Eröffnung



**Abbildung 45:**  
Eröffnung des Feldberg-  
gartens durch Herrn Minister  
Peter Hauk, MdL, Ministerium  
für Ernährung und Ländlichen  
Raum Baden-Württemberg.

Bei den meisten Druckverfahren besteht beim Andruck noch die Möglichkeit, eventuell auftretende Farbverschiebungen zu korrigieren. Aus diesem Grund empfiehlt es sich, dass der Grafiker beim Andruck zugegen ist.

#### **Interaktionselemente, Tafelgestelle, begleitende Infrastruktur und Wege**

Beim Aufstellen von Interaktionselementen und Tafelgestellen muss auf die richtige Ausrichtung und Höhenlage geachtet werden. Schautafeln sollten in der Regel so positioniert werden, dass sie den Blick in die Richtung des thematisierten Objektes lenken. Die Höhe orientiert sich an der Blickhöhe der wichtigsten Zielgruppen. Dies muss auch dem Bauleiter vermittelt werden, der eventuell bei Schwierigkeiten vor Ort einen etwas anderen Standort wählen muss. Am Hang muss dann möglicherweise die Länge der Trägerpfosten angepasst werden.

Um solche Probleme zu vermeiden, empfiehlt es sich, die exakte Lage und Ausrichtung der Tafeln und Interaktionselemente vorab festzulegen und gegebenenfalls auch bei der Installation anwesend zu sein.

Für die Installation und den Bau ergänzender Infrastruktur, wie Bänke, Tische oder Wanderparkplätze, sowie für Sicherungsmaßnahmen entlang der Wege gilt Ähnliches. Auf das Orientierungssystem muss besonderes Augenmerk gelegt werden. Die Wegweiser an Abzweigungen müssen so angebracht werden, dass die Besucher sie bereits erkennen, während sie

auf die Kreuzung zulaufen. Am besten werden die Themenpfad-Wegweiser auf demselben Pfosten montiert, auf dem sich die Wegweiser des Schwarzwaldvereins befinden. Wenn die Route durchgängig einer offiziellen Markierung des Schwarzwaldvereins folgt, muss dies den Besuchern deutlich gemacht werden. In diesem Fall reicht es aus, nur dort zusätzliche Wegweiser zu installieren, wo sich markierte Wanderwege treffen. Ansonsten muss jede Kreuzung mit Wegweisern versehen werden.

Nach der Installation und der Fertigstellung baulicher Maßnahmen sollte eine förmliche Abnahme vorgenommen werden. Gegebenenfalls müssen Mängel festgehalten und reklamiert werden.

#### **Marketing und Eröffnung**

Auch das Marketingmaterial sollte bereits zum Eröffnungstermin fertiggestellt und an die Vertriebsstellen ausgeliefert sein. Wenn die Internetseite für Ihr neues Pfad-Angebot einige Zeit vor der Eröffnung online ist, dann kann sie bereits auf die Eröffnung aufmerksam machen.

Die Eröffnung selbst kann mit einer größeren – öffentlichkeitswirksamen – Veranstaltung gefeiert werden. Oft sind Vereine bereit, für die Bewirtung der Besucher zu sorgen und ein Begleitprogramm zu organisieren. Die Vorbereitung beginnt in der Regel bereits in der Konzeptionsphase. Prominente Persönlichkeiten mit vollen Terminkalendern müssen frühzeitig eingeladen werden. Die Presse sollte vorab informieren und nach der Eröffnung berichten.



# 6 »Laufender Betrieb - Qualität nachhaltig sichern

## 6.1 Laufende Instandhaltung

Ihre Besucher erwarten, dass der Pfad sauber und nicht beschädigt ist. Mängel können schnell zu einem negativen Image führen – nicht nur für die Trägerorganisation, sondern auch für den Ort und die ganze Region. Wenn Sie der Verkehrssicherungspflicht nicht nachkommen, können Sie für Unfälle zur Verantwortung gezogen werden (vgl. Kap. 7.3). Damit es nicht so weit kommt, benötigt die Trägerorganisation einen laufend fortzuschreibenden **Instandhaltungsplan**. Dieser Plan regelt die Zuständigkeiten für die regelmäßigen Kontrollen, die Pflegearbeiten, die anfallenden Reparaturen und das Beschwerdemanagement. Er enthält alle Adressen der ehrenamtlichen Helfer sowie der verschiedenen Firmen und Stellen für Reparaturen. Auch die Finanzierung eventueller Reparaturen muss in diesem Plan bereits geregelt sein. Wenn die Schäden den Gästen nicht nur Unannehmlichkeiten bereiten, sondern sie gefährden, müssen Sie den Pfad eventuell so lange sperren, bis die Reparaturen erledigt sind!

### Regelmäßige Kontrolle

Am besten geben Sie den Kontrolleuren eine an Ihren Pfad angepasste Checkliste. Sie sollte folgende Merkmale enthalten:

- Sichtkontrolle von Bäumen beziehungsweise Gefährdung durch Astbruch oder Sturmwurf;
- Sichtkontrolle von Felsen oberhalb des Weges auf lockere Felspartien und erhöhte Steinschlaggefahr;
- Zustand von sicherheitsrelevanten Einrichtungen wie Brücken, Geländern und interaktiven Elementen;
- Einsehbarkeit des Verkehrs an Straßbenübergängen;

- Sonstige Gefährdungen;
- Vorhandensein und Lesbarkeit von gegebenenfalls notwendigen Warnschildern;
- Wegbeschaffenheit (Erosionsschäden, schlammige Stellen, etc.);
- Vollständigkeit und Lesbarkeit der Wegweiser und Markierungen;
- Zustand der Schautafeln oder Nummernpfosten;
- Funktionsfähigkeit beweglicher Elemente.

### Pflegearbeiten

Die Routine-Pflegearbeiten werden mit der regelmäßigen Kontrolle verbunden. Folgende Maßnahmen fallen in unterschiedlicher Häufigkeit an:

- Seltener begangene Wege müssen ausgemäht werden;
- In den Weg einwachsende Äste müssen zurück geschnitten werden;
- Schautafeln, Installationen, Sitzgelegenheiten, Wasserableitungen auf dem Weg etc. müssen gesäubert werden;
- Manches Objekt benötigt selbst Pflege, wie beispielsweise ein Bodenprofil, das immer wieder frisch abgestochen werden sollte;
- Broschürensponder sollten regelmäßig aufgefüllt und Abfall entsorgt werden.

Während der Kontroll- und Pflegegänge können kleinere Reparaturen sofort ausgeführt werden, beispielsweise Ersetzen verloren gegangener Wegmarkierungen. Entsprechende Ersatzteile sollten gleich mitgeführt werden.



**Abbildung 46:** Pultförmige Tafeln müssen oft gereinigt werden. Der Erlebnispfad am ProNatura Zentrum Riederfurka (Aletschgebiet) wird während der Sommersaison wöchentlich zweimal kontrolliert und gepflegt.

§ Weitere Hinweise zur Verkehrssicherungspflicht finden Sie im Kapitel 7.3.



# 6 »Laufender Betrieb - Qualität nachhaltig sichern

## 6.1 Laufende Instandhaltung



**Abbildung 47:**  
Spendenbox am Ende des  
Wichtelpfads (oben) mit Hin-  
weis auf die Verwendung  
der Spendengelder (unten  
Ausschnitt aus der Klapptafel)



Route, Zeit, kontrollierende Person(en) sowie besondere Beobachtungen sollten während der Pflegegänge unbedingt dokumentiert und der für die Instandhaltung verantwortlichen Stelle übermittelt werden. Solche Nachweise sind wichtig, falls einmal ein Unfall passieren sollte.

Die Erfahrung zeigt, je schneller Vandalismus-Schäden beseitigt werden, desto geringer ist das Risiko, dass weitere Personen dem schlechten Beispiel folgen. Wenn Schautafeln und Objekte ohnehin nicht gepflegt werden, sinkt die Hemmschwelle bei weiteren potenziellen Tätern.

Falls die Gemeinden oder die Grundeigentümer die regelmäßigen Kontroll- und Pflegegänge nicht selbst übernehmen können, könnten Wegpatenschaften durch Vereine eine Lösung darstellen. Die Übernahme der Verkehrssicherungspflicht und damit der Haftung bei Unfällen sollte allerdings unbedingt vertraglich geregelt werden (vgl. Kap. 7.3). Der Aufwand für die turnusmäßige Kontrolle und Instandhaltung fällt je nach Zielgruppen, Marketing, Routenführung und Medienwahl sehr unterschiedlich aus (vgl. Kap. 7.3). Aus diesem Grund wird dringend empfohlen, den Instandhaltungsaufwand bereits während der Grobkonzeption zu berücksichtigen und den Instandhaltungsplan während der Feinkonzeption auszuarbeiten!

### Beschwerdemanagement

Ein professionelles Beschwerdemanagement ist trotz regelmäßiger Kontrolle wichtig. Im Rahmen des Innenmarketings müssen die touristischen Leistungsträger

deshalb die notwendigen Informationen erhalten, an welche zuständige Stelle sie den Themen- oder Erlebnisweg betreffende Beschwerden weiterleiten können. In diesem Zusammenhang sollte den Tourismusakteuren vermittelt werden, wie wichtig ein freundlicher, professioneller Umgang mit den sich beschwerenden Gästen ist.

Wird man auf Unzulänglichkeiten hingewiesen, dann ist dies kein Anlass sich zu ärgern. Im Gegenteil, Tourismusakteure sollten dankbar sein, wenn sie auf Mängel aufmerksam gemacht werden, die möglicherweise auch anderen Gästen negativ aufgefallen sind. Den Beschwerdeführern sollte angeboten werden, sie über den schnellen Vollzug der Reparatur zu informieren. Der erste Ärger wird sich dann vielleicht in ein Lob für die Professionalität umwandeln.

Die für die Behebung von Mängeln zuständige Stelle muss – je nach Dringlichkeit – umgehend die Reparatur veranlassen, Warnschilder vor Gefährdungen oder gar Absperrungen anbringen und Verbesserungsvorschläge für eine künftige Modernisierung des Pfades sammeln. Falls die sich beschwerenden Besucher über den Fortgang informiert werden möchten, muss dies zeitnah geschehen.

Eine Lob-und-Tadel-Box mit Papier und Bleistift an den Pfadenden kann sehr gute Dienste leisten. Wenn der Pfad gut gemacht und in gutem Zustand ist, werden Sie und die Helfer mit Sicherheit viel mehr Lob als Tadel erhalten. Manche Besucher sind dann sogar bereit, in einer regelmäßig geleerten Spendenbox ein kleines Dankeschön für die Instandhaltungskosten zurück zu lassen.



## 6.2 Erfolgskontrollen

Alle haben ihr Bestes gegeben; die vielen lobenden Worte des Eröffnungsfestes sind verklungen. Doch erst jetzt erweist sich, ob die angestrebten Ziele mit dem Pfad wirklich erreicht werden.

Eine sorgfältige Erfolgskontrolle im ersten Jahr fördert fast immer die eine oder andere Möglichkeit zu Tage, wie man etwas hätte besser machen können – selbst bei insgesamt erfolgreichen Projekten. Das ist normal. Trotzdem ist es wichtig, sich diese Verbesserungsmöglichkeiten klar vor Augen zu halten:

- Manchmal handelt es sich nur um Kleinigkeiten, die ohne größeren Aufwand optimiert werden können.
- In anderen Fällen ist dieses Wissen sehr wertvoll, um später, etwa bei der nach etwa 8 Jahren anstehenden Erneuerung des Pfades, nicht denselben Fehler zu wiederholen.
- Schließlich kann es auch sein, dass ein Mangel das Erreichen eines wichtigen Zieles so stark beeinträchtigt, dass die Träger lieber den Aufwand und die Kosten für Nachbesserungen in Kauf nehmen, als die Gesamtinvestition verpuffen zu lassen.

Eine bewusste Entscheidung ist allemal besser, als einfach die Augen vor Mängeln zu verschließen – vor allem, wenn es sich um ein aufwändiges Projekt handelt, das für das Image des Trägers und der Region von Bedeutung ist.

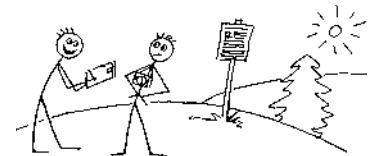
### Evaluation ja, aber wie?

Bei schriftlichen Befragungen muss zunächst geklärt werden, wie die Fragebögen die Besucher erreichen. Bieten Sie die Fragebögen in einer Box am Ende des Pfades an oder lassen Sie die Bögen durch die Vermieter persönlich verteilen? Mündliche Interviews sind zeitaufwändiger; sie haben aber den Vorteil, dass sich ein erheblich größerer Prozentsatz der Besucher beteiligt.

Wenn es darum geht, Erfolge messbar zu dokumentieren, werden Sie auf quantitativ-statistische Methoden zurückgreifen müssen. Um Optimierungsbedarf und noch nicht erkannte Schwachpunkte festzustellen, sind jedoch qualitative Methoden besser geeignet: Sie können zum Beispiel mit Bekannten, die unterschiedlichen Zielgruppen angehören, den Pfad gemeinsam begehen, deren Verhalten beobachten und dokumentieren, was aus deren Sicht gut ankommt und was verbessert werden könnte.

Wer Fragebögen, Interview- oder Beobachtungsleitfäden ausarbeitet, muss die entsprechenden sozialwissenschaftlichen Methoden beherrschen. Vielleicht können Sie mit Hochschulen kooperieren, oder Sie kennen Personen mit entsprechender Ausbildung.

Der Autor und die Naturpark-Geschäftsstelle würden sich freuen, wenn sie über Ergebnisse von Erfolgskontrollen informiert würden.



*„Diesen Erlebnispfad habe ich mit viel Mühe in meiner Freizeit konzipiert! Sie finden doch auch, dass er toll gelungen ist, oder?“*

### Abbildung 48:

Eine Erfolgskontrolle sollte den tatsächlichen Erfolg erfassen und die Besucher nicht durch die Fragestellung beeinflussen. Wenn Sie dieses Handbuch intensiv genutzt und durchdacht auf Ihr Projekt übertragen haben, brauchen Sie ehrliche Antworten nicht zu fürchten.



## 7.1 Genehmigungen und Verträge

Eine Vorlage für einen  
Gestattungsvertrag finden  
Sie im Anhang.

### Genehmigungen

Wenn Sie Schautafeln oder auch nur Wegweiser aufstellen möchten, müssen Sie dafür das Einverständnis der Grundbesitzer einholen. Zudem sollten Sie in einem frühen Stadium die zuständigen Bürgermeisterämter zu dem Vorhaben konsultieren.

Je nach Lage des Pfades und je nach baulichen Maßnahmen müssen unterschiedliche Genehmigungen eingeholt werden. Routen und Maßnahmen außerhalb geschlossener Ortschaften sollten in jedem Fall frühzeitig mit der Unteren Naturschutzbehörde des Land- beziehungsweise Stadtkreises abgestimmt werden. Diese kann dann beurteilen, ob und welche Genehmigungen im Einzelfall erforderlich sind. Führt der Pfad durch Wald, muss er durch die Forstbehörden genehmigt werden. Für Boden-, Klein- und Baudenkmäler

ist die Untere Denkmalschutzbehörde beim Landratsamt oder der Stadtverwaltung zuständig; für bauliche Maßnahmen wird möglicherweise eine Baugenehmigung benötigt. Es empfiehlt sich, die jeweiligen Stellen frühzeitig zu informieren und mögliche Probleme und Alternativen zu besprechen. Oftmals können Fachbehörden auch wertvolle Tipps zu den Inhalten beisteuern. Wenn Sie unsicher sind, welche Behörden einbezogen werden müssen, wenden Sie sich am besten an Ihr Landratsamt oder das Bürgermeisteramt.

### Verträge mit Grundeigentümern

Führen Routen über Privatgrundstücke und werden dort Schautafeln oder interaktive Stationen errichtet, sollten mit den Eigentümern Gestattungsverträge geschlossen werden. Darin sind insbesondere bezüglich der Verkehrssicherungspflicht Vereinbarungen zu treffen.





## 7.2 Urheberrechte

Sowohl Texte als auch Illustrationen sind, soweit es sich um persönliche geistige Schöpfungen handelt (§ 2, Absatz 2, Urheberrechtsgesetz), urheberrechtlich geschützte Werke. Ebenfalls geschützt sind Fotografien.

Die Frage der Schöpfungshöhe, das heißt des Bestehens oder Nicht-Bestehens eines urheberrechtlichen Schutzes ist oft schwer zu entscheiden. Um spätere Konflikte und Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden, sollten mit Dritteleistern – aber auch mit ehrenamtlichen Mitarbeitern – klare Regelungen über die eingeräumten Nutzungsrechte schriftlich vereinbart werden.

### Nutzungsarten

Werden Illustrationen, Texte oder Fotos für die Schautafeln eines Lehr- oder Erlebnispfades angefertigt und es besteht keine explizite Vereinbarung über die Nutzungsrechte, dann bestimmt sich das Nutzungsrecht aus dem Vertragszweck (vgl. § 31, Absatz 5, Urheberrechtsgesetz). In diesem Fall wäre die Nutzung für Schautafeln dieses Pfades erlaubt; eine Nutzung für andere Nutzungsarten, wie eine zusätzliche Begleitbroschüre oder Marketingmaßnahmen, wäre jedoch möglicherweise nicht inbegriffen. Der Urheber könnte dann eine Lizenzgebühr für diese anderen Nutzungsarten erheben.

Verschiedene Nutzungsarten sind beispielsweise die Vervielfältigung auf Plakaten, in Faltblättern, Broschüren, Büchern oder auf elektronischen Datenträgern wie CD-Rom, DVD, aber auch Präsentationen

auf Postern oder mit Hilfe von elektronischen Medien (z.B. Infosäulen, Beamer auf Messen).

Ein gängiger Nutzungszweck für Pfadprojekte wäre die „Präsentation und Interpretation des Natur- und Kulturerbes vor Ort“. Darüber hinaus wird oftmals auch das Recht benötigt, Fotos, Illustrationen und Textpassagen für Marketing- und Werbezwecke zu nutzen – unter anderem im Internet und in Zeitschriften.

Eine pauschale Formulierung könnte etwa lauten: „...das Recht, das Werk für alle denkbaren Zwecke in allen denkbaren Nutzungsarten zu verwenden und auszuwerten...“. Rechtssicherer ist jedoch eine Auflistung der Zwecke und der Nutzungsarten.

### Räumlich, zeitlich oder inhaltlich beschränktes Nutzungsrecht

In der Klausel zu den Nutzungsrechten kann eine räumliche, zeitliche oder inhaltliche Beschränkung der Nutzungsrechte am erbrachten Werk vereinbart werden. So kann der Illustrator von Schautafeln das Recht zur Verwendung der Zeichnungen auf eine Gemeinde oder eine Region beschränken. Damit stellt er sicher, dass der Auftraggeber seine Illustration nicht anderen Projekten zur Verfügung stellt.

Die Regelung kann auch vorsehen, dass die Nutzung von Fotos oder Zeichnungen für auflagenstarke populärwissenschaftliche Publikationen nicht im Preis inbegriffen ist. Falls später eine solche gewinnbringende Verwertung erfolgen soll, steht dem Urheber

### Das Urheberrechtsgesetz im Internet:

[www.gesetze-im-internet.de/urhg/](http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/)

### Hinweis:

Für Umsätze aus der Einräumung, Übertragung und Wahrnehmung von Rechten, die sich aus dem Urheberrechtsgesetz ergeben gilt die ermäßigte Umsatzsteuer von 7% (vgl. Umsatzsteuergesetz § 12 Nummer 7c – Stand 2006).



## 7.2 Urheberrechte

ber eine angemessene Zusatzvergütung zu. Je weniger die Nutzungsrechte eingeschränkt werden und je weniger anderweitige Verwertungsmöglichkeiten dem Urheber zur Verfügung stehen, desto höher ist in der Regel die vereinbarte Vergütung.

### **Ausschließliches oder einfaches Nutzungsrecht**

In aller Regel reicht ein so genanntes „einfaches Nutzungsrecht“ aus. Es berechtigt den Inhaber, das Werk auf die erlaubte Art zu nutzen, ohne dass eine Nutzung durch andere ausgeschlossen ist (§ 31, Absatz 3, Urheberrechtsgesetz). Konkret bedeutet dies, dass der Fotograf, der Grafiker oder der Texter weitere Nutzungsrechte an seinem Werk auch anderen Kunden einräumen darf. Dies ist so lange kein Problem, wie es aus Sicht des Rechteinhabers nicht darauf ankommt, ein Werk exklusiv nutzen zu dürfen. Wäre dies der Fall, zum Beispiel bei einem Logo, dann müsste ein ausschließliches Nutzungsrecht vereinbart werden. Dieses berechtigt den Inhaber, das Werk unter Ausschluss aller anderen Personen auf die ihm erlaubte Art zu nutzen.

Manchmal kann es für die Betreiber eines Lehr, Erlebnis- oder Themenweges sogar von Vorteil sein, wenn der Urheber sein Werk noch anderweitig verwertet.

Würde beispielsweise ein geologisches Blockbild zum Haseler Karst für den dortigen Geoweg erarbeitet und später vom Urheber in einer populärwissenschaftlichen Zeitschrift verwertet, dann könnte Hasel dadurch bei vielen potenziellen Besuchern bekannt gemacht werden.

### **Recht der Bearbeitung und der Übertragung der Nutzungsrechte auf Dritte**

Für den Betreiber eines Themenweges oder Erlebnispfades kann es sehr wichtig werden, sich das Recht zu Umgestaltungen und Bearbeitungen in jeglicher Form einräumen lassen. Es kommt immer wieder vor, dass sich erst während der Nutzung durch die Besucher und im Rahmen der Erfolgskontrolle Verbesserungsbedarf zeigt. Ohne eine solche Klausel wäre jedoch für jede Änderung am Werk die Zustimmung des Urhebers nötig (vgl. § 39 Urheberrechtsgesetz).

Schließlich sollten Sie vereinbaren, dass die eingeräumten Rechte auch auf Dritte übertragen werden dürfen. Im Zuge des Marketings ist es oft sinnvoll, Nutzungsrechte zum Zweck der Bewerbung eines Erlebnispfades an die Tourismusgemeinschaften zu übertragen.



## **Fazit zur Nutzungsrecht Klausel in Vereinbarungen mit Drittleistern**

Es liegt im Interesse des Auftraggebers, sich möglichst weit reichende Nutzungsrechte einräumen zu lassen. Für den Urheber ist es andererseits von Vorteil, wenn er ein Werk möglichst mehrfach verwerten kann, die Kontrolle über die Nutzung des Werkes behält und vor allem an Gewinnen, die mit seinem Werk generiert werden, angemessen beteiligt wird. Eine an den Interessen des Auftraggebers orientierte Klausel für ein einfaches Nutzungsrecht an einer kompletten Interpretation, einzelnen Illustrationen oder Fotos, an einem Text oder einem Corporate Design könnte beispielsweise lauten:

„Der Urheber (Name) räumt dem Kunden (Name) hiermit das einfache, zeitlich und räumlich unbeschränkte Recht ein, das Werk für alle denkbaren Zwecke in allen denkbaren Nutzungsarten zu verwenden und auszuwerten. Der Kunde ist zu Umgestaltungen und Bearbeitungen in jeglicher Form befugt. Der Kunde darf diese Rechte auch auf Dritte übertragen.“

Bei einem Logo oder bei künstlerisch wertvollen Werken, die als Unikat oder durch eine eng limitierte Reproduktion an Attraktivität gewinnen, kann es sinnvoll sein, ein ausschließliches Nutzungsrecht zu vereinbaren.

Bereits in der Ausschreibung sollte der Auftraggeber deutlich machen, welche Nutzungsrechte im Angebot inbegriffen sein sollen. Ansonsten sind die Angebote möglicherweise nicht vergleichbar, weil sie einmal mehr und einmal weniger Rechte beinhalten oder manche Anbieter überhaupt nicht kenntlich machen, welche Nutzungsrechte sie einräumen werden. Möchte ein Anbieter nur eingeschränkte Nutzungsrechte übertragen, um das Werk auch anderweitig zu verwerten, dann kann dies mit einem Preisnachlass einhergehen.

## **Verwendung von Fremdmaterial**

Möchten Sie vorhandenes, urheberrechtlich geschütztes Material (Fotos, Texte, Illustrationen etc.) verwenden, dann müssen Sie zuerst beim Urheber oder beim Besitzer der Nutzungsrechte (zum Beispiel beim Verlag) eine Erlaubnis einholen. Da Pfadprojekte in der Regel nicht gewinnorientiert sind, wird dieses Recht oft kostenlos eingeräumt – unter der Auflage der Quellenangabe. Auch Landkarten sind urheberrechtlich geschützt – ihre Verwendung ist in aller Regel kostenpflichtig.

Der Urheberrechtsschutz erlischt 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Entsprechend alte Fotos, Illustrationen oder Texte sind deshalb frei verwendbar.



## 7.3 Verkehrssicherungspflicht

### 7.3.1 Aufgaben und Pflichten in Abhängigkeit von den Umständen des Einzelfalls

Wer neue Lehr-, Erlebnis- und Themenpfade anlegt und der Öffentlichkeit zugänglich macht, muss dafür sorgen, dass die Besucher nicht gefährdet werden. Der Grundstücksbesitzer kann für Unfälle haftbar gemacht werden, die auf seinem Grundstück geschehen beziehungsweise von seinem Grundstück aus verursacht werden, wenn er seiner Verkehrssicherungspflicht (VSP) nicht nachkommt. Gegebenenfalls droht sogar eine strafrechtliche Verfolgung wegen fahrlässiger Körperverletzung oder fahrlässiger Tötung.

„Ein absoluter Schutz für alle nur denkbaren, auch entfernt liegenden Möglichkeiten eines Schadenseintritts wird nicht verlangt, da eine jeglichen Schadensfall ausschließende Verkehrssicherung nicht erreichbar ist. Zu treffen sind daher nur Vorkehrungen

- entsprechend den berechtigten Sicherheitserwartungen der Verkehrsteilnehmer,
- soweit diese möglich und wirtschaftlich zumutbar sind im Hinblick auf den bestimmungsgemäßen oder nicht ganz fern liegenden Gebrauch; d.h. keine VSP gegenüber Personen, die sich unbefugt in den Gefahrenbereich begeben“ (Orf 1997, S. 202).

Gefahren aufgrund von seltenen Naturereignissen gehören zum allgemeinen Lebensrisiko. Für erhöhte Gefahren, die

von Risikosportlern (z.B. Mountainbikern, Orientierungsläufern, vgl. Orf 1997, S. 208) bewusst in Kauf genommen werden, muss der Grundstücksbesitzer nicht haften. Ebenso wenig haftet er für erkennbare Gefahren, denen sich Besucher aussetzen, weil sie die dem Ausbauzustand des Weges entsprechende, verkehrserforderliche Sorgfalt nicht walten lassen. Welche Schutzmaßnahmen jeweils geboten sind, hängt demgemäß immer von den Umständen des Einzelfalls ab.

Im Wald wird grundsätzlich „kein übertriebener Maßstab“ anzulegen sein (Frosch 1990). Auf selten begangenen Waldwegen wird beispielsweise keine regelmäßige Kontrolle der Bäume verlangt, und Totäste in Baumkronen – als walddtypische Gefahr – brauchen nicht unbedingt entfernt zu werden. Wanderer müssen mit den Unwägbarkeiten der Natur rechnen (Orf 1997). Wenn jedoch dicke abgestorbene Äste voraussichtlich direkt auf einen Weg fallen werden oder Bäume so geschädigt sind, dass sie eine erkennbare, erhebliche Gefahrenquelle für den Weg darstellen, dann muss in jedem Fall eingegriffen werden. Vom Menschen geschaffene Bauten und Einrichtungen, wie Hütten, Brücken oder Geländer, müssen sich auch im Wald in einem intakten oder gesicherten Zustand befinden und zwar auch, wenn sie zweckentfremdet benutzt werden (z.B. wenn Kinder auf gelagertem Langholz balancieren).

Die bloße Markierung eines Wald- oder Feldweges ändert in der Regel nichts an diesen Anforderungen (Orf 1997, S. 207). In dem Maße, in dem der Wanderweg



stärker frequentiert und eventuell auch beworben wird, steigen jedoch auch das Gefährdungsrisiko und damit die zumutbaren Anforderungen an den Eigentümer.

Bei Erholungseinrichtungen, die extra erstellt wurden, um Besucher anzuziehen – also auch bei Lehr-, Themen- und Erlebnispfaden – ist deshalb regelmäßig von einer gesteigerten Verkehrssicherungspflicht auszugehen. Diese betrifft sowohl die Planung und Errichtung als auch die laufende Kontroll- und Wartungspflicht.

### 7.3.2 Verkehrssicherungspflicht bei der Planung und Einrichtung selbstführender Pfade

#### Zielgruppenprofil

Das Zielgruppenprofil für den Pfad wirkt sich auch auf den Umfang der Verkehrssicherungspflicht aus: Insbesondere Kinder können Gefahren nicht realistisch einschätzen, weshalb an Angebote, die von Kindern genutzt werden, höhere Sicherheitsanforderungen gestellt werden. So muss in diesem Fall verstärkt mit nicht bestimmungsgemäßer Nutzung der Einrichtungen und unvorsichtigem Verhalten an Gefahrenpunkten gerechnet werden. Andererseits müssen Eltern oder sonstige Begleiter ihrer Aufsichtspflicht nachkommen, so dass wiederum nicht für alle Eventualitäten bestimmungswidrigen Verhaltens vorgesorgt werden muss.

In ähnlicher Weise müssen spezielle Gefährdungen bei Angeboten, die beispielsweise von Sehbeeinträchtigten oder Blinden genutzt werden, durch geeignete Maßnahmen vermieden werden.

#### Ausweisung der Route

Bereits mit der Routenführung lassen sich viele Gefahren vermeiden, indem Wegabschnitte nicht einbezogen werden, die für die voraussichtlichen Besucher ungeeignet sind. Andererseits ist es oft gerade der Zweck von Naturerlebnis- und Themenpfaden, die schönsten und interessantesten Orte für die Besucher erlebbar zu machen. Aussichtspunkte oberhalb von Felswänden, Pfade durch wildromantische Schluchten oder entlang von Wildflüssen bergen jedoch häufig erhöhte Gefahren. Das Ausmaß der notwendigen – und leider meist auch das Naturerlebnis mindernden – Sicherungsmaßnahmen hängt wiederum von den Nutzern und dem Ausmaß der Gefahr ab. Handelt es sich um trittsichere, schwindelfreie, geübte Bergwanderer und wird auf die Schwierigkeit von vornherein hingewiesen, dann kann man in manchen Fällen auf Sicherungen durch stabile Geländer oder Drahtseile verzichten. Ist es jedoch wahrscheinlich, dass ungeübte Spaziergänger das Angebot nutzen, dann muss die Route entweder anders geführt oder aufwändiger gesichert werden.

#### Installation von Einrichtungen

Alle Einrichtungen in der offenen Landschaft oder im Wald zählen zu den sogenannten atypischen Gefahren, das heißt Gefahren, mit denen Besucher bei einem Aufenthalt im Wald nicht typischerweise rechnen müssen. Schautafeln und Wegweiser sollten beispielsweise nicht so in den Weg hineinragen, dass sich Personen daran verletzen können. Vor allem bei der



### 7.3 Verkehrssicherungspflicht

Konstruktion von beweglichen, interaktiven Elementen ist auf die Unfallverhütung zu achten. Anhaltspunkte können die DIN-Vorschriften für Kinderspielplätze (DIN EN 1176 und 1177 und DIN 18034) sowie die jeweils aktuellen Merkblätter der Gemeindeunfallversicherung geben.

Bietet ein Erlebnispfad beispielsweise Kletter- und Balanciermöglichkeiten, muss damit gerechnet werden, dass manche stürzen. Am Boden darf dann nicht durch Betonfundamente oder Baumstümpfe zusätzliche Verletzungsgefahr entstehen. Dabei ist von den jüngsten Personen auszugehen, die das Angebot nutzen. Ein weiches, den Aufprall hemmendes Substrat muss die Verletzungsgefahr minimieren (Frosch 1990). Insbesondere bei Kindern muss damit gerechnet werden, dass sie die Einrichtungen nicht immer bestimmungsgemäß gebrauchen.

Natürlich unterliegt auch die begleitende Infrastruktur des Pfades der Verkehrssicherungspflicht: Wanderparkplätze, Spielplätze, Vesper- und Grillplätze, Schutzhütten oder Unterstände. Normalerweise ist für eine offene Waldhütte kein Blitzableiter notwendig. Befindet sie sich aber an einer Stelle mit erhöhter Blitzschlaggefahr, müssen entsprechende Vorkehrungen getroffen werden, da sie ja gerade bei Gewittern von Besuchern aufgesucht wird (Frosch 1990, S. 433).

#### 7.3.3 Kontrolle und Instandhaltung

Um der gesteigerten Verkehrssicherungspflicht von Lehr-, Erlebnis- und Themen-

pfaden zu genügen, müssen regelmäßige Kontrollen und bei Bedarf Instandhaltungsmaßnahmen durchgeführt werden (vgl. Kap. 6.1). Entlang der Route ist sowohl auf natur- oder bewirtschaftungsbedingte Gefahren zu achten, als auch auf die Zuverlässigkeit von Wegebauten, wie Brücken oder Geländern. Außerdem muss der Zustand der Freizeit- und Erholungseinrichtungen überprüft werden, insbesondere bei interaktiven Elementen. Sind Metallteile gerostet, Seile locker oder Holzelemente faulig? Wenn erhebliche Gefährdungen festgestellt werden, müssen die Mängel umgehend behoben werden. So lange eine Instandsetzung nicht möglich ist, muss vor der Gefahr gewarnt, der Pfad gesperrt oder das Gerät unter Umständen vollständig abgebaut werden.

Jeder Kontrollgang muss dokumentiert werden, damit im Falle eines Unfalls die Einhaltung der Verkehrssicherungspflicht belegt werden kann (vgl. Kap. 6.1). Die angemessene Häufigkeit der regelmäßigen Kontrollgänge variiert wiederum in Abhängigkeit von der Besucherfrequenz, den Zielgruppen und dem Gefährdungspotenzial. Bei einem relativ selten besuchten „Low-Budget-Pfad“ (vgl. Kap. 5.1.2) reicht möglicherweise ein Kontroll- und Pflegegang zu Beginn der Wandersaison aus. Ein intensiv von Kindern genutzter Erlebnispfad dagegen sollte während der Saison – wie Kinderspielplätze – wöchentlich überprüft werden. Nach besonderen Vorkommnissen, wie Sturm oder Vandalismus, muss natürlich auch außerhalb des gewählten Turnus kontrolliert und gegebenenfalls repariert werden.



## 8 »Naturparkförderung bei Pfadprojekten

Mit dem Ziel, eine nachhaltige Entwicklung der Region voranzutreiben, fördert der Naturpark Südschwarzwald unter anderem Projekte zur Erhöhung des Erholungs- und Freizeitwertes der Region sowie der Besucherlenkung. Dazu zählen auch Einrichtung und Optimierung von Lehr-, Erlebnis- oder Themenpfaden.

Im Rahmen seiner Förderung übernimmt der Naturpark dabei einen Teil der anfallenden Kosten. Diese Fördermittel kommen derzeit zur Hälfte aus einem Förderfonds der Europäischen Union, zur anderen Hälfte vom Land Baden-Württemberg. Den restlichen Betrag – die sogenannte Kofinanzierung – bestreitet der Projektträger selbst.

### **Wichtige Voraussetzungen für Naturparkförderung**

Im Grunde kann jeder im Naturpark – ob Privatperson, Verein oder öffentliche Einrichtung – ein Projekt beantragen, sofern das geplante Projekt den vorgegebenen Kriterien entspricht. Eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Naturparkförderung ist, dass die geplante Maßnahme innerhalb des Naturparkgebietes liegt. Zudem muss sie den Zielsetzungen des Naturparks entsprechen sowie der Richtlinie des Ministeriums Ländlicher Raum zur Gewährung von Zuwendungen an Naturparke in Baden-Württemberg.

Zwei Dinge sollten Sie bedenken, bevor Sie einen Förderantrag für Ihr Pfadprojekt stellen:

- Projekte, die gefördert werden, sind an die Termine und Fristen der Naturparkförderung gebunden.
- Der Projektträger erhält die Fördergelder erst nach erfolgreichem Abschluss der Maßnahme. Bis dahin trägt er selbst die Kosten.

Bitte nehmen Sie vor der Antragstellung Kontakt mit dem Fördersachbearbeiter des Naturparks Südschwarzwald auf.

### **Ablauf einer Maßnahme mit Naturparkförderung**

Eine Naturparkförderung beginnt mit der Einreichung des Förderantrags im Herbst. Nach einer Prüfung des Antrags durch die Naturpark-Geschäftsstelle erhält der Antragsteller bei Bewilligung Anfang des Folgejahres einen so genannten Zuwendungsbescheid. In der Regel darf er erst jetzt mit der Durchführung der Maßnahmen beginnen – mit den Arbeiten der Grafiker, der Aufstellung von Schildern oder dem Druck von Faltblättern. Alle Maßnahmen sind bis zum Herbst des selben Jahres oder bei zweijährigen Projekten bis zum Herbst des nächsten Jahres abzuschließen. Zu diesem Zeitpunkt reicht der Projektträger seinen Verwendungsnachweis ein, einschließlich einer detaillierten Kostenaufstellung der durchgeführten Arbeiten. Der Naturpark kontrolliert den Verwendungsnachweis sowie die Maßnahme vor Ort und zahlt schließlich die Fördergelder aus.

**Viel Erfolg bei Ihrem Projekt!**

Detaillierte Informationen zur Naturparkförderung und die erforderlichen Formulare erhalten Sie auf der Homepage des Naturpark Südschwarzwald [www.naturpark-suedschwarzwald.de](http://www.naturpark-suedschwarzwald.de)



# Hinweise zum Interpretationsansatz im Internet

Das Internet ist ein schnelllebiges Medium. Manche Links sind eventuell in ein bis zwei Jahren nicht mehr aktuell. Die folgenden Stichworte eignen sich für die Online-Suche zum Interpretationsansatz mit einer Suchmaschine:

- „Besucherorientierte Interpretation“
- „Landschaftsinterpretation“
- „Natur- und Kulturinterpretation“
- „Heritage Interpretation“
- „Environmental Interpretation“

### **www.transinterpret.de**

Transinterpret ist ein transnationales Kooperationsprojekt von LEADER+ Aktionsgruppen unter Federführung der Aktionsgruppe Südschwarzwald. Die Partner bauen eine Datenbank mit übertragbaren Praxisempfehlungen für Besucherorientierte Interpretation auf. Diese Praxisempfehlungen stehen lokalen Initiativen in den beteiligten Partner-Gebieten in Form von Checklisten u.a. für selbstführende Pfade zur Verfügung.

Jede Projektinitiative, die diesen Service nutzt, gibt ihre Anregungen zur Verbesserung der Empfehlungen an das Netzwerk zurück. So werden die Empfehlungen gemäß den Erfahrungen in der Praxis laufend weiter entwickelt.

### **www.interpret-online.de**

interpret-online ist eine Schriftenreihe zu Besucherorientierter Interpretation an der Universität Freiburg.

### **www.geographie.uni-freiburg.de/ipg/**

Unter der Rubrik „Forschung“ stellt das Institut für Physische Geographie der Universität Freiburg einführende Texte zum Interpretationsansatz zur Verfügung. Des Weiteren informiert die Seite über laufende und abgeschlossene Projekte an der Universität Freiburg.

### **www.interpret-europe.net**

Interpret Europe ist ein Europäisches Netzwerk zur Besucherorientierten Interpretation. Es strebt den Erfahrungsaustausch zwischen Praxis und Forschung auf europäischer Ebene an. Die Website bietet Literaturtipps und Hinweise auf Veranstaltungen und Weiterbildungsangebote (z.T. auch in deutscher Sprache). Auf dieser Website finden Sie auch weitere Links zu internationalen Verbänden.

### **www.interp.de**

Die Website des Bildungswerks Interpretation bietet gute einführende Artikel zum Interpretationsansatz sowie Hinweise auf eigene Weiterbildungsangebote.

### **www.acornnaturalists.com**

Acornnaturalists ist ein Buchversand mit einer großen Auswahl an englischsprachigen Büchern zu Heritage Interpretation. Bücher, die in Deutschland nur schwer zu erhalten sind, können Sie dort direkt bestellen.

### **www.natur-fuer-alle.de**

Die Seite bietet viele empfehlenswerte Planungshilfen für die barrierefreie Gestaltung von Naturerlebnissen – vom Wegebau über die Orientierung für Blinde bis hin zu barrierefreien Schautafeln.





## Literaturhinweise

Die hier aufgelisteten Links zum Download von Publikationen sind im Dezember 2005 geprüft worden.

- Brämer, Rainer (2003): **Natur tut uns gut. Warum wir uns beim Wandern so wohlfühlen.** Vorlage für den Titelbeitrag „Zurück zur Natur? – Die Wald- und Wiesen-Therapie“. In „Psychologie heute“ Heft 4/2003, S. 20-28. Im Internet unter [staff-www.uni-marburg.de/~braemer/natgut.htm](http://staff-www.uni-marburg.de/~braemer/natgut.htm).
- Carter, James (Hrsg.): **A Sense of Place. An interpretive planning handbook.** Inverness, Schottland 2001. *Sehr gute Einführung in die Planung unter Beteiligung der lokalen Bevölkerung. Als PDF (3.868 KB) zum Download unter [www.interpret-europe.net](http://www.interpret-europe.net) – Publications.*
- Ebers, Sybill / Laux, Lukas / Kochanek, Hans-Martin: **Vom Lehrpfad zum Erlebnispfad. Handbuch für Naturerlebnispfade.** Wetzlar 1998. *Viele praktische Tipps zum Bau von interaktiven Elementen.*
- Frosch, Hartmut: **Die Verkehrssicherungspflicht des Waldbesitzers.** In: AFZ 17-18/1990, S. 429-433.
- Ham, Sam: Environmental Interpretation. **A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets.** Golden, Colorado, USA 1992. *Gute Einführung in den Interpretationsansatz. Viele praktische Tipps zur Planung und Umsetzung (mit Kapiteln zu selbstführenden Pfaden).*
- Hrubesch, Christoph: **Tourismus ohne Barrieren. Leitfaden für eine behindertenorientierte Angebotsgestaltung in touristischen Zielgebieten.** Rüsselsheim 1998.
- Lang, Christian / Stark, Werner: **Schritt für Schritt NaturErleben. Ein Wegweiser zur Einrichtung moderner Lehrpfade und Erlebniswege.** Wien 2000. *Viele praktische Hinweise zum Bau von Aktionselementen. Zu bestellen unter [www.umweltbildung.at](http://www.umweltbildung.at) – Publikationen – Publikationen FORUM.*
- Lehnies, Patrick / Glawion, Rainer: **Landschaftsinterpretation. Ein Ansatz zur Aufbereitung regionalgeographischer Erkenntnisse für den Tourismus.** In: Zollinger, Gaby (Hrsg.): Aktuelle Beiträge zur angewandten Physischen Geographie der Tropen, Subtropen und der Region TriRhena. Freiburger Geographische Hefte 60, S. 313-326. Freiburg 2000. *Kurze Einführung in den Interpretationsansatz und Beschreibung der Planung der Entdeckungspfade Belchenland und Wieden im Südschwarzwald (d.h. eines thematisch abgestimmten Netzes von 9 selbstführenden Pfaden). Als PDF (225 KB) zum Download unter [www.interpret-europe.net](http://www.interpret-europe.net) – Publications.*



### Literaturhinweise

- Lehnies, Patrick / Glawion, Rainer: **Mehr als nur schön. Professionelle Landschaftsinterpretation zur Förderung des nachhaltigen Tourismus im Südschwarzwald.** In: Forum Umweltbildung (Hrsg.): Grenzgänge. Umweltbildung und Ökotourismus, S. 31-35. Wien 2002.  
*Enthält erste Evaluationsergebnisse zu den Entdeckungspfaden im Belchenland. Zu bestellen unter [www.umweltbildung.at](http://www.umweltbildung.at) – Publikationen – Publikationen FORUM.*
- Lehnies, Patrick / Glawion, Rainer: **Landschaftsinterpretation. Erd- und Landschaftsgeschichte als Freizeit-Erlebnis.** In: Geographie und Schule, Heft 159, Februar 2006, S. 23-28.  
*Einführung in den Ansatz der Besucherorientierten Interpretation. Zu bestellen bei <http://www.aulis.de/zeitschriften/gsl>.*
- Ludwig, Thorsten: **Grundlagen der Interpretation. Das Kurshandbuch.** TOPAS-Pilotkurs Nr. 4. Werleshausen 2003.  
*Online-Publikation unter [www.interp.de](http://www.interp.de) – Dokumente. Dieses Kurshandbuch ist modular aufgebaut und geeignet, um verschiedene Themen zur Interpretation zu vertiefen.*
- Megerle, Heidi: **Naturerlebnispfade – neue Medien der Umweltbildung und des landschaftsbezogenen Tourismus?** Bestandsanalyse, Evaluation und Entwicklung von Qualitätsstandards, Dissertation Universität Tübingen. Tübinger Geographische Schriften, Heft 124. Tübingen 2003.  
*Diese Dissertation zeigt viele Mängel in der Konzeption und Umsetzung von Erlebnispfaden auf. Fehler, die nicht unbedingt wiederholt werden sollten.*
- Oberbeck, Jens: **Neue Konzepte von Umweltpädagogik und angepasstem Tourismus.** Aufgezeigt am Beispiel der Waldschule und des Waldspielgeländes im Nationalpark Bayerischer Wald. Unveröffentlicht 1991.  
*Unveröffentlichte wissenschaftliche Arbeit im Fach Geographie für die Zulassung zur Staatsexamensprüfung für das Lehramt an Gymnasien. Referent: Prof. Dr. H.G. Bohle. Institut für Kulturgeographie der Universität Freiburg.*



- Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Inneren / Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Gesundheit / Bayerische Architektenkammer (Hrsg.): **Barrierefreies Bauen 3. Straßen, Plätze, Wege, Öffentliche Verkehrs- und Grünanlagen sowie Spielplätze.** Planungsgrundlagen; Leitfaden für Architekten, Landschaftsarchitekten, Landschaftsarchitekten, Fachingenieure, Bauherren und Gemeinden zur DIN 18 032 Teil 1, Ausgabe Januar 1998; Vergleichende Betrachtung und Erläuterungen. München 2001.  
*Im Internet als PDF-Datei (989 KB) unter [www.byak-barrierefrei.de](http://www.byak-barrierefrei.de) – Publikationen zum barrierefreien Bauen.*
- Orf, Siegfried: **Aus der Rechtsprechung zur Verkehrssicherungspflicht des Waldbesitzers.** In: Neue Zeitschrift für Verkehrsrecht, Heft 5/1997, S.201-209.
- Serrell, Beverly: **Exhibit Labels. An interpretive approach.** Walnut Creek, California, USA 1996.  
*Sehr differenziert. Vor allem hilfreich für die Feinbearbeitung von Texten.*
- Tilden, Freeman: **Interpreting our Heritage.** Chapel Hill, North Carolina, USA ³1977.  
*Der Klassiker! Aufgrund der anschaulichen Erläuterung der Grundprinzipien der Besucherorientierten Interpretation nach wie vor sehr lesenswert. Mit diesem Buch ist der Ansatz in den englischsprachigen Fachkreisen bekannt geworden.*
- Trapp, Susanne / Gross, Michael / Zimmermann, Ron: **Signs, Trails and Wayside Exhibits. Connecting people and places.** Stevens Point, Wisconsin, USA ²1994.  
*Sehr viele Abbildungen auch zu Fragen des Wegebaus und der Gestaltung von Schautafeln.*
- Veverka, John: **Tips and Concepts for planning truly "Interpretive" Exhibits.** Laingsburg, Michigan, USA (o.J.).  
*Als PDF (136 KB) zum Download unter [www.interpret-europe.net](http://www.interpret-europe.net) – Publications.*
- Zányi, Eva: **Wie werden Natur und Kultur zum unverwechselbaren Erlebnis?** In: Forum Umweltbildung (Hrsg.): Grenzgänge. Umweltbildung und Ökotourismus, S. 28-30. Wien 2002.  
*Zu bestellen unter [www.umweltbildung.at](http://www.umweltbildung.at) – Publikationen – Publikationen FORUM.*





# 9 »Anhang

## Projektziele und Prioritäten Planungshilfe zum Kopieren (vgl. Kap. 1.3)

Füllen Sie für jedes der Projektziele zunächst aus, wie wichtig es ist:

- unwichtig
- weniger wichtig
- wichtig
- sehr wichtig

Anschließend füllen Sie die Spalte Priorität für die wichtigsten Ziele aus.

- 1 = Dieses Ziel hat Vorrang vor allen anderen Zielen (kann nur einmal vergeben werden!).
- 2 = Dieses Ziel ist am zweitwichtigsten.

Füllen Sie diese Checkliste auch aus Sicht der wichtigsten Projektpartner und Geldgeber aus.

Die **Einleitung** soll die Leitidee nennen oder Fragen und Rätsel stellen, die auf die Leitidee hinführen.

An **jedem Stopp** soll die Beziehung zur Leitidee deutlich werden.

**Am Ende** (am letzten Stopp) wird die Leitidee als zentrale Botschaft betont.

### Projektziele

Wichtigkeit    Priorität

- Das Projekt soll einen Beitrag leisten zur
  - ( ) **Umweltbildung** ..... ..
  - ( ) Sensibilisierung für den Wert des Naturerbes ..... ..
  - ( ) Sensibilisierung für den Wert des Kulturerbes ..... ..
- Das Projekt soll eine Attraktion für Ausflügler und Touristen schaffen und die Wertschöpfung im umwelt- und sozialverträglichen **Tourismus** unterstützen ..... ..
- Das Projekt soll einen Beitrag zur **Vermarktung** der folgenden **regionaltypischen Produkte** leisten:
  - ..... ..
  - ..... ..
  - ..... ..
- Das Projekt soll die **regionale Identität** der einheimischen Bevölkerung stärken ..... ..
- Das Projekt soll ..... ..
- ..... ..
- ..... ..

### Leitidee / zentrale Botschaft (vgl. Kap. 4.1.2)

- Unser Zielpublikum (vgl. Planungshilfe Zielgruppenprofil) soll nach Nutzung des Pfades verstanden / erfahren / erlebt haben,
  - dass .....
  - .....





# 9 »Anhang

## Zielgruppenprofil Planungshilfe zum Kopieren (vgl. Kap. 3.1.2)

	aktuelles Nutzerprofil	künftig angestrebtes Nutzerprofil
<b>Nach Alter</b>		
• Vorschulalter (< 6 Jahre)	.....	.....
• Schulkinder (6-13 Jahre)	.....	.....
• Jugendliche (14-21 Jahre)	.....	.....
• Erwachsene (22-64 Jahre)	.....	.....
• Senioren (≥ 65 Jahre)	.....	.....
<b>Nach Gruppengrößen</b>		
• Einzelpersonen, Paare, Kleingruppen (≤ 5 Personen)	.....	.....
• Mittelgroße Gruppen (6-12 Personen)	.....	.....
• Großgruppen (Busgesellschaft, Schulklasse)	.....	.....
<b>Nach Aktivitäten / Fortbewegung</b>		
• Spaziergänger	.....	.....
• Wanderer	.....	.....
• Radwanderer, Mountainbiker, Reiter	.....	.....
<b>Nach Einschränkungen</b>		
• mit Kinderwagen	.....	.....
• gehbehindert	.....	.....
• rollstuhlgebunden	.....	.....
• sehbehindert, blind	.....	.....
• hörgeschädigt, taub	.....	.....
• lernbeeinträchtigt	.....	.....
<b>Nach Anreise</b>		
• mit PKW (Wanderparkplatz)	.....	.....
• mit ÖPNV	.....	.....
• zu Fuß vom Quartier aus	.....	.....
<b>Nach Herkunftsgebieten</b>		
• Ortsansässige	.....	.....
• Tagesausflügler aus der Region	.....	.....
• Inlands-Touristen	.....	.....
• Auslands-Touristen (Sprachen!)	.....	.....
<b>Nach Vorwissen</b>		
• keinerlei Vorwissen	.....	.....
• interessierte Laien	.....	.....

Zunächst ist es sinnvoll zu überlegen, von wem die Route bzw. der Ort bereits aufgesucht wird. Diese Gruppen sind potenzielle Zielgruppen. In der ersten Spalte können Sie das **aktuelle Nutzerprofil** eintragen. Dabei empfiehlt es sich, die Anzahl der jeweiligen Nutzer grob zu schätzen (durchschnittlicher Sommertag oder Spitzentag).

In der zweiten Spalte können Sie die **angestrebte Anzahl der künftigen Nutzer** eintragen. Die Nutzergruppen mit der **höchsten Priorität** sowie jene, die stark gesteigert werden sollen, sollten farbig hervorgehoben werden.

Die Zielgruppen müssen beachtet werden:

1. bei der Vorüberlegung zum **angemessenen Aufwand**;
2. bei der **Planung** der Erreichbarkeit, Schwierigkeit und Länge der **Route**;
3. beim **Design** von Tafelgestellen und Aktions-elementen und beim **Platzbedarf** auf Wegen und für Stopps;
4. beim Anknüpfen an die Erfahrungen und das Vorwissen der Besucher bei **Texten** und bei **Illustrationen**;
5. bei der Planung und Umsetzung der **ergänzenden Infrastruktur**;
6. beim **Marketingkonzept**.





## Arbeitspakete Planungshilfe zum Kopieren (vgl. Kap.5.2)

Ein Arbeitspaket soll ein konkretes Ergebnis erzielen. Dieses wird dem Projektleiter, dem Team bzw. dem Projektverantwortlichen schriftlich oder mündlich präsentiert und abgenommen (unter „ok?“).

Machen Sie sich Gedanken über alle Arbeitsschritte, die notwendig sind, um das Ergebnis zu erzielen. Der Zeitbedarf wird nicht nur vom Aufwand in Stunden bestimmt, sondern auch von der Verfügbarkeit des Bearbeiters und von Reaktionszeiten Dritter!

Überlegen Sie, welche Kompetenzen notwendig sind, um die Arbeitsschritte auszuführen. Besprechen Sie das Arbeitspaket mit dem Bearbeiter.

- Ist der Bearbeiter allein in der Lage, das Ergebnis termingerecht in der anvisierten Qualität zu liefern?
- Sollte ihm ein Experte beratend zur Seite gestellt werden?
- Sollten bestimmte Arbeiten besser gleich an Dritteiler vergeben werden?

Prüfen Sie, ob das Arbeitspaket von anderen abhängig ist bzw. umgekehrt. Dies ist wichtig, um die Auswirkungen von Verzögerungen einschätzen zu können.

<b>Arbeitspaket:</b>		<b>Nr.:</b>
Bearbeiter / Berater / Dritteiler / Verantwortlicher:		
Angestrebte Ergebnisse (mündlich / schriftlich):		ok?
<b>zu tun (Vorgänge):</b>	<b>Aufwand (h) / Zeitbedarf (Tage o. Wochen)</b>	<b>Finanzbedarf</b>
Benötigte Kenntnisse / Kompetenzen:		
Benötigter Input (was? von wem?):		
Anlagen (z.B. Planungshilfen, Vereinbarungen, Verträge):		
Gesamter Zeitbedarf:	Gesamtkosten:	
Geplanter Start:	Voraussetzung für Arbeitspaket Nr.:	
Geplanter Abschluss:	Bei Problemen (z.B. Verzögerung) Info an:	





## 9 »Anhang

### Standorte / Stopps Planungshilfe zum Kopieren (vgl. Kap. 5.3.2)

Standort Name:	Nr.:
Was ist bemerkenswert und sichtbar?	vgl. Kap. 3.2
Welche anderen Sinne können wie angesprochen werden?	vgl. Kap. 4.3.2
Mögliche sonstige Bezüge zu den Besuchern:	vgl. Kap. 4.3
Ideen für erläuternde Zeichnungen / Fotos / Aktionselemente:	vgl. Kap. 4.2.2
Für welche Zielgruppen ist der Zugang erschwert / unmöglich?	
Rastplatz / Einkehrmöglichkeit / Spielmöglichkeit? (zutreffendes unterstreichen) Maximale Besucherkapazität am Standort: ____ Personen Andere Belange: Naturschutz <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Denkmalschutz <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein vgl. Kap. 4.4 Anlieger, Land- & Forstwirtschaft <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein und 7.1	
Offene Fragen (Bedarf für Expertengespräch / vertiefende Recherche):	

Das Standort-Formular sollte zunächst unmittelbar an Ort und Stelle während einer Geländebegehung für jeden potenziellen Stopp ausgefüllt werden. Im Laufe der weiteren Bearbeitung kann es immer wieder ergänzt werden.

„Bemerkenswerte Phänomene“ befinden sich entweder direkt am Wegrand oder sie sind vom Weg aus in der Ferne zu sehen (Aussichtspunkte).

Das Formular wird durch Fotos und Recherchematerial ergänzt, die die sichtbaren Phänomene und die relevanten Inhalte dokumentieren.





## Grafische Gestaltung Planungshilfe zum Kopieren (vgl. Kap.5.3)

Die Größe und Form der Textblöcke hat großen Einfluss auf das Erscheinungsbild. Wenn eine zu kleine Tafel zu voll ist, wirkt sie unübersichtlich und anstrengend.

Layoutvorgaben – einschließlich Vorgaben für die maximale Textmenge – sollten bereits während der Grobkonzeption in Kooperation mit dem Grafiker und dem Interpreten erarbeitet werden. Beim Verfassen der Texte sollten diese Vorgaben bereits bekannt sein. Das umgekehrte Vorgehen – erst werden Tafelmaße festgelegt und Texte geschrieben und der Grafiker soll dann das Beste aus diesen Vorgaben machen – führt meist zu unbefriedigenden Ergebnissen.

geprüft

<b>Nicht zu viel Text</b>	vgl. Kap. 4.2.3	.....
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je Schautafel weniger als 200 Wörter!</li> <li>• Texte mit mehr als 60 Wörtern in Abschnitte mit <b>Zwischenüberschriften</b> unterteilen.</li> </ul>		
<b>Nicht visuell überfrachten</b>	vgl. Kap. 4.2 und 4.4	.....
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nicht zu viele Abbildungen:</b> Auch viele Bilder können die Besucher überfordern und den Blick für das Wesentliche verstellen.</li> <li>• <b>Nicht zu komplexe Abbildungen</b>, mit denen man sich lange befassen muss, um sie zu verstehen.</li> <li>• <b>„Luftiges“ Layout</b> Etwa ein Drittel der Gesamtfläche bleibt frei: Platz zwischen den einzelnen Textblöcken und Abbildungen</li> </ul>		
<b>Das Wesentliche betonen</b>	vgl. Kap. 4.2 und 4.4	.....
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Titel und Überschriften hervorheben.</li> <li>• <b>Wichtige Abschnitte</b> durch grafische Elemente (gedachte Linien, andersartigen Hintergrund...) hervorheben.</li> <li>• Bei mehr als 60 Wörtern enthält ein hervorgehobener Haupttext die wesentliche Aussage der Tafel.</li> <li>• Gute <b>Zeichnungen</b> können das Wichtige betonen und Unwichtiges weglassen oder in den Hintergrund treten lassen.</li> </ul>		
<b>Leicht lesbare Texte</b>	vgl. Kap. 4.4	.....
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auch Abbildungsbeschriftungen sollten auf Schautafeln mindestens 0,5 cm hoch sein, so dass sie von Personen in der zweiten Reihe ohne Probleme gelesen werden können.</li> <li>• Auf guten Kontrast zwischen Schrift und Hintergrund achten. Vorsicht mit Fotos und Zeichnungen als Texthintergrund!</li> <li>• Zeilen für Fließtexte nicht zu kurz und nicht zu lang (zwischen 50 und 70 Zeichen inkl. Leerzeichen).</li> <li>• Zeilenabstände für Fließtexte nicht zu eng und nicht zu weit setzen (in Originalgröße testen! normalerweise zwischen 1,1- und 1,4-fach).</li> <li>• Gebräuchliche, leicht lesbare Schrifttypen verwenden.</li> </ul>		
<b>Einheitliche gestalterische Linie</b>		.....
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nur eine oder zwei verschiedene Schrifttypen.</li> <li>• Nicht zu viele Farben: zu bunt wirkt oft billig (Werbekatalog).</li> <li>• Wiederkehrende Designelemente in ähnlichem (aber nicht unbedingt starrem) Layoutraster.</li> </ul>		
<b>Logos von Förderinstitutionen und Förderhinweise</b>		.....







## 9 »Anhang

### Inhalte und Texte Planungshilfe zum Kopieren (vgl. Kap. 5.3.3)

			geprüft
<b>Bezug zur übergreifenden Leitidee</b>	vgl. Kap. 4.1	.....	
.....			
<b>Betonung regionaler / örtlicher Charakteristika und Besonderheiten</b>	vgl. Kap. 3.2	.....	
<b>Interesse weckende Titel und Überschriften</b>	vgl. Kap. 4.2.1	.....	
• (Leicht) provokative Feststellung			
• Frage			
• Aussage / Botschaft des Stopps			
<b>Bezug zum Besucher</b>	vgl. Kap. 4.3	.....	
• Verbindung des Themas mit aktiver Sinneswahrnehmung			
• Verbindung des Themas mit Aktivität (z.B. Aktionselement)			
• Fragen, Rätsel (mit richtigen Lösungen)			
• Anknüpfen an Alltags-Erfahrungen und Vorwissen			
• Mit-Fühlen: menschliche Hoffnungen, Enttäuschungen, Konflikte...			
<b>Lebendiger Stil</b>		.....	
• Variationen in der Satzlänge (aber nicht zu lang – vgl. unten)			
• Wörtliche Zitate			
• Überwiegend im Aktiv formulieren (aber Passiv, wenn es angebracht ist)			
• Keine Überladung mit Eigenschaftswörtern			
• So konkret und bildhaft wie möglich			
<b>Gute Lesbarkeit</b>	vgl. Kap. 4.4	.....	
• Sätze mit mehr als 20 Wörtern vermeiden			
• Fachausdrücke vermeiden (Ausnahmen: Hauptzielgruppe mit Vorwissen, Lehrpfade mit dem Hauptziel, Fachausdrücke zu erklären)			
<b>Keine inhaltlich-fachlichen Fehler</b>	vgl. Kap. 4.3.3	.....	
<b>Neue Einsicht / Aha-Erlebnis / Pointe</b>	vgl. Kap. 4.1.1 und 4.3.3	.....	
<b>Korrekte Rechtschreibung</b>		.....	

Diese Planungshilfe dient der Feinbearbeitung und der Endredaktion der Texte zu den Stopps. Für diese Bearbeitung muss genügend Zeit eingeplant werden.

Wenn dieselbe Person mehrere Korrekturgänge durchführt, sollte sie die Texte möglichst eine Woche lang liegen lassen.

In der Spalte „geprüft“ können Sie entweder Häkchen oder Handzeichen mit Datum eintragen.





## Gestattungsvertrag Vorlage zum Kopieren

(vgl. Kap.7.1)

Bitte tragen Sie Namen  
und genaue Adressen der  
Vertragspartner ein.

**Zwischen**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 (nachfolgend **Eigentümer** genannt)

**und**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 (nachfolgend **Berechtigter** genannt)

wird folgender Gestattungsvertrag geschlossen.

### § 1 Gegenstand des Vertrages

1. Dem Berechtigten wird gestattet, den im Anhang beschriebenen Pfad (nachfolgend Anlage genannt) zu errichten, zu betreiben, zu beaufsichtigen. Der Anhang ist Bestandteil des Vertrages.
2. Betroffene Grundstücke:

Gemarkung	Flurstück-Nr.	Lage / Nutzungsart	Distr. / Abt.

### § 2 Vertragsdauer

Der Vertrag beginnt am: .....

und endet am: .....

Die Vertragslaufzeit verlängert sich jeweils um 1 Jahr, wenn nicht eine Vertragspartei spätestens 6 Monate vor Ende der Laufzeit den Vertrag schriftlich gekündigt hat.



### § 3 Entgelt und Entschädigung

Für die Gestattung ist kein Entgelt zu entrichten.

### § 4 Besondere Vereinbarungen

- Der Berechtigte ist verpflichtet, die Anlage laufend in gutem Zustand zu halten.
- Die ganzjährige Verkehrssicherung der Anlage erfolgt durch den Berechtigten.
- Nach Beendigung des Vertragsverhältnisses übernimmt der Berechtigte den vollständigen Abbau der Anlage auf eigene Kosten.
- Durch die Anlage dürfen land- und forstwirtschaftliche Nutzung, Schneeräumung und Loipenbetrieb nicht beeinträchtigt werden.

.....  
 .....  
 .....

### § 5 Ausfertigungen

Dieser Vertrag wird .....-fach ausgefertigt.

..... Fertigung(en) erhält .....

..... Fertigung(en) erhält .....

**Anlagen:** Sämtliche Anlagen sind Bestandteil dieser Vereinbarung.

.....  
 .....

Es können weitere besondere Vereinbarungen ergänzt werden.

Bitte listen Sie die Anlagen auf.

Eigentümer	Berechtigter
Ort, Datum	Ort, Datum
Unterschrift	Unterschrift



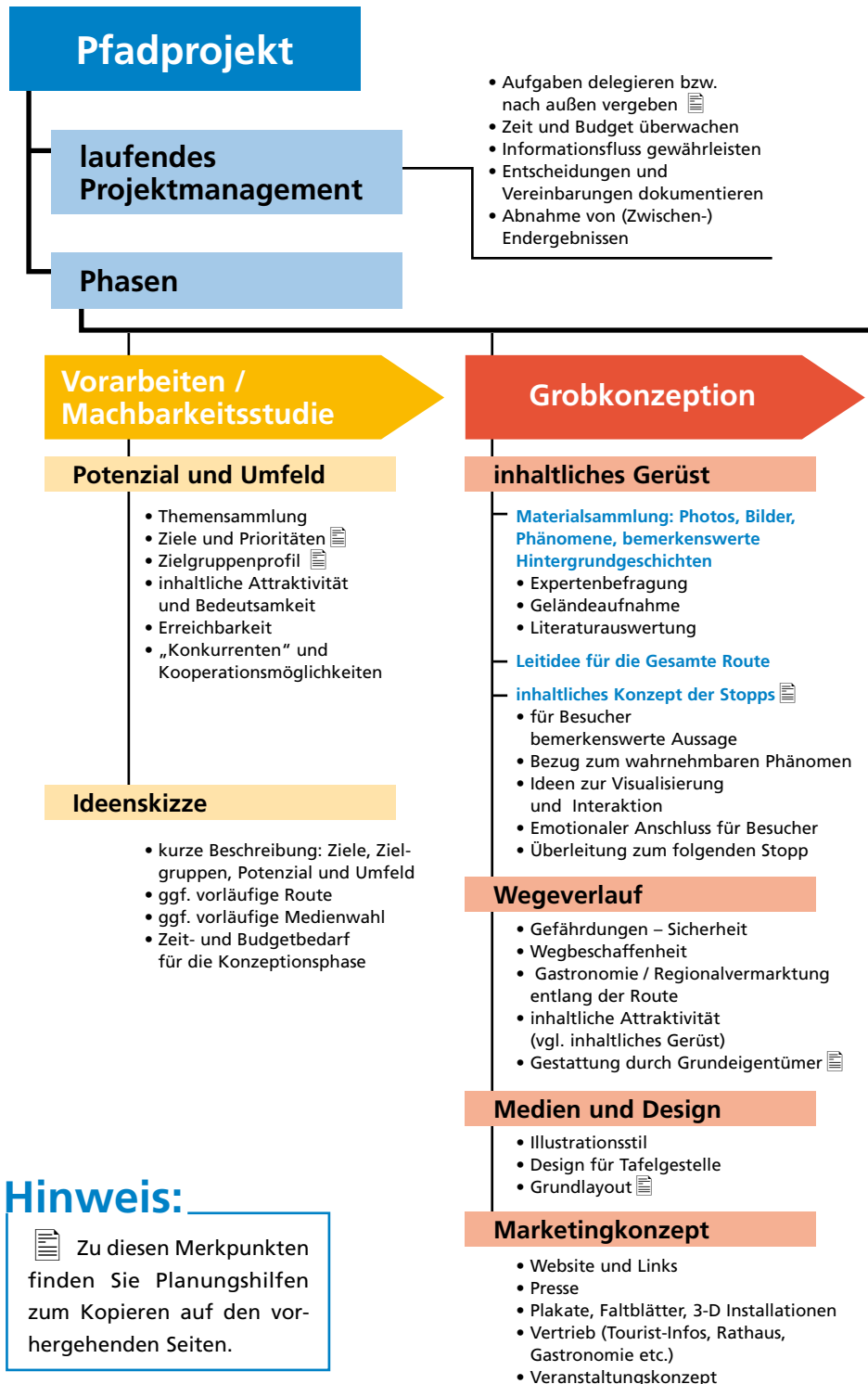
## Beispiels-Projektübersicht zu Kapitel 5

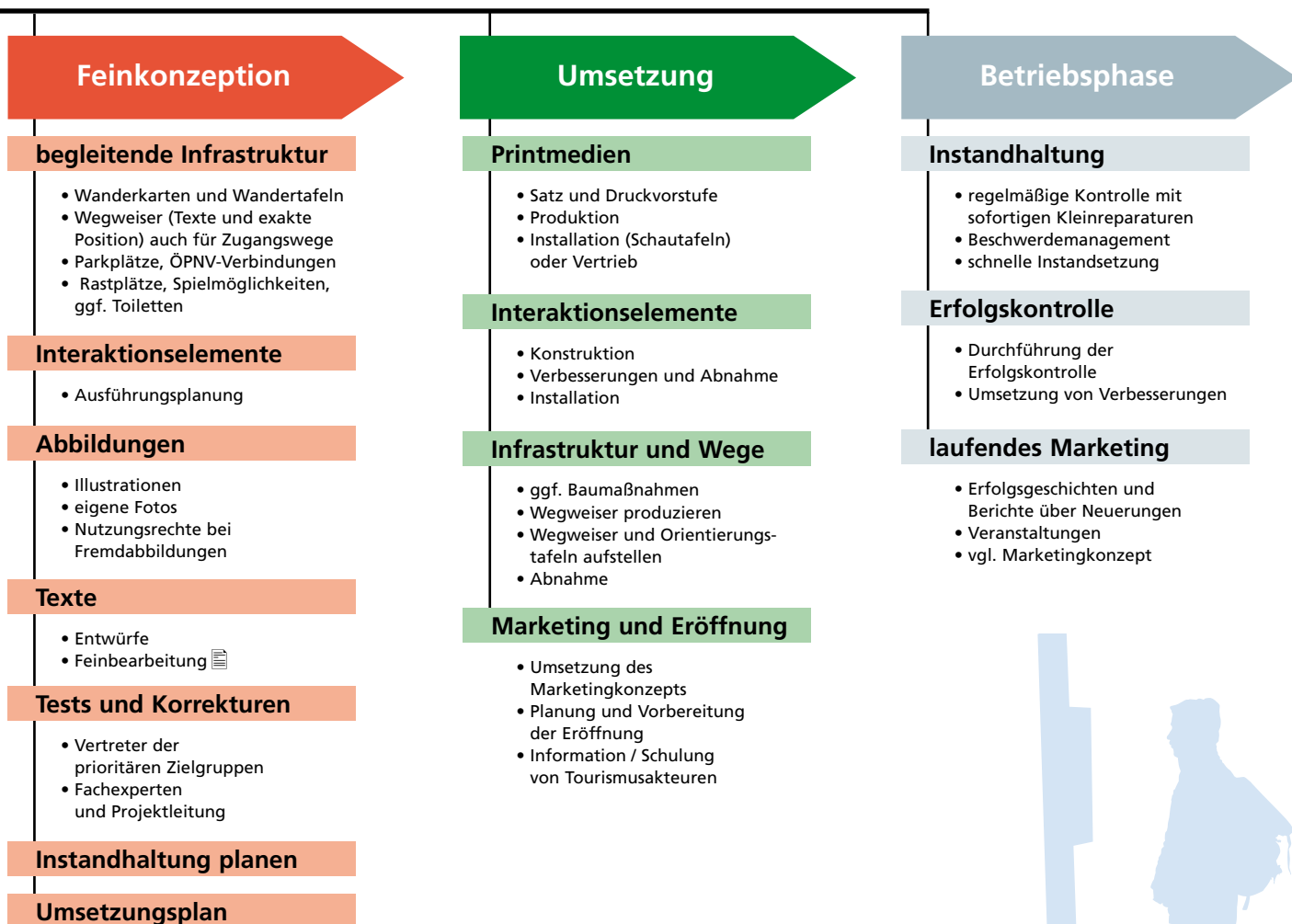
Dies ist ein Beispiel, das Sie anregen soll, Ihr Vorhaben systematisch zu durchdenken.

Klären Sie die beiden folgenden Fragen am besten in einer Teamsitzung:

- Was fehlt noch?
- Was ist für Ihr Pfadvorhaben überflüssig?

Die den Phasen zugeordneten farbigen Rechtecke können Sie beispielsweise als Arbeitspakete definieren. Die Merkmale können Anregungen für die Untergliederung in Arbeitsschritte bieten (vgl. Planungshilfe „Arbeitspakete“).







Haus der Natur, Feldberg



Naturpark  
Südschwarzwald

Haus der Natur  
Dr.-Pilet-Spur 4  
79868 Feldberg

Telefon 076 76.93 36-10  
Telefax 076 76.93 36-11

[www.naturpark-suedschwarzwald.de](http://www.naturpark-suedschwarzwald.de)  
[naturpark@naturpark-suedschwarzwald.bwl.de](mailto:naturpark@naturpark-suedschwarzwald.bwl.de)



Diese Veröffentlichung wurde aus Mitteln der Europäischen Union und der Glücksspirale gefördert.