

Martin Kremer

## Überlegungen zur Umweltbildung in Kulturlandschaften am Beispiel des Biosphärenreservates Rhön

### 1 Allgemeines

Mitteleuropa ist klassische Kulturlandschaft. Seit Jahrtausenden wurde das Land immer und immer wieder durch Menschenhand überformt. Wildnis ist in Mitteleuropa kaum noch anzutreffen, sie beschränkt sich auf Reliktstandorte. Merkmal der Kulturlandschaften ist, dass sie einem ständigen Strukturwandel unterliegen. Immer wieder ändert sich die Bewirtschaftungsweise und die Intensität der menschlichen Nutzung.

In den vergangenen Jahrhunderten wurden durch Menschenhand Landschaften gestaltet, die heute einen hohen naturschutzfachlichen Wert aufgrund ihrer Artenvielfalt besitzen. In der Regel geht damit auch ein hoher Freizeit- und Erlebniswert einher (z. B. Lüneburger Heide). In den letzten 50 Jahren haben sich die Bewirtschaftungsformen durch Intensivierung der Landwirtschaft einerseits und dem Sterben der Bauernhöfe andererseits drastisch geändert. Naturschutzfachlich bedeutsame Landschaftsbestandteile, die durch Jahrhunderte lange extensive Bewirtschaftung entstanden sind, drohen so heute unwiederbringlich verloren zu gehen (Borstgras- und Kalkmagerrasen, Heideflächen, etc.).

Darüber hinaus vollzieht sich, nicht nur im landwirtschaftlichen Bereich, ein rasanter Strukturwandel in den ländlichen Räumen Europas. Insbesondere in den dünn besiedelten Bereichen erleben wir eine starke Abwanderung der jungen Bevölkerung. Egal, ob man nach Ländern wie Italien, Finnland oder Lettland schaut, überall ist eine dramatische Landflucht erkennbar. Auch in Deutschland gibt es entsprechende Tendenzen. Speziell die Biosphärenreservate haben einen besonderen Auftrag, für die ländlichen Regionen zu werben und nach Perspektiven vorwiegend für die junge Bevölkerung zu suchen. Hier muss auch die Umweltbildung in Biosphärenreservaten ansetzen.

### 2 Leitbild

Anders als im Nationalpark ist hier nicht das Wildnis-Leitbild prioritär. Stattdessen geht es im Biosphärenreservat um Mensch und Natur und um Nachhaltigkeit. Ein ideales Leitbild bietet die Agenda 21 mit ihrem Ansatz, Ökologie, Ökonomie und Soziales miteinander zu verknüpfen. Plakativ ausgedrückt bedeutet dies für das Biosphärenreservat: „Schutz durch Nutzung“.

### 3 Zielgruppen

Vorrangige Zielgruppe sollte immer die **heimische Bevölkerung** sein. Sie gilt es zu überzeugen, hier hat die Schaffung von Akzeptanz und das Gewinnen von

aktiven Partnern Vorrang. Die heimische Bevölkerung lässt sich in folgende Zielgruppen aufteilen: **Kinder und Jugendliche** (ab Kindergartenalter), **Erwachsene allgemein**, **Interessengruppen** (z. B. Landwirte, Wasserkraftbetreiber, Pflanzenöl-Interessierte, Gastronomie, Häuslebauer), **Kommunalpolitik und regionale Entscheidungsträger**. Überregionale Zielgruppen stellen Besuchergruppen aus **Fachbehörden und Politik** (u. a. ausländische Gäste) dar. Ebenfalls zur überregionalen Zielgruppe zählen Klassenfahrten von überregionalen Schulen, **Individualreisende sowie Reisegruppen**. Evtl. als separate Zielgruppe könnte die **Presse** betrachtet werden.

### 4 Säulen der Umweltbildung

Überall in Europa, egal ob in Nationalparks, Biosphärenreservaten oder Naturparks haben sich Standards entwickelt, die mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung überall anzutreffen sind. Diese sind meines Erachtens:

- Informationszentren
- Naturschutzwacht und private Natur- und Landschaftsführer,
- Angebote an Vorträgen, Führungen, Seminare, Exkursionen mit eigenem und externem Personal,
- Jugendcamps,
- Informationsschriften und Pressearbeit,
- Beratung von Einzelpersonen.

Überall in Europa entstehen zur Zeit **Info-Zentren** nach weitgehend gleichem Muster: Counter, Kinoraum, feste und wechselnde Ausstellungen, Cafeteria. Infozentren helfen, Individualbesucher anzusprechen und für die Ziele des Biosphärenreservats zu sensibilisieren. Gerade durch attraktive wechselnde Ausstellungen lassen sich auch Einheimische mobilisieren. Meines Erachtens bietet für Biosphärenreservate die Agenda 21 einen guten Ansatz zur Darstellung der Region im Infozentrum. Eingebunden in ein Gesamtkonzept aus Kulturgeschichte, Natur, Kulturlandschaft und Projektdarstellung lassen sich wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte verknüpfen.

Bei der Arbeit mit **Kindern und Jugendlichen** bieten sich insbesondere **Natur-Erlebnis-Spiele, Bauernhof-besichtigungen und geführte Wanderungen** zum Thema **Kulturlandschaft** an. Eine gute Nachfrage haben die Natur-Erlebnis-Spiele der Naturwachtmitarbeiter, der Besuch beim Schäfer oder auch das Brot- und Pizzabacken auf dem Bauernhof. Im Bereich der **Erwachsenenbildung** gehört die professionell gearbeitete **Ton-Dia-Schau** oder die Filmsequenz mit unmittelbarem **regionalen Bezug** zur Basisausstattung. Ergän-

zend bietet das Biosphärenreservat Rhön **Vorträge** mittels Folie, Dia oder Beamer an. Eine gute Nachfrage haben immer auch **Fachexkursionen** zu landwirtschaftlichen Betrieben, Wasserkraftanlagen, Pflanzenölanlagen, etc. Positiv haben sich auch öffentliche **Ortsbegehungen** mit dem Dialog zwischen Naturschutz und Landwirtschaft bewährt. Das gleiche gilt für die Vermittlung von Betriebsbesichtigungen bei Vorbildbetrieben wie Gasthöfe, Bauernhöfe, Ferien auf dem Bauernhof, Musterhäuser, etc. Auch die **Organisation von Fachtagungen** ist ein wichtiges Medium. Ein Hilfsmittel, um die Menschen in der Region, aber auch überregional zu erreichen, sind **terminbezogene** Veranstaltungsangebote, Veranstaltungsangebote für **Gruppen** sowie **projektbezogene Infobroschüren** und eine aktuelle **Internetpräsentation**. Unabdingbar ist bei allen Veranstaltungen auch eine professionelle Pressearbeit. Letztlich sollte man bei allen Veranstaltungen, die im Rahmen der Umweltbildung organisiert werden, immer die heimische Bevölkerung vorrangig im Blickpunkt haben. Hier gilt es, Akzeptanz zu schaffen und die Menschen der Region zu Partnern und „Mittätern“ zu machen.

## 5 Themenauswahl

Selbstverständlich spielen im Biosphärenreservat Themen zum **Artenschutz** eine zentrale Rolle. **Vorträge, Ausstellungen und Exkursionen** rund um Natur und Naturschutz für die unterschiedlichen Zielgruppen sind erforderlich. Hinzu kommen aber Veranstaltungsangebote für die **Landwirtschaft**, zu Themen wie Milchviehhaltung, artgerechte Tierhaltung, Ziegen- und Mutterkuhhaltung, Grünlandbewirtschaftung, Güllewirtschaft und Direktvermarktung. Der **Fremdenverkehr** spielt in der Umweltbildung eine nicht zu unterschätzende Rolle. Im Biosphärenreservat Rhön stellt der Fremdenverkehr inzwischen mehr Arbeitsplätze als Land- und Forstwirtschaft. Aufgabe des Biosphärenreservats ist es, für einen umweltschonenden und sozial verträglichen Tourismus zu werben. Hier wird eng mit den Fremdenverkehrsverbänden und dem Rhönklub zusammengearbeitet. Wandersymposien, Wander-Aktionstage, Wanderführer-Schulungen sind Bausteine dieser Arbeit. Auch das **örtliche Handwerk** stellt eine wichtige Zielgruppe dar. Fachinformationen für heimische Lebensmittelverarbeiter oder die Nutzung regenerativer Energien sind Arbeitsgebiete. Akzeptanz schafft auch die Auseinandersetzung mit **Kunst und Kultur**. Gemäldeausstellungen, Fotowettbewerbe, Poetische Veranstaltungen, Mundartpflege, Volkstanzseminare und kulturhistorische Wanderungen sind Akzente, die in diesem Zusammenhang vom Biosphärenreservat Rhön in letzten Jahren immer wieder gesetzt werden konnten und Bestandteil einer Umweltbildung im Sinne der AGENDA 21 sind.

## 6 Marketingstrategie

Das Biosphärenreservat Rhön ist heute **10 Jahre** alt. In allgemeinen Vorträgen zum Biosphärenreservat geht es kaum noch um Fragen der Zonierung, um Biotop-

typen oder einzelne Artenschutzmaßnahmen. Auftrag der Referenten ist es vielmehr immer, **Lust auf Zukunft** sowie **Qualität von Arbeit und Dienstleistungen** zu vermitteln und **regionale Identität** heraus zu stellen. Auch wird es immer wichtiger, **Werte** zu vermitteln. Jungen wie alten Besuchern gilt es, den Wert von Arbeit und Boden zu vermitteln (statt Aktienkurse und Shareholder value).

Ländliche Regionen haben m. E. nur dann eine Chance zu einer erfolgreichen Regionalentwicklung, wenn es ihnen gelingt, mit den Menschen der Region **Heimatgefühl** und **Selbstbewusstsein** zu organisieren. Dabei gelingt es auch, angebliche Negativattribute einer Region in Positives umzudeuten. Beispiel: die drei „K“ der Rhön; d. h., dass die Rhön lange Zeit im negativen Sinne als **kalt, karg und katholisch** eingeschätzt wurde. Diese negativen Attribute wurden in Positives umgemünzt:

**Kalt:** langer Winter = Vorratshaltung, Zukunftsplanung und Entwicklung von Überlebensstrategien

**Karg:** schlechte Böden = mit viel Fleiß das Überleben sichern

**Katholisch:** die Menschen haben einen Glauben an wirkliche Werte, an die Region, an die Zukunft, an sich selbst.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt meines Erachtens darin, **Optimismus** auszustrahlen und **Lust auf Zukunft** zu vermitteln. Erfolge gilt es zu verkaufen, ein griffiges Marketing muss umgesetzt werden, d. h. attraktive Geschichten müssen erzählt werden. Diese Form der Umweltbildung kann als zentrale Strategie des Biosphärenreservat Rhön bezeichnet werden.

## 7 Zusammenbringen „verfeindeter“ Interessensgruppen

Das Biosphärenreservat hatte in den vergangenen Jahren die Chance, eine Moderatorenrolle zu übernehmen. Nur durch Interessenausgleich zwischen den Maximalforderungen der unterschiedlichen Interessensgruppen besteht die Möglichkeit zur Fortentwicklung, zur erfolgreichen Regionalentwicklung. Die Umweltbildung bietet mit ihrem Veranstaltungsreigen eine optimale Plattform.

Im Biosphärenreservat Rhön ist es gelungen, die Gruppen von Naturschutz und Landwirtschaft weitestgehend zu befrieden und zu einem aktiven gegenseitigen Austausch zu bewegen und gemeinsame Lösungen für anstehende Probleme zu finden. Auch der Dialog zwischen ökologisch und konventionell wirtschaftenden Landwirten ist heute durch viele gemeinsame Veranstaltungen möglich und fruchtbringend. Ein anderer sehr problematischer Konfliktbereich liegt zwischen Angelsport und Wasserkraftbetreibern. Auch hier setzt die Umweltbildung im Biosphärenreservat an, um zu einem Ausgleich und einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

## 8 Umweltbildung braucht Kooperation

Die Verwaltung eines Schutzgebietes und ggf. des Trägervereins sind nicht in der Lage, dauerhaft ein

attraktives Umweltbildungsangebot für die heimische Bevölkerung wie auch externe Besucher aufrecht zu erhalten. Im Biosphärenreservat Rhön gibt es inzwischen deshalb vielfältige Kooperationen und Netzwerke. Beispielhaft seien die ehrenamtlichen Naturschutzverbände, der Fremdenverkehrsverband, der Bauernverband, die Arbeitsgemeinschaft Pflanzenöl, die Arbeitsgemeinschaft Hessische Wasserkraftwerke, der Hessische Ziegenzuchtverband, der Verband Pelletheizung und die privaten Natur- und Landschaftsführer genannt.

Mit der Landwirtschaftsverwaltung wird ebenso eng zusammen gearbeitet wie mit der Naturschutzverwaltung, der Bauverwaltung, der Wasserwirtschaftsverwaltung und der Verbraucherberatung. In Arbeitskreisen wie dem Arbeitskreis Aktives Energiesparen besteht auch eine enge Zusammenarbeit mit Strom- und Gasversorgern sowie den Kommunen und anderen Umweltbildungseinrichtungen. Die Kooperation ermöglicht, Erfahrungen und Know how zu übernehmen sowie von den Ressourcen der Partner zu partizipieren. So lassen sich fachkundige Referenten leicht gewinnen und Ausstellungen kostengünstig organisieren.

## 9 Kunden abholen, wo sie sind

Umweltbildungsangebote müssen den Nerv der Zeit treffen, dabei sind es häufig scheinbar abwegige Themen, die sich einer großen Nachfrage erfreuen. Aus Sicht des Biosphärenreservats Rhön sind in den vergangenen Jahren folgende Veranstaltungen besonders erfolgreich gewesen:

Veranstaltung Flusskrebs  
Kelten-Wanderungen  
Obstbaumschnittkurs  
Nächtliche Fledermauswanderung  
Besuch beim Schäfer  
Fachveranstaltungen zu Wasserkraft- und Pflanzenöl  
Fachveranstaltung Ziegenhaltung  
Naturkundliche Familienwanderungen.

Auch zeigt sich, dass Sonntagsveranstaltungen teilweise deutlich besser besucht sind als Angebote während der Woche. Wichtig bei all dem ist aber auch, dass die Teilnehmer an Veranstaltungen möglichst einen eigenen konkreten Nutzen erfahren und andererseits nicht mit Sorgen und Nöten überfrachtet werden.

## 10 Amtliche Naturwacht

Der Schlüssel zum Erfolg der Umweltbildung im Biosphärenreservat Rhön ist eine gut funktionierende Naturwacht. Dabei wird die Auffassung vertreten, dass Naturschutzwarte nicht als „Grüne Sheriffs“ mit „erhobenem Zeigefinger“ im Gebiet unterwegs sein dürfen. Aus diesem Grund wurde im hessischen Teil des Biosphärenreservats eine polizeirechtliche Ausrichtung der Naturwacht vermieden, sie ist lediglich mit Jedermannsrechten ausgestattet. Seit **7 Jahren** ist im **hessischen Teil des Biosphärenreservats die Naturwacht** eingesetzt. Im Laufe der Zeit hat sich die Umweltbildung als wichtigster Einsatzbereich etabliert. Durch die Präsenz

der Naturwacht in der Fläche ist die Zahl der Verstöße deutlich gesunken, andererseits betreuen die Naturschutzwarte im hessischen Teil des Biosphärenreservats inzwischen jährlich rd. 200 Gruppen mit 5.000 Teilnehmern im Umweltbildungsbereich.

Wichtig für eine erfolgreiche Naturwacht ist, dass sich die Mitarbeiter vorbehaltlos mit dem Biosphärenreservat identifizieren und die Sprache der Menschen sprechen. Unumgänglich ist auch eine gute Ausbildung: Rhetorik, Recht, Kenntnisse in Flora und Fauna sowie Schulungen im Bereich der Naturerlebnispädagogik sind von zentraler Bedeutung. Wichtig ist, die Naturwacht eng in die Arbeit der Verwaltung einzubinden. Es empfiehlt sich, Naturwachtmitarbeitern die Teilnahme an Dienstbesprechungen, an Runden Tischen und Fachexkursionen zu ermöglichen. Jeder Naturschutzwart benötigt Grundkenntnisse hinsichtlich Landwirtschaft, Tourismus und Regionalentwicklung. Letztlich muss jedem Verantwortlichem bewusst sein, dass ein einmaliges Fehlverhalten eines Naturschutzwartes eine jahrelange positive Aufbauleistung zunichte machen kann.

## 11 Potential privater Natur- und Landschaftsführer

In der Rhön wurde ab 1994 länderübergreifend ein Netzwerk an privaten Natur- und Landschaftsführern aufgebaut. Teilweise wurden hierfür spezielle Lehrgänge angeboten. Angestrebt wird durch den Einsatz von privaten Natur- und Landschaftsführern Einkommen und Akzeptanz zu schaffen. Parallel hierzu werden eigene Mitarbeiter entlastet. Um eine Konkurrenz zwischen Naturwacht und privaten Natur- und Landschaftsführern zu vermeiden, wurde im hessischen Teil des Biosphärenreservats die Entscheidung getroffen, dass von der Naturwacht lediglich die einheimischen Gruppen sowie überregionale Politiker und Fachexkursionen betreut werden. Ausflugsfahrten, überregionale Schulklassen, usw. werden an die privaten Natur- und Landschaftsführer verwiesen. Inzwischen werden von den privaten Natur- und Landschaftsführern auch fest terminierte öffentliche Veranstaltungen angeboten, welche über das Biosphärenreservat organisiert werden. Hier erhalten die Natur- und Landschaftsführer ein fest vereinbartes Honorar, welches sich um die eingenommenen Teilnehmergebühren reduziert. Ziel ist auch hier der Aufbau eines **Netzwerkes von Partnerbetrieben**, die einen ständigen Dialog mit dem Biosphärenreservat führen und auch untereinander Gruppen vermitteln.

Inzwischen wird von den Natur- und Landschaftsführern jährlich ein Umsatz von 70.000 - 100.000 DM erzielt. Für einige Landwirte stellt neben Flächensubventionen und Direktvermarktung die Umweltbildung das 3. wirtschaftliche Standbein dar.

## 12 Praktikanten

Wohl in allen Großschutzgebieten sind Praktikanten inzwischen zu wichtigen und unverzichtbaren Helfern geworden. Gerade die Kenntnisse und der Umgang mit



den neuen Medien sind von unschätzbarem Wert für die Schutzgebietsverwaltungen.

### 13 Schlussbetrachtung

Umweltbildung ist die zentrale Aufgabe und in Anbetracht fortschreitender Naturentfremdung unverzichtbar. Sie ist in der Kulturlandschaft eine fächerübergreifende Aufgabe, die eine hohe Priorität haben sollte. Professionelle Umweltbildungsarbeit ist der Schlüssel zum Erfolg. Dazu gehört soziale Kompetenz, hohes Engagement, Mut zu Neuem, kreative Freiheit der Akteure und eine kontinuierliche sowie möglichst professionelle Pressearbeit. Umweltbildung lässt sich nicht in ein starres Verwaltungskonzept von Zuständigkeiten pressen. Wer Umweltbildung auf Schülerwanderungen mit Natur-

Erlebnis-Spielen reduziert, verkennt die Bedeutung der Umweltbildung.

#### Zum Autor:

Martin Kremer ist seit 1993 bei der Hessischen Verwaltungsstelle des Biosphärenreservates Rhön als Büroleiter beschäftigt. Seit 1994 zeichnet er für die Umweltbildung und die Koordination der Naturwacht im hessischen Teil des Biosphärenreservats Rhön verantwortlich.

#### Anschrift des Verfassers:

Martin Kremer  
Hess. Verwaltungsstelle Biosphärenreservat Rhön  
Groenhoff-Haus  
Wasserkuppe  
36129 Gersfeld

## Ralph Baumgärtel

### Informationszentrum Kühkopf-Knoblochsau

#### Eine Zwischenbilanz nach 6 Jahren

Am 31.04.95 flutete der damalige Staatsminister Jörg Jordan das Modell einer Auenlandschaft im Naturschutz-Informationszentrum Kühkopf-Knoblochsau und eröffnete so eine der wichtigsten Naturbildungsstätten in Südhessen. Nach nun 6 Jahren Betrieb scheint es sinnvoll eine erste Zwischenbilanz zu ziehen.

#### Organisation

Offizieller Betreiber des Informationszentrums ist die LFN-Abteilung beim Regierungspräsidium Darmstadt, die Leitung und Organisation wurde dem Hess. Forstamt Groß-Gerau übertragen. Vor Ort verantwortlich ist der zuständige Revierleiter für das Naturschutzgebiet Kühkopf-Knoblochsau. Das Revier ist mit zwei aus dem Haushalt des Naturschutzes finanzierten Forstwirten und für den Betrieb des Infozentrums zusätzlich mit zwei Zivildienststellen ausgestattet.

#### Entwicklung und Intentionen

Das Naturschutzgebiet Kühkopf-Knoblochsau liegt inmitten einer der dicht besiedeltesten Regionen Deutschlands, mehr als eine Million Menschen wohnen nur weniger als eine Autostunde von dem Gebiet entfernt. An Spitzentagen wurden bis zu 7000 Besucher im Gebiet registriert. Angesichts dieser Zahlen und eingedenk der internationalen Bedeutung des Gebietes für den Naturschutz (Europareservat für den Vogelschutz seit 1961, gemeldetes FFH-Gebiet) gab es schon sehr früh erste Konzepte für eine naturschutzverträgliche Besucherlenkung. Bereits in den 70er Jahren wurden

systematisch Wanderwege ausgewiesen, Lehrpfadtafeln aufgestellt, Beobachtungsmöglichkeiten für Ornithologen angeboten und erste Überlegungen für den Bau eines Info-Zentrums (IZ) geboren.

Das IZ soll vor allem dem interessierten Laien ausreichend Informationen über Lage, Entstehung, Besonderheit und Schutzzweck des Gebietes geben und ihn mit den lokalen Tier- und Pflanzenarten vertraut machen. Themeninhalte und Art der Darstellung weisen den Besucher auf die Bedeutung des Naturschutzgebietes hin und werben um Akzeptanz für notwendige Reglementierungen. Mit der Gestaltung eines Auenerlebnispfades in unmittelbarer Nähe des IZ wurde ein erster Schritt in Richtung Naturerlebnispädagogik gewagt. So sollen Aktivitäten Einzelner, aber vor allem von Schulen und Kindergärten konzentriert werden, um vermeidbare Beeinträchtigungen aus dem Gebiet fernzuhalten.

#### Die Idee entwickelt sich weiter

Das Informationszentrum konnte bereits im ersten Jahr mehr als 20000 Besucher empfangen, was die Erwartungen der Betreiber deutlich übertraf. Obwohl das IZ didaktisch darauf angelegt ist, ohne Führung besucht zu werden, wurden immer öfters Führungen im IZ und im Gebiet gewünscht. Die Zivildienstleistenden werden im Hinblick auf diese Tätigkeit ausgesucht und entsprechend geschult, so dass sie den größten Teil der Führungen abdecken. In den vergangenen 6 Jahren wurden knapp 117 000 Besucher registriert und 655 Führungen organisiert, das sind 110 Führungen pro Jahr.

Besonders groß und mit steigender Tendenz ist die Nachfrage nach geführten Veranstaltungen von örtlichen

Kindergärten und Grundschulen (s. Taf. 9.5, S. 265). In Zusammenarbeit mit einem Kindergarten wurde das Konzept der Kühkopf-Waldwoche erarbeitet. Waldwochen oder Tage werden vom IZ und Kita-Erzieherinnen gemeinsam gestaltet. Die KÜHKOPF-HÄSCHENSCHULE arbeitet erlebnisorientiert nach den Grundsätzen moderner Umweltpädagogik. Dem Vermitteln von Naturerleben als Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit wird sowohl von Seiten der oberen Naturschutzbehörde beim Regierungspräsidiums als auch vom Forstamt hohe Priorität beigemessen. Die Anlage eines „Schulteichs“ im NSG sowie Ausnahmeregelungen für umweltpädagogische Aktivitäten unterstreichen dieses Interesse.

Fachexkursionen mit Naturschutzverbänden, Oberstufen und Universitäten bilden einen Schwerpunkt bei den Führungen, die von Seiten der Forstbeamten abgedeckt werden. Als besonders vorteilhaft hat sich der Umstand erwiesen, dass diejenigen, die Öffentlichkeitsarbeit betreiben, gleichzeitig bei allen gebietspezifischen Planungen der Oberen Naturschutzbehörde beteiligt und mit der Umsetzung der Pflegemaßnahmen im Gebiet beauftragt werden. So ist eine optimale Verbindung von Planungswerk, praktischer Umsetzung und Öffentlichkeitsarbeit gegeben.

Mit der Konzeption eines standortbezogenen Lehrtafelnetzes im Gebiet wurde dem Wunsch nach mehr Information vor Ort Rechnung getragen. So können Gruppen oder Einzelpersonen nach einer kurzen Einführung im IZ alleine auf Tour geschickt werden und gezielt bestimmte Aspekte vertiefen. Dies führt auch zu einer spürbaren Entlastung des IZ-Teams (s. Taf. 9.4, S. 165).

Die Gestaltung einer Website ([www.rpda.de/kuehkopf/index.htm](http://www.rpda.de/kuehkopf/index.htm)) mit Informationen, Karten, Adressen, Verordnung, Pflegeplan, Literaturliste und vielem mehr, war ein weiterer Schritt, um dem steigenden Bedürfnis der Besucher nach Informationen gerecht zu werden. Dort können sich die Besucher nicht nur über Lage, Geschichte und Bedeutung des Gebietes informieren, sie können sich auch über diverse Links in die Seiten der anliegenden Gemeinden, Gaststätten, Volkshochschulen und sonst mit dem Naturschutzgebiet kooperierenden Institutionen einwählen, oder über die Seite „Kühkopf-News“ Aktuelles über Flora und Fauna erfahren. Letzteres wird vor allem für die aus Gesamteuropa anreisenden Bird-watcher von Bedeutung sein.

## Eine Idee bekommt Freunde

Im April 1998 wurde in unmittelbarer Nachbarschaft des IZ das ehemalige Verwalterhaus des Hofgutes Gunterhausen der Öffentlichkeit übergeben. Der „Förder-

verein Hofgut Gunterhausen e.V.“ als Trägerverein organisiert in dem historischen Gebäude Ausstellungen, Vortrags-, Kurs- und Seminarveranstaltungen für Erwachsene und Kinder. Während im IZ naturschutzspezifische Informationen vermittelt werden, wird im benachbarten Verwalterhaus eher der „Mensch fokussiert und die eigene kreative Tätigkeit und aktive Auseinandersetzung mit Themen der Umweltbildung aber auch der Geschichte der Region sowie Kunst und Kultur im ländlichen Raum als didaktisches Prinzip betont.“ Beide Institutionen kooperieren eng und vermeiden durch inhaltliche wie organisatorische Abstimmung Konkurrenzsituationen.

## Blick in die Zukunft

Gerade in einer Zeit, in der junge Menschen die Natur - wenn überhaupt - eher über einschlägige Websites erfahren, als über selbsttätiges Naturerleben, wird die Vermittlung von Wissen, aber noch viel mehr die Förderung von sinnlicher Naturerfahrung, eines der zentralen Anliegen des Naturschutzes. Freude an Naturerlebnissen und Wissen um ökologische Zusammenhänge stehen am Anfang eines Weges, an dessen Ende aus der Akzeptanz für den Naturschutz die Einsicht um Notwendigkeit wird. Große Schutzgebiete bedürfen daher Institutionen, die sich diesem Bedürfnis annehmen, ohne die eigentlichen Schutzziele aus den Augen zu verlieren (s. Taf. 9.3, 6, S. 265).

Unvoreingenommenheit gegenüber anderen Bedürfnissen, sowie die Achtung fremd anmutender Erfahrungen und Einsichten sind Grundvoraussetzung für eine interaktive Öffentlichkeitsarbeit im Naturschutz. Dazu gehört auch das Werben um Verbündete aus vermeintlich gegnerischen Reihen, aber vor allem die Aufbereitung von Kenntnissen für eine breite Öffentlichkeit als Hauptzielgruppe des Naturschutzes.

Kulturelle Veranstaltungen und Festivitäten, wie das auf dem Kühkopf seit einigen Jahren stattfindende Bärlauch- und Kelterfest, können über persönliche Begegnungen genauso zu einem besseren Verständnis für den Gebietsnaturschutz beitragen, wie die klassische Führung im Gebiet. Naturschutz als erfahrbares Ereignis fest im Bewusstsein der Bevölkerung zu verankern, ist zu einem der Hauptziele des Informationszentrum Kühkopf-Knoblochsau geworden.

### **Anschrift des Verfassers:**

Ralph Baumgärtel  
Forsthaus Knoblochsau  
64560 Riedstadt Erfelden





Taf. 9.1 (zu S. 45, 46): Lebensraum des Sperlingskauzes: Jagdreviere bilden Wildäsungsfläche und lückiger Jungwuchs, Tageseinstand ist das angrenzende Fichtenstangenholz; Anstanzorte sind die vom Sturm übriggebliebenen Altbäume.

Taf. 9.2 (zu S.46): Liegendes und stehendes Totholz aus starken Laubbäumen ist Lebensraum vieler selten gewordener Lebewesen, die als Destruenten (Zersetzer) unter anderem für ein gutes Keimbett für Baumsamen sorgen.

Fotos: R. Stanek



Taf. 9.3 (zu S. 178): Weichholzaue im NSG Kühkopf-Knoblochsau.

Taf. 9.4 (zu S. 178): Markierte Radwege führen zu den vielseitigen Lebensräumen im NSG Kühkopf-Knoblochsau.



Taf. 9.5 (zu S. 178): Naturwahrnehmung durch Tasten, Fühlen und Riechen.

Taf. 9. 6 (zu S. 178): Altwasser im NSG Kühkopf-Knoblochsau.

Fotos: R. Baumgärtel

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

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Jahrbuch Naturschutz in Hessen](#)

Jahr/Year: 2001

Band/Volume: [6](#)

Autor(en)/Author(s): Kremer Martin

Artikel/Article: [Überlegungen zur Umweltbildung in Kulturlandschaften am Beispiel des Biosphärenreservates Rhön 174-178](#)