

„Wir müssen dem Projekt Zeit geben“

Interview Naturpark-Geschäftsführer Rolf Eberhardt sieht Verbesserungsmöglichkeiten bei der „Expedition Nagelfluh“

Immenstadt Den „Kindertag“ der Hochgratbahn hat deren Geschäftsführerin Hanni Malue kürzlich genutzt, um der „Expedition Nagelfluh“ zusätzlichen Schwung zu geben. Das im Vorjahr realisierte Projekt umfasst 32 Stationen im Naturpark Nagelfluhkette und hat rund 350 000 Euro gekostet. Mit engagiert sind sechs Bergbahnen. Hanni Malue bedauerte die geringe Resonanz auf das Angebot – insbesondere auf ein „Entdecker-Buch“, das weitergehende Informationen vermitteln soll und das als verbindendes Element der gesamten Tour gilt. Unser Mitarbeiter Olaf Winkler sprach mit dem Geschäftsführer des Naturparks, Rolf Eberhardt.

Wie viele Bücher wurden abgesetzt?

Eberhardt: Die erste Auflage mit 1000 Stück wurde kostenfrei abgegeben und war schnell vergriffen. Seit Juni 2013 bieten wir die Bücher aus der zweiten Auflage für je fünf

Euro an. Es ist durchaus eine Herausforderung, das inhaltlich wie handwerklich aufwändige Heft abzusetzen. Denn die Resonanz auf Dinge, die Geld kosten, ist deutlich geringer. Angeboten wird das Heft in den Gästeämtern der beteiligten Gemeinden, an den Bergbahnen und im Alpseehaus. Hier haben wir rund 50 Stück verkauft. Von den Bergbahnen gibt es noch keine Rückmeldungen.

Ist messbar, wie die Entdecker-Tour insgesamt angenommen wird?

Eberhardt: Die Rückmeldungen der Bergbahnen sind insgesamt positiv. Auch mein persönlicher Eindruck, wenn ich vor Ort bin, zeigt mir das Interesse an den Stationen. Sie werden intensiv genutzt. Die Besucher halten sich länger auf. Die Stationen kommen also inhaltlich gut an. Die Grundidee der Entdecker-Tour ist es, dass mehrere Stationen genutzt werden. Ziel ist es, die abgestimm-

ten Inhalte den Menschen mit dem Entdecker-Buch näherzubringen.

Das ist noch nicht gelungen?

Eberhardt: Da sind wir noch nicht 100-prozentig zufrieden. Da haben wir Entwicklungsmöglichkeiten.

Welche?

Eberhardt: Wir müssen dem Projekt Zeit geben. Ein abgestimmtes Angebot mit mehreren Partnern muss in den Köpfen der Menschen verankert werden. Hier gilt es, auch die Internet-Angebote zu optimieren, sowohl der Gemeinden als auch der Bergbahnen. Hier ist eine gute Präsentation wichtig. Auch eine direkte Zusammenarbeit mit größeren Vermietern ist denkbar.

Hätte man sich diese Gedanken im Vorfeld machen können oder müssen?

Eberhardt: Die Textbausteine und Bilder haben wir den Partnern bereits zur Verfügung gestellt. Einige

haben es bereits gut platziert, andere nicht. Zudem müssen wir noch deutlicher als bisher die Einzigartigkeit des Angebotes vermitteln.

Die worin besteht?

Eberhardt: Die Besucher bekommen weit mehr geboten als eine schöne Aussicht, nämlich unterschiedliche Informationen zur Nagelfluhkette, zu Flora und Fauna. Zudem gibt es an den Bahnen Sondertarife, sobald das Entdecker-Buch gekauft oder vorgelegt wird.

Und wer weiß das?

Eberhardt: Dieses Wissen muss in die Köpfe. Deshalb ziehen wir am Saisonende mit Vertretern der Gästeämter und Bergbahnen Bilanz und suchen weitere Möglichkeiten, das Projekt noch besser zu vermarkten.

Wäre es eine Möglichkeit, das Entdecker-Heft kostenfrei anzubieten?

Eberhardt: Wir sollten zuerst sehen,



Rolf Eberhardt ist Geschäftsführer des Naturparks Nagelfluhkette. Foto: Winkler

dass die Entdecker-Tour überall optimal platziert ist. Ein kostenloses Heft geht in nahezu unbegrenzter Zahl weg. Es kostet in der Herstellung aber knapp fünf Euro.