

	ABHANDLUNGEN DER GEOLOGISCHEN BUNDESANSTALT					
	Abh. Geol. B.-A.	ISSN 0378-0864	ISBN 978-3-85316-036-7	Band 60	S. 209-212	Wien, 11.-16. Juni 2007
SCHRIFTENREIHE DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT FÜR GEOWISSENSCHAFTEN						
GEOTOPE – DIALOG ZWISCHEN STADT UND LAND		ISBN 978-3-932537-49-3	Heft 51	S. 209-212	Wien, 11.-16. Juni 2007	
11. Internationale Jahrestagung der Fachsektion GeoTop der Deutschen Gesellschaft für Geowissenschaften						

## Die Ausbildung von RegionsführerInnen als wichtiger Faktor für Regionsbewusstsein und (Geo)Tourismus – Ein Erfahrungsbericht

FRANZ STÜRMER\*)

2 Abbildungen

*Geopark  
Geotourismus  
Biotourismus  
Didaktik*

### Inhalt

Zusammenfassung .....	209
Abstract .....	209
1. Einleitung .....	209
1.1. Status quo – Tourismus allgemein .....	209
1.2. Status quo – Geoparks .....	210
1.3. Fremdenführer .....	210
2. Die Ausbildung von Regionsführern .....	210
2.1. Ziele .....	210
2.2. Ausbildungskriterien .....	212
Kooperationen .....	212

### Zusammenfassung

Auf Grund von Anfragen aus dem Bereich des regionalen Tourismus konzipierte der Autor im Rahmen geförderter regionaler Qualifizierungsmaßnahmen Ausbildungen zu Regionsführern bzw. war er an der Konzeptentwicklung beteiligt. Diese Ausbildung von regionalen Besucherbetreuern und Wissensvermittlern kann für eine Region folgende positive Faktoren bewirken: Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung in der ortsansässigen Bevölkerung, Wertschätzung der (geologischen) Besonderheiten der Region, Schaffung von positiven Meinungsträgern, Nachhaltigkeit und Eigendynamik, Entwicklung eines Pools von regionalen Betreuern, Gewährleistung einer Betreuung der Touristen, wirtschaftliche Nachhaltigkeit.

### Training of Region Guides as an Important Factor of Regional Conscience and (Geo)Tourism – An Experience Report

#### Abstract

Training to region-guides in rural districts just as Geoparks, „Naturparks“ or National Parks causes the following positive effects: origination of feeling and perception of residents, increase of appreciation of regional (geological) characteristics, origination of positive leaders of opinion, permanent effectivity and proper motion, development of a pool of region-guides as a guarantee for attending to tourists, permanent economic effectivity.

### 1. Einleitung

#### 1.1. Status quo – Tourismus allgemein

In den letzten Jahren ist vor allem im Individualtourismus eine zunehmende Forderung nach gesteigerter Qualität zu bemerken. Zugleich ist auch eine Änderung im Freizeitverhalten zu verzeichnen. Die Besucher sind nicht nur anspruchsvoller, was Unterkunftsmöglichkeiten und Gastro-

nomie betrifft, sie wollen auch die Möglichkeit haben, fakultativ auf eine geschulte und professionelle Betreuung bei der Nutzung ihrer Freizeit zurückgreifen zu können. Wellness, Relaxing sowie Bio- und Geotourismus liegen im Aufwärtstrend.

\*) Dr. FRANZ STÜRMER, Hauptplatz 9, A 2095 Drosendorf.  
[franz.stürmer@gmail.com](mailto:franz.stürmer@gmail.com)

Als Reaktion darauf ist auch ein Umdenken auf Seiten der Anbieter zu bemerken. So werden Änderungen in den Angebotspaletten angedacht und auch zur Umsetzung gebracht. Ein mittlerweile etablierter Weg sind Angebote von Packages, Kombinationen aus Quartier, Gastronomie und (zumeist) betreuten Aktivangeboten.

Basis für diese Packages sind die naturräumlichen Voraussetzungen und kulturhistorischen Ressourcen einer Region, die vermehrt durch innovative Einrichtungen aufgerüstet werden.

Ein weiterer wichtiger Faktor für die Umsetzung dieser Angebote ist das Fachpersonal. Hier fehlen jedoch oftmals regions-, fachspezifisch und rhetorisch ausgebildete Wissensvermittler.

Mit der touristischen Forderung im Hintergrund, dass für alle Bereiche der Betreuung möglichst qualifiziertes Personal zur Verfügung stehen soll, setzt sukzessive ein Umdenken ein und der Wunsch nach Ausbildungsmaßnahmen wird laut. War es für den Betreiber eines Wellness-Hotels klar, für den Gesundheitsbereich geschulte Trainer zur Verfügung zu haben, so ist bisher auf die Qualität der Betreuung in der Region (Regionsführer) vielfach zu wenig Wert gelegt worden bzw. nur auf das Personal von vorhandenen Institutionen (Museen, Schlösser) oder ehrenamtliche Stadtführer zurückgegriffen worden, die die Anfragen oft quantitativ nicht bewältigen konnten.

Neben dieser vermehrten Betreuung im Rahmen von touristischen Angeboten ist der Wunsch nach kompetenter Information vor Ort gegeben, man will wissen, „woran man ist“. Die Erwartungshaltung ist vorhanden, dass sowohl das Personal von Gastronomie und Beherbergung als auch die Angestellten/Vertreter der Gemeinden über die Region Bescheid wissen.

## 1.2. Status quo – Geoparks

Geoparks zeichnen sich durch ihre reichhaltigen Ressourcen besonders im Bereich der Natur aus. Sie können oftmals eine lange Besiedlungsgeschichte vorweisen, die sich in einer gewachsenen Struktur der Kulturlandschaft der Region einerseits und in historischen Gebäuden und Ensembles andererseits manifestiert. Teile dieser „Sehenswürdigkeiten im weiteren Sinn“ sind auch schriftlich erfasst und auf Flugzetteln, Foldern oder Broschüren für den Besucher (tw. gegen Bezahlung) erwerbbar.

Diese schriftlichen Unterlagen sind eine gute Basis, werden auch oft konsumiert, sind jedoch eher als Nachschlagewerk bzw. als Hilfe zur Wegfindung in Gebrauch.

Sie sind aber kaum ausreichend, die thematische Vernetzung eines Geoparks sowie die Vielfalt der punktuellen Hinweise darzustellen. Zugleich sind schriftliche Unterlagen keine emotionalen Träger, die persönliche Erfahrungen, Tipps oder Hinweise liefern wie „Fossilien wollt's sehen, was Besonderes ist der Grabstein vom Oberlehrer Rauscher, da sind zwei große Ammoniten zu sehen“ oder „Wenn der Hias bei der Hütt'n ist, fragt's nach

einem frischen Schafkäs“ etc. Gerade diese Hinweise sind es aber, die das Gefühl der persönlichen Betreuung erzeugen. Der Gast fühlt sich gut aufgehoben, in die „Geheimnisse der Region“ eingeweiht.

Für diese Betreuungstätigkeit sind aber ein profundes Wissen um die Region und ihrer Einrichtungen, aber auch die Art der Vermittlung Voraussetzung.

## 1.3. Fremdenführer

Auf hauptberufliche Fremdenführer ist in der Regel in von Ballungszentren entfernt gelegenen Regionen wie Geoparks selten zugreifbar. Hauptberufliche Fremdenführer sind auf eine Auslastung und damit auf eine hohe Besucherfrequenz angewiesen, die in Geoparks nicht erreicht wird.

Auch kann in der Ausbildung zum konzessionierten Fremdenführer durch die Fülle des Stoffes auf ein Detailwissen einer Region und auf naturwissenschaftliche Grundlagen nicht eingegangen werden. Diese sind aber für eine qualitätsvolle Betreuung innerhalb eines Geoparks wichtig.

## 2. Die Ausbildung von Regionsführern

Eine Ausbildung von Ortsansässigen zu Regionsführern kann damit die in Kapitel 1 angesprochenen Anforderungen bzw. Erwartungen abdecken und folgende positive Auswirkungen erzielen.

### 2.1. Ziele

- **Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung**  
Ein Ziel der Ausbildung ist die Sensibilisierung und Weckung von Bewusstseinfür die Besonderheiten der Region. Das konnte vom Autor vor allem durch eine Aufteilung zwischen Indoor- und Outdoor-Unterricht in einem Verhältnis von 60:40 erreicht werden. Dabei geht es nicht nur um die Kenntnis der Örtlichkeit, des Aufschlusses, des Trockenrasens oder mittelalterlichen Ruinenrests, sondern auch um das „Sehen Lernen“. Schichtgrenzen erkennen, geomorphologische Strukturen, Zeigerpflanzen oder die Spitzbögen der Gotik sind am Besten vor Ort „in natura“ erkennbar und erlernbar. Während der Exkursionen hat sich ein interaktives Training in Dialogform als beste Methodik erwiesen. „Was erkennen Sie? Was bedeutet das?“, sind die wichtigsten Fragen, die den Kursteilnehmern ge-



Abb. 1.  
Exkursionspunkt Amethystwelt Maissau –  
Übungsführung einer Kursteilnehmerin.

stellt werden. Bewusst wahrnehmen zu lernen und zu trainieren, sollten neben den fachlichen Aspekten im Mittelpunkt der Exkursionen stehen.

Erst wenn die Besonderheiten der Region von den Kursteilnehmern, die ja zumeist aus der Region stammen, erkannt werden, sie als solche gewertet werden, kann auch eine positive Stimmung dem aufgelassenen Steinbruch, der unbewirtschafteten Heißblände oder dem verfallenen Hammerwerk entgegengebracht werden. Diese Stimmung und der Stolz, etwas Besonderes in der Region zu „besitzen“, sind dann auch Träger bei der Informationsweitergabe an Gäste.

In der Ausbildung wird auch auf eine Sensibilisierung für oftmals nicht beachtete Naturgegebenheiten und ihre Zusammenhänge Wert gelegt. Wichtig sind hier besonders interdisziplinäre Konnexen von Geomorphologie, Landschaftsentwicklung, Historik und Sozialgeschichte. Das Erkennen, dass hier ein Netz von Verbindungen zwischen Untergrund, Anbaumethodik, Verwendung von Gestein, Baumaterialien, Prosperität und historischer Entwicklung bis hin zur regionalen Sagenwelt vorliegt und damit die Region zu einer einzigartigen gewachsenen Struktur macht, ist Basis für eine neue Sicht auf die Region.

○ **Wertschätzung**

Mit der Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung geht auch eine Wertschätzung der Ressourcen der Region einher. Diese kann als wichtiger Faktor zur Erhaltung der Landschaft sowie vorhandener Einrichtungen angesehen werden. Besonders sensible Bereiche wie Geo- und Biotope, die in der öffentlichen Meinung oftmals als (noch) nicht erhaltenswert angesehen werden, können durch das Wissen um ihre Besonderheit für die Zukunft bewahrt werden. Hier sind in der Region sesshafte (und damit permanent anwesende) positive Meinungsträger weitaus höher zu bewerten als externe Stimmen, die punktuell auf die Wichtigkeit des Erhalts eines Aufschlusses oder Biotops hinweisen

○ **Schaffung von positiven Meinungsträgern**

Die Ausbildung zu Regionsführern kann mit dem gewonnenen Regionsbewusstsein und der Wertschätzung der eigenen Region positive Meinungsträger schaffen, die sowohl im inneren als auch im äußeren Marketing einen wichtigen Faktor darstellen.

Sind positive Meinungsträger für das in Punkt „Wertschätzung“ angesprochene sogenannte „Innere Mar-

keting“ als wichtig und richtungsweisend anzusehen, so sind sie im äußeren Marketing unerlässlich.

„Wer von etwas überzeugt ist, kann auch überzeugen“ – der positive Meinungsträger vermittelt als Werbeträger der Region nicht nur Inhalte auf der sachlich-verbalen Ebene, er vermittelt die Besonderheit und Schönheit der Region auch auf der nonverbalen Ebene und kann damit überzeugen und besticht zugleich durch seine Authentizität.

○ **Nachhaltigkeit und Eigendynamik**

Die gewonnene Wertschätzung kann sich in Aktionsgruppen wie Vereinen manifestieren, die ein spezielles Thema, Kleinregion oder Objekt wie die Erhaltung eines Kalkofens, Kopfweidenbestandes oder Aubereichs als Ziel hat, und damit zur Aufwertung der Region beitragen.

Weiters kann sich aus den in den voranstehenden Punkten beschriebenen Faktoren eine Eigendynamik entwickeln, die sich als treibende Kraft in der Region manifestiert bzw. Impulse einbringt, Projekte im Bereich des (Geo)Tourismus ins Leben ruft und umsetzt, die in Folge zu einer permanenten Einrichtung werden und damit Nachhaltigkeit besitzen.

In dem vom Autor entwickelten und abgehaltenen Kursen konnte er (gerade bei den schriftlichen Abschlussarbeiten) eine Eigendynamik im Bereich der Erforschung und Recherche feststellen. Wird dieses Interesse an einem Thema gefördert, kann es zu einer Aufarbeitung dieses Themas kommen, was wiederum der Region zugute kommt.

Zusammenfassend kann von der Ausbildung zum Regionsführer eine Dynamik in die Richtungen Erhaltung, Innovation und Erforschung ausgehen. Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit wird später abgehandelt.

○ **Entwicklung eines Pools von regionalen Betreuern**

Das von den Regionsbetreuern/managern, die als Auftraggeber für die hier angesprochenen Kurse fungierten, geforderte Ziel ist die Etablierung/Aufstockung sowie Qualifizierung von Regionsführern. Diese stehen den regionalen Institutionen (gegen Bezahlung) zur Verfügung und sind vielseitig einsetzbar. Ihr in der Ausbildung erarbeitetes Wissen ist ein solider Grundstock, der es erleichtert, sich Detailwissen für eine beauftragte Burgführung, Biotopwanderung oder „Zeitreise in die Erdgeschichte“ anzulesen. Zugleich ist mit der Sensibilisierung für die Zusammenhänge dieses führungs-

spezifische Thema in das Netzwerk der Themenvielfalt der Region eingewoben und kann als Basis für Hinweise weiterer Attraktionen der Region verwendet werden.

○ **Gewährleistung einer Betreuung der Touristen**

Je nach Größe der Region und Erfolg der Bewerbung des Regionsführer-Kurses erfolgte eine Teilnahme von 20 bis 40 Perso-



Abb. 2. Exkursionspunkt Lebendes Handwerksmuseum in St. Leonhard am Hornerwald. Die Kursteilnehmer probieren alte Handwerkstechniken aus

nen, wobei rund 95% die Abschlussprüfung absolvierten und somit zertifizierte Regionsführer für ihre Region sind. Davon werden 30–40% laut eigenen Angaben (Auswertung der Evaluierungsbögen) aus verschiedenen Gründen keine Führungen halten:

- **Meinungsträger:** Sie haben den Kurs aus Interesse besucht, wollen einfach für sich mehr über die Region wissen.
- **Berufstätige:** Diese Teilnehmer stecken noch voll im Berufsleben, entwickeln aber mit der Teilnahme an dem Kurs schon eine Zukunftsperspektive für ihr Pensionsleben. Sie sind also momentan für Führungen noch nicht einsetzbar.
- **Berufstätige in der regionalen Dienstleistung und im Tourismus:** Sie stehen im Frontoffice-Berufsleben in der Region und sehen den Kurs als Weiterbildung für ihren Beruf an. Teilweise wird die Kursteilnahme von ihren Arbeitgebern verpflichtend gefordert, der Kursbeitrag bezahlt. Es sind dies Mitarbeiter örtlicher Tourismusinformationen, Rezeptionisten und andere Bedienstete in der regionalen Gastronomie, Mitarbeiter oder politische Mandatäre (im Bereich Tourismus) der Gemeinden der Region, und Privatzimmervermieter und Betreiber von regionalen bio-, geo- oder kulturhistorischen Einrichtungen.

Die restlichen 55–65% der Kursteilnehmer stehen für eine Besucherbetreuung in der Region zur Verfügung, wobei sich sehr schnell die fachlichen und kleinregionalen Vorlieben der einzelnen Regionsführer herauskristallisieren. Diese thematischen Neigungen sollten im weiteren Betrieb dann auch genutzt werden.

#### ○ **Wirtschaftliche Nachhaltigkeit**

Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit durch die Ausbildung von Regionsführern ist in der Region in verschiedenen Bereichen bemerkbar. Sie ist nicht absolut messbar, kann aber in folgenden Punkten nachgewiesen werden:

- Möglichkeit der Steigerung der Angebote von Packages und personenbetreuten Angeboten und ihre Annahme durch Besucher.
- Steigerung von geführten Wanderungen, Stadtführungen etc.
- Möglichkeit der Gewährleistung und Verlängerung von Öffnungszeiten von regionalen Institutionen.
- Steigerung des Umsatzes in der Region durch die oben genannten Punkte.
- Schaffung eines Nebenverdiensts für Bewohner der Region.
- Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region (als Minderbeschäftigte, Teilzeitarbeiter und später Vollzeit- arbeiter in touristischen Institutionen, die durch den gesteigerten Bedarf aufstocken).

Die Vermarktung der Regionsführer verläuft in der Regel über eine zentrale Stelle, die diese Arbeit neben ihrer laufenden Tätigkeit übernimmt.

Im Falle der Ausbildung der „Regionsbotschafter Kamp- tal“ gab es eine Eigendynamik, die zur Gründung des Vereins Regionsbotschafter Kamp- tal führte, die sich selbst organisieren und nicht nur „Auftragsführungen“ übernehmen, sondern auch eigene Angebote entwickelt haben und diese bewerben. Weiters werden Kontakte zu Incentive- Reisebüros und anderen Institutionen aufgenommen, um die eigens entwickelten Führungs- und Betreuungsmodul- le besser vermarkten zu können.

## 2.2. Ausbildung

Die Ausbildung von Regionsführern ist in Österreich nicht gesetzlich reglementiert. Sie sollte jedoch vier basalen Richtlinien folgen:

- **Die Vermittlung eines Grundwissens ist unerlässlich**  
Hier muss auf grundlegende Begriffe, Definitionen und Basiswissen der jeweiligen Fächer (z.B. Auszüge aus der allgemeinen Geologie) Wert gelegt werden.
- **An die Region angepasst**  
Durch Vorerhebungen ist die gesamte Ausbildung an die jeweilige Region anzupassen - eine Ausbildung im Nationalpark Hohe Tauern ist schwerpunktmäßig und inhaltlich anders anzulegen als in der Region Leis- er- berge-Mistelbach (Niederösterreich, Wiener Becken und Waschberg-Zone).
- **Theorie ist nicht alles**  
Die Aufteilung zwischen Indoor- und Outdoor-Unterricht sollte in einem Verhältnis von 60:40 stehen, um die regionalen Besonderheiten vor Ort kennen zu lernen. Wie in Pkt. 2.1. dargelegt, ist das Erkennen der Beson- derheiten der eigenen Region und das „Sehenlernen“ ein wichtiger Faktor.
- **Wie sag´ ich´s meinen Gästen?**  
Eine Einführung in Rhetorik und Präsentationstechnik ist unerlässlich. Die Art der Wissensvermittlung ist ebenso wichtig wie das zu vermittelnde Wissen. Durch in den Kurs eingebaute Übungen und Praxis sowie dazugehöriger basaler Theorie in angewandter Rhe- torik wird eine Basis für eine adäquate Wissensvermitt- lung gelegt.

Es ist dem Autor bewusst, dass Kurse mit 60–100 Stun- deneinheiten (je nach Vorgabe) über die Themen einzelner Regionen keine wissenschaftlichen Studien ersetzen kön- nen. Das sollen sie auch nicht! Sie dienen als Weiterbil- dung und zugleich Initiale für eigene Studien und der Ver- tiefung des Wissens der Teilnehmer in Eigeninitiative. Die abschließende Prüfung soll eine Kenntnis des dargebote- nen Stoffes garantieren, der ein fächerübergreifendes re- gionsbezogenes Basiswissen darstellt.

Ein wichtiger Leitsatz zur gesamten Ausbildung, den der Autor immer in die Einleitung eines Kurses stellt, lautet: „Gehen, fahren, radeln Sie durch Ihre Region, wie wenn Sie auf Urlaub und auf Motivsuche für Ihre Urlaubsfotos wären. Schauen Sie die Landschaft, die Gebäude, die Na- tur bewusst an, Sie werden die Schönheit vor Ihrer Haus- türe entdecken.“

\*

Für die leichtere Lesbarkeit des Textes hat der Autor auf geschlechtsspezifische Formulierungen verzichtet.

### Kooperationen

Vorliegender Beitrag beruht auf der mehrjährigen Praxis des Autors im Bereich von Qualifizierung, Weiterbildung und Ausbildung im regionalen Bereich und der engen konstruktiven Zusammenarbeit mit Vertretern des regionalen Managements und regionaler Plattformen, wobei folgende Kooperationspartner (in Auswahl) zu nennen sind: Fassbindereimuseum Strass (NÖ): [www.vinothek-strass.at](http://www.vinothek-strass.at), Schaugarten Arche Noah, Schil- tern (NÖ): [www.arche-noah.at](http://www.arche-noah.at), Weinviertler Kräuterakademie (NÖ): [www.weinviertler-kraeuterakademie.info](http://www.weinviertler-kraeuterakademie.info), Nationalpark Thayatal (NÖ): [www.np-thayatal.at](http://www.np-thayatal.at), Diverse Leader+ Projekte im Kamp- tal (NÖ): [www.leader-kamptal.at](http://www.leader-kamptal.at), [www.kamptalgaerten.at](http://www.kamptalgaerten.at), sowie für die Destina- tion Waldviertel (NÖ): [www.waldviertel.or.at](http://www.waldviertel.or.at).

# ZOBODAT - [www.zobodat.at](http://www.zobodat.at)

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Abhandlungen der Geologischen Bundesanstalt in Wien](#)

Jahr/Year: 2007

Band/Volume: [60](#)

Autor(en)/Author(s): Stürmer Franz

Artikel/Article: [Die Ausbildung von RegionsführerInnen als wichtiger Faktor für Regionsbewusstsein und \(Geo\)Tourismus - Ein Erfahrungsbericht 209-212](#)