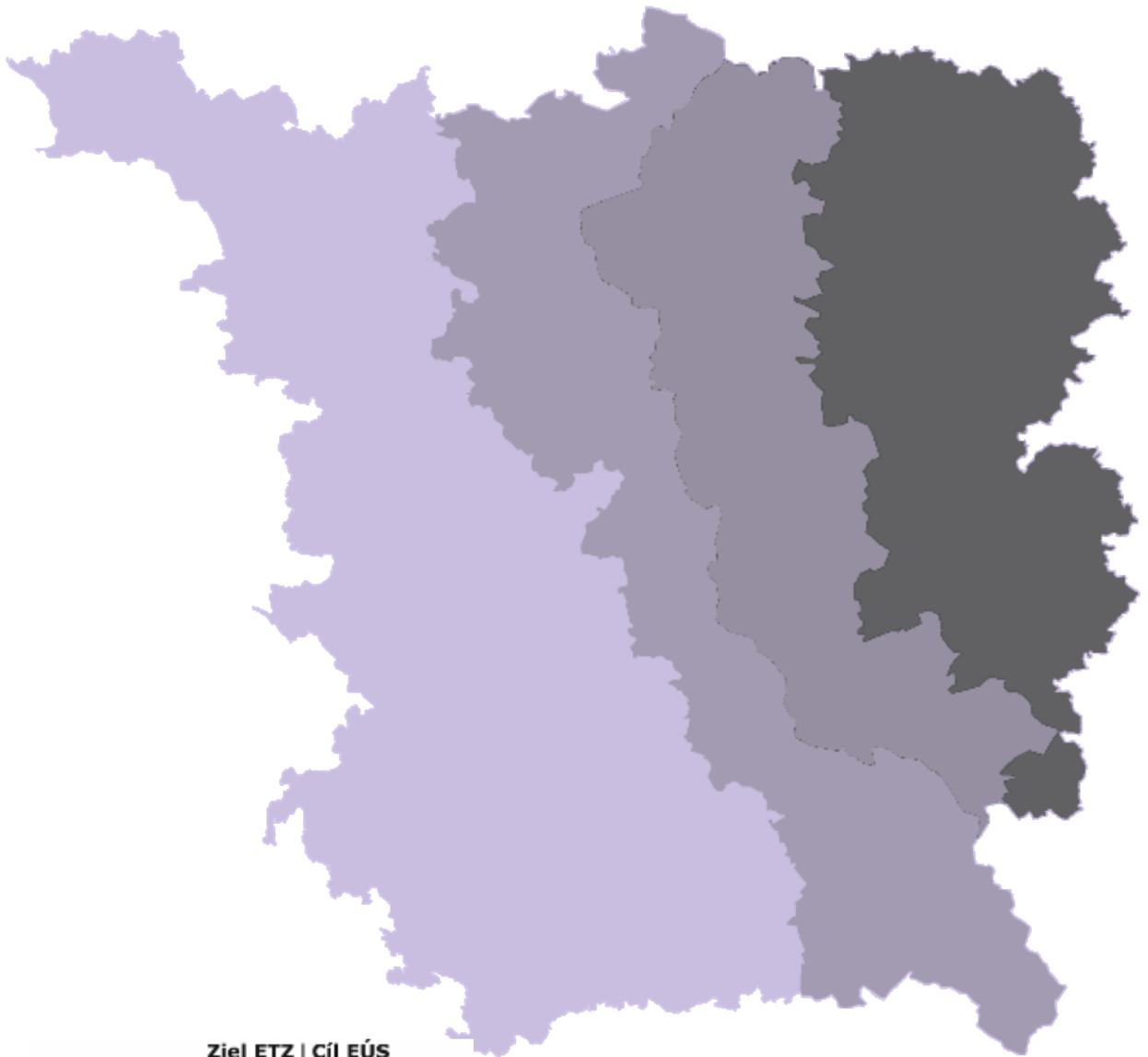


PROJEKT Č.194: PŘESHraniční Koncepce pro ochranu a poznání přírody
Českého lesa a Horní Falce

PROJEKT NR. 194: Grenzüberschreitendes Konzept für den Schutz
und das Erleben der Natur des Böhmisches Waldes und der Oberpfalz

Strategie der Kommunikation zwischen den Partnern zum Thema Tourismus und Erholung im Böhmisches Wald



Ziel ETZ | Cíl EÚS
Freistaat Bayern –
Tschechische Republik
Česká republika –
Svobodný stát Bavorsko
2014 – 2020 (INTERREG V)



**Europäische Union
Evropská unie**
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung
Evropský fond pro
regionální rozvoj



Das Projekt wird mit der Förderung der Region Pilsen realisiert

Projektteam und Projektpartner

Projektteam

Ing. Filip Uhlík

Ing. Pavel Beneš

Ing. Pavel Hruška

Mgr. Lenka Křížková

RNDr. Tomáš Peckert, Ph.D.

Dr. Linda Szücs

Peter Blum

Dipl.-Ing. Ines Niedziella

Regionální rozvojová agentura Plzeňského kraje

Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky,
Regionální pracoviště Správa chráněné krajinné oblasti Český les

Institut für Ökologie und Landschaft
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Aktionsbündnis Čerchov plus

Projektpartner



Plzeňský kraj



Regionální rozvojová agentura
Plzeňského kraje



Agentura ochrany přírody
a krajiny České republiky



Regionální pracoviště Správa chráněné
krajinné oblasti Český les



Institut für Ökologie und Landschaft
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Regierung
der Oberpfalz



Regierung der Oberpfalz

Inhalt

EINLEITUNG	3
1. ANALYSE DER KOMMUNIKATION ZWISCHEN DEN PARTNERN	4
1.1 Kommunikationspartner im Böhmischem Wald zum Thema Tourismus und Erholung	5
1.1.1 Aktueller Stand auf tschechischer Seite	5
1.1.2 Aktueller Stand auf bayerischer Seite	5
1.1.3 Zusammenfassung	6
1.2 Aktueller Stand der Kommunikation zwischen den Partnern im Gebiet	9
1.2.1 Aktuelle Kommunikation zwischen den Partnern	9
1.2.2 Kommunikationsinstrumente der Partner	10
2. ENTWURF ZUR KOMMUNIKATION ZWISCHEN DEN PARTNERN	12
2.1 Ziele der Partnerkommunikation	13
2.2 Grundsätze für die Partnerkommunikation	13
2.3 Zielstand der Kommunikation	14
2.3.1 Kommunikationspartner	14
2.3.2 Schaffung einer Organisationsstruktur	16
2.3.3 Kommunikationsarten	17
2.3.4 Inhalt der Kommunikation zwischen den Partnern	18
2.4 Zusammenfassung	20
KOMMUNIKATIONSPLAN FÜR DIE KOMMENDEN 3 JAHRE	21
Literaturverzeichnis	21
ANHANGSTEIL	21

EINLEITUNG

Inhalt der Kommunikationsstrategie ist ein ganzheitlicher Entwurf der Kommunikation zwischen den Partnern im Projektgebiet des Projekts Nr. 194: Grenzüberschreitendes Konzept für Naturschutz und Naturerlebnis im Gebiet des Böhmisches Waldes und der Oberpfalz. „Böhmisches Wald“ wird hier grenzübergreifend verstanden, d.h. sowohl für Gebiete auf tschechischer als auch auf bayerischer Seite. Unter den „Partnern“ sind Institutionen, Organisationen, Vereine, Verbände und weitere Akteure und Einzelpersonen, die in die gemeinsame Kommunikation zum Thema Tourismus und Erholung im Projektgebiet einbezogen sind, zu verstehen.

Das Ziel dieser Kommunikationsstrategie ist es, die im strategischen Rahmen des Grenzüberschreitenden Konzepts enthaltenen Aktivitäten in Zusammenhänge zu bringen und somit eine methodische Anweisung für die Weiterentwicklung der gegenseitigen Kommunikation und Zusammenarbeit, die den Mitarbeitern des Destinationsmanagements auf der tschechischer wie auch bayerischer Seite als ein Handbuch bei der Erfüllung der Vision der gegenseitigen Kommunikation, zumindest für die nächste Zeit, dienen sollte.

Die Kommunikationsstrategie steht auf drei wichtigen Säulen:

- Kommunikationspartner,
- Organisationsstruktur,
- Kommunikationsformen und -instrumente.

Die Grundvoraussetzung für die Kommunikation der Partner im Gebiet ist die Schaffung einer Organisationsstruktur der Kommunikationspartner, die sich auf das gesamte Gebiet des „Böhmisches Waldes“ erstreckt. Die Organisationsstruktur der Partner ist mehrstufig, von lokal über regional bis zu gebietsdeckend.

Partner sind alle Akteure, die aus der Sicht des Tourismus und der Erholung bedeutend sind. Die Kommunikationsstrategie befasst sich nicht mit der Kommunikation mit Besuchern. Diese stellt auf tschechischer Seite einen Bestandteil der Marketingstrategie dar.

Die Kommunikationsstrategie knüpft an den strategischen Teil des Konzepts an und bearbeitet ausführlicher das Kapitel 4 des strategischen Rahmens mit Fokus auf Tourismus und Erholung:

- Schaffung einer Organisationsstruktur,
- Einstellung geeigneter Kommunikationsformen zwischen den Partnern,
- grenzüberschreitende Kommunikation und Zusammenarbeit,
- Weiterentwicklung der Zusammenarbeit im Gebiet,
- Sicherstellung der Koordinierung von Aktivitäten.

Die Ausgangsbasis des analytischen Teils ist die Festlegung der Partner für das Thema Tourismus und Erholung im Böhmisches Wald beiderseits der Landesgrenze und die Analyse der derzeitigen Kommunikation zwischen diesen.

Der strategische Teil der Kommunikationsstrategie wurde im Zusammenhang mit den obenstehenden Themen in folgende Kapitel gegliedert:

- Visionen im Bereich Kommunikation,
- Ziele der Kommunikation,
- Kommunikationspartner,
- Organisationsstruktur,
- Kommunikationsinstrumente und -formen,
- Weiterentwicklung der Kommunikation und Koordinierung der Aktivitäten.

1. ANALYSE DER KOMMUNIKATION ZWISCHEN DEN PARTNERN

1.1 Kommunikationspartner im Böhmischem Wald zum Thema Tourismus und Erholung

1.1.1 Aktueller Stand auf tschechischer Seite

Derzeit erfolgt die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den Partnern separat zwei Gebietseinheiten- 1) im nördlichen Teil (Region Tachov) und 2) im südlichen Teil (Region Domažlice). Diese Teilung wird durch die traditionelle Zusammenarbeit im Rahmen der früheren Landkreise und auch durch die Aufteilung des Landschaftsschutzgebiets in zwei separate Teile weiter unterstützt.

Jede dieser Gebietseinheiten hat eigene Organisationen, die im Bereich der Touristik und der Erholung tätig sind. Im nördlichen Teil übernimmt diese Rolle insbesondere der Rat für Tourismus im Landkreis Tachov, der vom REVIS Tachov geleitet wird und in den die meisten Gemeinden des Landkreises Tachov einbezogen sind; seine etablierte Informationsplattform ist www.tachovsko.com. Dieser Rat arbeitet faktisch mit einer weiteren Institution zusammen, die sich mit der Touristik und Erholung im Gebiet beschäftigt, insbesondere mit dem Regionalmanagement Zlatý potok (Goldenbach), der mit der LAG Zlatá cesta (Goldene Straße) verbunden ist. Ergänzend beteiligen sich an der Kommunikation der touristischen Partner noch das Museum des Böhmischem Waldes in Tachov und die einzelnen Informationszentren der Kommunen, eventuell auch weitere regionale Museen (z.B. das Landmuseum in Halže). Andere Partner werden in der Regel bei Bedarf angesprochen oder eventuell in die Kommunikation einbezogen (z.B. Stadtförster, Tschechische Staatsförster, Agentur für Natur- und Landschaftsschutz bei Umsetzung von Projekten).

Der südliche Teil wird vor allem durch den Gemeindeverband der Region Domažlice abgedeckt, der neben den Mitgliedsgemeinden auch einzelne touristische Informationszentren vereinigt, die eng miteinander kooperieren. Dazu kommt noch die LAG Český les mit eventuellen Partnern im Rahmen gemeinsamer Projekte. Diese beiden Institutionen bilden das Rückgrat der Partnerkommunikation im südlichen Teil des Gebiets auf tschechischer Seite, vor allem bezüglich der Vernetzung der Regionalmanagementeinrichtungen von Bělá nad Radbuzou bis nach Všeruby. In diesem Gebietsteil werden in die mit der Kommunikation zwischen den Partnern zusammenhängenden Aktivitäten öfters Museen, Galerien oder Schlösser und Burgen einbezogen (z.B. im Rahmen der App „Region Domažlice mit einem Smartphone in der Tasche“). Als Informationskanäle dienen die einzelnen Webseiten der benannten Institutionen - www.svazekdomazlicko.cz, www.mascekyles.cz.

Zu den Institutionen, die ergänzend an der Kommunikation zwischen den Partnern partizipieren und das gesamte Gebiet des Böhmischem Waldes und der Naturparke in der Oberpfalz abdecken, gehört vor allem das Landschaftsschutzgebiet Böhmischem Wald, und ggf. auch die Waldbesitzer - Tschechische Staatsförster, Stadtförster Domažlice, Kolowrat-Förster, Förster der Stadt Planá, Förster der Stadt Tachov.

Im Anhang 1 sind die Kommunikationspartner zum Thema Tourismus und Erholung nach einzelnen Gruppen und ihrer Rolle auf tschechischer Seite des Projektgebiets zusammengefasst.

1.1.2 Aktueller Stand auf bayerischer Seite

Derzeit gibt es auf bayerischer Seite, zumindest bezüglich der Aufteilung des Gebiets, eine ähnliche Situation wie auf tschechischer Seite. Es gibt keine Organisation für das ganze Gebiet der Oberpfalz, die im Bereich Tourismus und Erholung eine übergeordnete Rolle spielen würde. Die Regierung der Oberpfalz hat kein eigenständiges Sachgebiet für Tourismus; die einzige Organisation mit gebietsdeckender Wirksamkeit ist somit der

Tourismusverband Ostbayern (TOV), der aber über keine hierarchische Struktur auf den niedrigeren Ebenen verfügt.

Die einzelnen Tourismusverbände in den Landkreisen arbeiten im Rahmen ihrer Gebietskörperschaften ohne eine intensivere und koordinierte Zusammenarbeit untereinander. Die Landkreise üben aber jeweils innerhalb ihrer Gebietskörperschaft eine koordinierende Funktion aus. Eine intensivere Kommunikation zwischen den Partnern gibt es somit insbesondere im Rahmen von umgesetzten Projekten, bei denen die Kommunikation zwischen Gemeinden, kommunalen Verbänden, verschiedenen Vereinen oder Organisationen läuft. Auf dieser Ebene erfolgt die Kommunikation auch grenzüberschreitend (z.B. Geschichtspark Bärnau - Tachov, Aktionsbündnisse). Die thematisch ausgerichteten Organisationen (lokale Naturschutzverbände, Heimatsverbände u. a.) werden in die koordinierte Kommunikation der Partner im Gebiet unregelmäßig einbezogen (siehe das Schema im Anhang 2).

Das Gebiet ist faktisch in drei Einheiten aufgeteilt:

- 1) den südlichen Teil, der aus der Sicht des Tourismus und der Erholung am meisten ausgelastet ist; die Kommunikation ist hier am intensivsten (gehört zur Bayerischen Destination „Bayerischer Wald“),
- 2) den mittleren Teil, wo aus der Sicht des Angebots für Besucher (insbesondere in Sachen Marketing - Verbindung der Funktionen als Informationszentrum und Galerie) das Centrum Bavaria-Bohemia (CeBB) eine wichtige Rolle spielt (gehört zur Bayerischen Destination „Oberpfälzer Wald“),
- 3) den nördlichen Teil, wo aus der Sicht des Informationsangebotes und der Kommunikation die touristischen Informationszentren und Webseiten der Landkreise die Hauptrolle spielen.

Eine teilweise gemeinsame Kommunikationsplattform für die Akteure, die im Beherbergungsgewerbe tätig sind, bietet die DEHOGA Bayern, also der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband; es handelt sich jedoch nur um einen der Kommunikationspartner. Vollständigkeitshalber geben wir einen Link zur regionalweiten Organisation Tourismusverband Ostbayern an: <https://www.ostbayern-tourismus-marketing.de/>

Eine detaillierte Beschreibung der tourismusbezogenen Institutionen inkl. Kontaktdaten befindet sich im Anhang 3.

1.1.3 Zusammenfassung

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es im Rahmen der Kommunikation zum Thema Tourismus und Erholung im Gebiet sehr unterschiedliche Gruppen von Partnern gibt, oft mit unterschiedlichen Interessen. Derzeit existiert im tschechischen Teil des Gebiets keine Plattform, um die die zu kommunizierenden Informationen zu verbinden. Einzelne Akteure kommunizieren mit anderen meist nur getrennt und oft im minimalen Umfang. Nur die Gemeindeverbände und die lokalen Aktionsgruppen weisen eine bestimmte Form von breiter Kommunikation auf.

Im Rahmen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit findet die Kommunikation meist im Rahmen von Städtepartnerschaften oder Vereinsaktivitäten statt. Eine bestimmte Form der Kommunikation erfolgt auch auf Tourismusmessen, wie ITEP im Bezirk Pilsen, oder bei solchen Veranstaltungen wie Treffpunkt, Štamtyš oder Tag der Nachbarn. Im Rahmen vom Bezirk Pilsen und der Oberpfalz ist das Centrum Bavaria Bohemia in Schönsee eine typische Plattform der gemeinsamen Kommunikation mit zahlreichen regional bedeutsamen Veranstaltungen.

Eine bedeutende Rolle sollte künftig das in diesem Jahr eingerichtete Regionalmanagement Böhmischer Wald spielen.

In der nachstehenden Übersicht sind die wichtigsten Partner für die Kommunikationsstrategie auf tschechischer Seite aufgeführt, einschließlich ihrer Kommunikationsaktivitäten.

- Städte und Gemeinden - die wichtigsten Vermittler umfassender Informationen zum Geschehen im Gebiet (Entwicklungspläne der Gemeinden, Bebauungspläne, Investitionen in die Infrastruktur, Träger von Organisationen),
 - o Touristische Informationszentren („an der Front“ mit Informationen für Tourismus und Erholung, Informationsangebot zu Aktivitäten im Gebiet),
 - o Vereine und Organisationen, ehrenamtliche Mitarbeiter (thematisch ausgerichtete Arbeit bei der Nutzung der Aktivitäten im Gebiet, z. B. Tschechischer Touristenverein, Feuerwehr- oder Sportvereine),
 - o Aktive Bürger mit Bezug zum Gebiet - leitende Persönlichkeiten in den Gemeinden und Städten in Sachen Werbung für das Gebiet - Geschichte, Gegenwart, Visionen für die Zukunft.
- Gemeindeverbände und lokale Aktionsgruppen - diese Organisationen repräsentieren die Kommunikation insbesondere bei der Vorbereitung und der Umsetzung von konkreten Projekten im Gebiet (Entwicklung von Strategien und Plänen für Projekte im Rahmen ihrer Arbeit in Kooperation mit den Gemeinden), Mitwirkung bei der Kommunikation der Vorhaben mit Hinsicht auf die Gebietsentwicklung,
- Museen, Galerien, Denkmäler - häufig besuchte Objekte mit Bezug zum Gebiet (Präsentation der Geschichte, der historischen Zusammenhänge, der aktuellen Ereignisse und Orte mit genius loci),
- Anbieter von Beherbergungs- und gastronomischen Dienstleistungen - Kommunikation oder Vernetzung dieser Dienstleistungen innerhalb des Gebiets, Möglichkeit des Austauschs gemeinsamer Informationen),
- Waldbesitzer, Landwirte - diese Personen decken das gesamte Gebiet des Böhmisches Waldes ab; die Kommunikation ist im Hinblick auf Bewegungseinschränkungen im Gebiet zwingend nötig (Verbote und technische Hindernisse für Bewegung der Besucher), Möglichkeit des Austauschs gemeinsamer Informationen,
- Agentur für Natur- und Landschaftsschutz, Landschaftsschutzgebiet Böhmischer Wald - Vermittler der Informationen zum Vorkommen und Schutz der Naturwerte,
- Bezirk Pilsen (insbesondere das Sachgebiet für Kultur, Denkmalschutz und Tourismus) - Dachorganisation aus der Sicht des Tourismus und der Erholung, Zusammenarbeit mit den bayerischen Partnern, den anderen Bezirken und mit der Organisation CzechTourism, Koordinierung der Aktivitäten,
- Staatsverwaltung (Gemeindeämter, Verwaltungsbehörden - Hygieneamt, Veterinäramt, Polizei der Tschechischen Republik usw.) - hier werden die Regeln für einzelne Akteure aus der Sicht der Kommunikation festgelegt.

Eine ähnliche Struktur besteht in Prinzip auch auf bayerischer Seite, wo aus der Sicht des Tourismus und der Erholung die Tourismusverbände eine bedeutende Rolle spielen (auf der lokalen, regionalen wie auch gebietsdeckender Ebene - Tourismusverband Ostbayern).

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die wichtigen Partner mit ihrer Relevanz für das Regionalmanagement, Beispiele der Aktivitäten, Kommunikationsstatus und anderen Informationen.

Tabelle 1: Hauptgruppen der Partner, ihre Rolle und Kommunikationsarten (beispielhafte Auswahl relevanter Akteure)

Partner	Beziehung zum Gebiet	Beispiele der Tätigkeit	Bedürfnisse und Belange	Derzeitige Aktivitäten im Gebiet	Aktuelle Arten der Kommunikation
Agentur für Natur- und Landschaftsschutz, Landschaftsschutzgebiet Böhm. Wald, Naturparkverwaltungen (NOW, OW, OBW)	Schutz der Werte, Kommunikation der Bedürfnisse des Landschaftsschutzgebiets und der Verwaltungen der Naturparke	Behandlung der Stellungnahmen zu geplanten Vorhaben	Öffentlichkeitsarbeit für die Akteure - Schaffen eines freundlichen Wahrnehmungsbildes, Wahrnehmung des Landschaftsschutzgebiets und der Verwaltungen der Nationalparke als Partner für den Schutz der Werte innerhalb des Gebiets mit einer zulässigen Entwicklung des Gebiets	Bildungs- und Aufklärungsaktivitäten (Tag des Böhmisches Waldes, kommentierte Führungen),	Verhandlungen mit den lokalen Akteuren (Zlatý potok, LAGs, Tourismusverbände), Besprechungen und Behandlungen der Stellungnahmen zu geplanten Vorhaben
Regionalkooperation Oberpfalz-Region Pilsen	vertiefte grenzüberschreitende Zusammenarbeit der Region Pilsen und der Oberpfalz	Schaffung von Netzwerken und Konferenzen zu Vorhaben im Gebiet Unterstützung GÜ Projekte	Öffentlichkeitsarbeit, Kontaktpflege von grenzüberschreitenden Netzwerken	z.B. „Wir sind Europa/My jsme Evropa“, „Europäische Nachbarn“ usw. Entwicklungskonzept für den bayerisch-tschechischen Grenzraum Diskussion der Zukunftsthemen Regionalentwicklung	Regelmäßige Fachkonferenzen/Partnerforen und Kooperationsbeiträge
Bezirksamt Pilsen, Sachgebiete für Umwelt, für regionale Entwicklung, für Verkehr, Sachgebiet 51 der Regierung der Oberpfalz	Aufgaben der Staatsverwaltung entsprechend der Kompetenzen einzelner Sachgebiete	Besprechungen zu Vorhaben im Gebiet	Koordiniertes Vorgehen einzelner Sachgebiete bei der Behandlung der Vorhaben	keine	keine
Stadt- und Gemeindeämter, ggf. Polizei	Aufgaben der Staatsverwaltung entsprechend der Kompetenzen	Besprechungen der Vorhaben	Voraussehbarkeit bei den Entscheidungsprozessen, einheitliche Vorgehensmethodik	Keine	Gemeinsames Zentrum der deutsch-tschechischen Polizei- und Zollzusammenarbeit Schwandorf
Städte, Gemeinden, Landkreise d.h. kommunale Entscheidungsträger auf lokaler/regionaler Ebene	Investitions- und andere Vorhaben im Gebiet, Bewerbung der Gebiete	Besprechungen der Vorhaben mit anderen Partnern	Aufbau einer einheitlichen Marke des Gebiets mit Einbindung aller Städte und Gemeinden, Stärkung der Identität durch einheitliche Kommunikation	Webseiten einzelner Städte und Gemeinden, Vertreter in den Arbeitsgruppen Landkreise: Förderanträge	Im Rahmen der Einbeziehung in die Organisationsstruktur der Kommunikationspartner (gebietsdeckend, regional, lokal)
Touristische Informationszentren	Informative Leistungen	Kommunikation mit den Zielgruppen der Besucher und mit den Einwohnern vor Ort	Enge Zusammenarbeit im Rahmen der Organisationsstruktur, Einbeziehung einzelner ITC in Arbeitsgruppen	Beteiligung an der Pflege der Webseiten, Vorbereitung und Veröffentlichung der Druckunterlagen, Wettbewerbe (Region Domažlice mit einem Smartphone in der Tasche)	Nach der Einbeziehung in die Organisationsstruktur
Organisationen, bei denen die Städte und Gemeinden ihre Träger sind (Sporteinrichtungen, ...)	Dienstleistungsangebot an Besucher und informative Leistungen	Veranstaltungen mit thematischer Ausrichtung	Zusammenarbeit mit einzelnen Akteuren und Unterstützung bei der Erweiterung der Dienstleistungen, Qualitätsüberwachung	Kooperation bei den Veranstaltungen, Wettbewerben, Spielen	Abstimmung bei der Vorbereitung der Veranstaltungen
Lokale Aktionsgruppen, Aktionsbündnisse, Gemeindeverbände (ILEKs), kommunale Vereine	Vor allem Projektvorhaben	Besprechungen der Vorhaben	Vorbereitung qualitativ guter Projektvorhaben	Beteiligung an der Pflege der Webseiten, Druckunterlagen, Stärkung der Marke „Böhmischer Wald“, aber nur lokal, nach dem Betätigungsgebiet	Abstimmung der Projekte mit anderen Partnern
Bezirksamt Pilsen (Sachgebiet für Kultur, Denkmalpflege und Tourismus), Tourismusverband Ostbayern	Zusammenarbeit und Unterstützung im Gebiet	Finanzielle Förderung, methodische Leitung, Zusammenarbeit bei den Veranstaltungen, Messen	Systematische Unterstützung des Standortmanagements, Unterstützung im Rahmen der nationalen Institutionen auf dem Gebiet des Tourismus	Treffen mit den Partnern auf Landkreis- und lokaler Ebene	Auf Messen und bei Veranstaltungen
Betreiber der Denkmäler, Museen, Galerien, Kulturzentren	Präsentation der Traditionen und Werte im Gebiet	Veranstaltungen mit thematischer Ausrichtung	Stärkung der Identifizierung mit dem Gebiet in seiner Gesamtheit, Förderung der Marke „Böhmischer Wald“	Druckmaterialien, ggf. Webseiten	Bei gemeinsamen Ausstellungen, Ausleihung der Ausstellungsgegenstände
Anbieter der Beherbergung-, gastronomischen und anderen Dienstleistungen (Werkstätten, Aussichttürme ...)	Ausnützung der Werte und Anziehungspunkte für eigene Tätigkeit	Spezielle Veranstaltungen für die Besucher	Qualitativ gutes und verfügbares Dienstleistungsangebot für einzelne Zielgruppen der Besucher, Kooperation zwischen den einzelnen Dienstleistungsanbietern	Nur ausnahmsweise Präsentation des Gebiets in seiner Gesamtheit (Rybník/Stadlern), sonst lokale Druckunterlagen, finanzielle Kooperation an den Webseiten, Veranstaltungen	Wahrscheinlich keine
Besitzer/Verwalter der Forste (Tschechische Staatsforste, Gemeinden, Privatpersonen), Landwirte	Eigentumsverwaltung im Gebiet	Abstimmungen im Zusammenhang mit der Verkehrserschließung der Orte	Verfügbarkeit und Ableitung der Besucher außerhalb der Kollisionsgebiete bei der Durchführung der Waldarbeiten	Präsentation der Naturwerte, Tschechische Staatsforste - finanzielle Förderung der Druckmaterialien, Investitionsvorhaben	In der Regel nur Tschechische Staatsforste, eventuell Bayerische Staatsforste - Kommunikation der Vorhaben
Vereine (Touristen, Jäger, Sportler, Heimatvereine, lokale Kulturvereine)	Ausnützung der Werte und Anziehungspunkte für eigene Tätigkeit	Abstimmungen im Zusammenhang mit der Vorbereitung der Veranstaltungen	Stärkung der Identifizierung mit dem gebiet, Koordinierung der Tätigkeiten	Nur bei den Veranstaltungen	Im Rahmen der Partnerschaften, vor allem zwischen Städten und Gemeinden
Ehrenamtliche Organisationen (Umwelt, Aufräumaktionen, Naturschutz, ...) Lokale Verbände und NGOs (LBV, BUND Landschaftspflegeverbände)	Vor allem Schutz der Werte	Einbindung in republikweite Veranstaltungen	Gemeinsame Präsentation der Vision für das Gebiet und seine Werte	Webbasierte Aktivitäten von lokalen naturschutzverbänden	Im Rahmen des Informationsaustauschs auf den sozialen Netzwerken
Aktive Personen mit Orts- oder Regionsbezug	Gebiet als Teil des Lebensstils	Hilfeleistung im Rahmen einzelner Aktivitäten	Ausnützung des Potentials dieser Personen für die Präsentation des Gebiets unter Berücksichtigung ihres Wissens und Aktivitäten	Nach der Ausrichtung, z.B. kommentierte Führungen	Nach den persönlichen Beziehungen

1.2 Aktueller Stand der Kommunikation zwischen den Partnern im Gebiet

1.2.1 Aktuelle Kommunikation zwischen den Partnern

Anhand ihrer Parameter kann die Kommunikation im Gebiet derzeit allgemein in drei Ebenen aufgeteilt werden:

- gebietsdeckend einschl. grenzübergreifend,
- regional,
- lokal.

Derzeit sind im Rahmen der Kommunikation keine Strukturen oder einheitlichen Parameter für eine gebietsdeckende Kommunikation festgelegt, und dies einschließlich der grenzüberschreitenden Kommunikation. Die Kommunikationsformen, die sich ähnlicher Instrumente bedienen, sind auf die regionale und lokale Ebene verlagert. Dieses Phänomen wird den Mangel an Konsens über die gemeinsamen Werte des Gebiets, der z.B. in einer gemeinsamen Marke den Ausdruck finden könnte, weiter vertieft, und dies auch über die Grenze hinweg. Auf regionaler und lokaler Ebene ist ein gewisser Konsens über die Formen und Modalitäten festzustellen, welcher durch ein Einvernehmen der Kommunikationspartner erreicht wird.

Ein Beispiel für die regionale Zusammenarbeit zwischen Partnern ist der im nördlichen Teil tätige „Rat für Tourismus im Landkreis Tachov“, eine Einrichtung ohne eigene Rechtspersönlichkeit, die die meisten Gemeinden der Region Tachov und andere im Tourismus tätige Organisationen (Touristeninformationszentren, Museen, Website-Betreiber usw.) verbindet. Im südlichen Teil des Gebiets erfüllt diese Funktion der Gemeindeverband der Region Domažlice, der regelmäßig Treffen von Touristeninformationszentren mit Angeboten an Informationsaustausch organisiert.

Bei der Kommunikation zwischen den Partnern auf der lokalen Ebene handelt es sich in der Regel um Kommunen, bzw. um einzelne lokale Vereine (Feuerwehr, Sportler, Touristen, Jäger usw.), die einen großen Einfluss auf die Kommunikation direkt vor Ort haben. Der gemeinsame Rahmen dieser Kommunikation wirkt sich meistens bei den Diskussionen über konkrete Angelegenheiten der Gemeinde oder des Vereins aus. Dieses Phänomen ist sowohl für die tschechische als auch für die bayerische Seite gemeinsam.

Aus der Sicht der Parametereinstellungen handelt es sich grundsätzlich um zwei Formen.

Das Einvernehmen der Partner hängt vom Umfang der Themen, der anzuwendenden Lösung und der territorialen Dimension ab. Solches Einvernehmen funktioniert gut auf der Ebene der Gemeinden oder Gemeindeverbände. Das Einvernehmen steht unter Einfluss der verwendeten Instrumente - Treffen, Informationsaustausch über elektronische Kommunikation oder auf sozialen Netzwerken.

Eine abweichende Situation gibt es bei der grenzüberschreitenden, gebietsdeckenden Dimension. Derzeit gibt es keine Einrichtung mit festgelegten und vereinbarten Kommunikationsparametern für das ganze Gebiet. Diese Rolle wird zum Teil vom Bezirk Pilsen und von der Regierung der Oberpfalz im Rahmen ihrer langfristigen Zusammenarbeit übernommen, und dies quer durch unterschiedliche Themenbereiche, einschließlich des Tourismus und der Erholung. Auf tschechischer Seite sollte diese Rolle auf dem Gebiet des Tourismus und der Erholung zukünftig vom Regionalmanagement Böhmischer Wald übernommen werden, wahrscheinlich mittels Arbeitsgruppen. Diese Einrichtung sollte die überwiegende Mehrheit der Kommunikation in allen ihren Formen und Instrumenten koordinieren.

Eine andere Form mit den meisten vereinheitlichenden Elementen ist die gemeinsame Präsentation des Gebiets auf Messen und ähnlichen Veranstaltungen, die sowohl in der Region Pilsen als auch in Bayern stattfinden. Auf tschechischer Seite präsentieren sich gemeinsam die zwei wichtigsten Akteure des Gebiets, und zwar der Gemeindeverband der Region Domažlice und die Stadt Tachov, die die Gemeinden der Region Tachov vertritt.

Zusammenfassung

- Fehlende Organisationsstruktur für die gebietsabdeckende und grenzüberschreitende Kommunikation,
- Ähnliche Struktur der Partner beiderseits der Grenze wird angestrebt unter Beachtung des auf bayerischer Seite bestehenden Markenkonzpts des Tourismusverbands Ostbayern,
- Mangelnde Verknüpfung der präsentierten Informationen,
- eher lokale Absprache und Diskussion der Vorhaben - persönliche Gespräche vor der Umsetzung des Vorhabens, regelmäßige Kommunikation während der Umsetzung,
- Organisation von thematischen und speziellen Veranstaltungen - Mitwirkung und Zusammenarbeit aller beteiligten Partner,
- Koordination und methodische Zusammenarbeit - insbesondere Bezirk Pilsen und Regierung der Oberpfalz, größere Städte, Gemeindeverbände und LAGs/Aktionsbündnisse oder Landschaftsschutzgebiete,
- Veröffentlichung von Berichten und Informationsdienst einzelner Partner.

1.2.2 Kommunikationsinstrumente der Partner

Der aktuelle Stand der Kommunikation zwischen den Partnern auf tschechischer Seite steht unter dem Einfluss der faktischen Aufteilung des Gebiets in einen nördlichen und einen südlichen Gebietsteil. Die Partnergruppen kommunizieren eher auf lokaler Ebene. Die wichtigste Gruppe stellen die Touristeninformationszentren dar, die im südlichen Gebietsteil durch den Gemeindeverband der Region Domažlice vertreten sind. Sie halten regelmäßige Treffen ab, um Informationen auszutauschen und ihre Aktivitäten zu koordinieren. Im nördlichen Teil wird diese Aufgabe vom Rat für Tourismus im Landkreis Tachov übernommen, der sich ca. drei bis vier Mal im Jahr zwecks Informationsaustauschs trifft. Die Waldbesitzer (Tschechische Staatsforste, Stadtforstbetriebe, eventuell in Koordination mit der Agentur für Natur- und Landschaftsschutz) sind lokal, im Rahmen von Bildungs- und Aufklärungsaktivitäten, tätig. Andere Einrichtungen, insbesondere die aus dem gewerblichen Bereich, kommunizieren nur selten miteinander. Wenn es der Fall ist, dann nur auf der lokalen Ebene.

Zu den wichtigsten Instrumenten der gemeinsamen Kommunikation oder eher Präsentation zählen Druckmaterialien zum Gebiet, die manchmal auch grenzüberschreitend funktionieren. Diese erscheinen nach gegenseitiger Absprache und Einvernehmen der Partner im gesamten Gebiet. Grenzüberschreitende Kommunikationskanäle sind bei Städte- und Gemeindeparterschaften gut etabliert.

Zu den häufigsten Instrumenten für Kommunikation und Informationstransfer gehören die Webseiten, soziale Netzwerke, elektronische Kommunikationsformen (z.B. E-Mail), mobile Apps, Druckunterlagen, persönliche Treffen, persönliche Präsentationen und interne Materialien einzelner Kommunikationspartner.

Grundsätzlich nutzen alle Partner eine Website in einer mehr oder weniger aktualisierten Form als Kommunikationskanal für den Transfer ihrer Informationen. Dazu kommt derzeit die Nutzung sozialer Netzwerke (z.B. Facebook, Instagram, Twitter usw.) und die

Übertragung der Informationen über QR-Codes. Um Informationen zu touristischen Zielen zu bekommen, sind auch verschiedene mobile Apps sehr beliebt.

Es werden auch gedruckte Materialien einzelner Akteure genutzt, insbesondere Flyer, Kataloge, Broschüren oder Materialien zu den Aktivitäten einzelner Partner.

Die dritte Möglichkeit eines Informationstransfers ist die persönliche Übermittlung bei gemeinsamen Treffen der Partner, sei es in der Form von Arbeitsgruppen (Austausch der Informationszentren) oder in der Form von Präsentationen bei verschiedensten Veranstaltungen (Messen, Tage des Böhmisches Waldes etc.).

Auf tschechischer Seite werden aktuell Kommunikationsaktivitäten des neu etablierten Standortmanagements Böhmisches Wald gestartet, welches schrittweise die Hauptrolle bei der gemeinsamen Kommunikation im gesamten Gebiet, auch über die Grenze hinweg, übernehmen sollte.

Zusammenfassung

- Die meisten Partner nutzen Webseiten oder soziale Netzwerke,
- Persönliche Treffen finden bei den Sitzungen der Arbeitsgruppen von Touristeninformationszentren statt,
- Zusammenarbeit bei Gemeindeverbänden (Gemeindeverband der Region Domažlice, Mikroregionen),
- Druckmaterialien - für breiteres Gebiet (Tachov, Region Domažlice, Region Kdyně, Region Planá, Landschaftsschutzgebiet Böhmisches Wald), gemeinsame deutsch-tschechische Materialien, Veröffentlichungen zum Gebiet,
- Veranstaltungen - kommentierte Führungen, Aufräumaktionen, Bildungsaktivitäten für Kinder - Stadtförste Domažlice etc.,
- Übermittlung von Informationen im Rahmen von Projekten, einschließlich der grenzüberschreitenden Projekte, Einbeziehung der Partner, Werbung,
- erste Gespräche im Rahmen der Gründung des Standortmanagements Böhmisches Wald - Domažlice, Tachov, Bělá nad Radbuzou,
- es fehlt ein breiterer Kommunikationsrahmen zwischen den Partnern im gesamten Gebiet, auch grenzübergreifend,
- ein gutes Beispiel für den Informationstransfer ist das gemeinsame Centrum Bavaria Bohemia in Schönsee.

2. ENTWURF ZUR KOMMUNIKATION ZWISCHEN DEN PARTNERN

Angesichts der Tatsache, dass es für die Kommunikation zwischen den Partnern derzeit keine festgelegten Regeln gibt, die zur Erreichung einer gemeinsamen Kommunikation führen würden, müssen Schritte entworfen werden, die zum Zielzustand einer gebietsdeckenden Kommunikation führen. Die Partner auf tschechischer und bayerischer Seite sollen dabei eine gleichwertige Rolle spielen. Diese Schritte sind im Unterkapitel 1 „Ziele der Partnerkommunikation“ beschrieben. Diese Themen sollen intern diskutiert und nach der Abstimmung durch die Partner auch als Marketinginstrumente für das Gebiet verwendet werden. Angesichts der anhaltenden Sprachbarriere sieht die Kommunikationsstrategie die Einbeziehung von Menschen vor, die diese Barriere überwinden können.

2.1 Ziele der Partnerkommunikation

Die Visionen und Ziele der Partnerkommunikation für diese gemeinsame Kommunikationsstrategie wurden aus dem strategischen Rahmen für das Themenfeld 4 „Organisation und Zusammenarbeit“ übernommen.

Vision im Bereich Kommunikation:

- **Alle Partner beiderseits der Grenze arbeiten eng auf verschiedensten Ebenen zusammen**

Ziele der Kommunikationsstrategie:

- Auf beiden Seiten soll eine ausreichende Kapazität für intensive grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Bereich Tourismus und Erholung geschaffen werden
- Es soll eine Organisationsstruktur für das ganze Gebiet aufgebaut werden
- Es sollen neue Formen der Zusammenarbeit im Gebiet angewendet werden
- Aktive Akteure und Personen sollen eingebunden werden
- Die Aktivitäten im Gebiet sollen unterstützt und koordiniert werden

2.2 Grundsätze für die Partnerkommunikation

Der Maßstab für das Erreichen des gewünschten Kommunikationszustands ist die Verständigung der Partner auf eine Entwicklungsvision für das Gebiet und die Ziele zur Erfüllung dieser Vision, wie diese im Projekt formuliert wurden. Der nächste Schritt ist die Umsetzung dieser Ziele auf der Grundlage gemeinsamer Grundsätze und Werte für alle Partner, und dies auch grenzübergreifend.

Für die Erfüllung der Vision ist es unbedingt erforderlich, die jetzige Landschaft des Böhmisches Waldes und der Grenzgebiete auf bayerischer Seite als Hauptwert des gemeinsamen Gebiets zu erhalten. Alle Werte, die im Zusammenhang mit den einzelnen Anziehungspunkten stehen, machen diese zu besonders geschätzten Reisezielen für Besucher, welche nicht vom „Overtourismus“ betroffen sind. Es ist wahrscheinlich, dass die Vision mit der Entwicklung der touristischen Infrastruktur und der Angebotserweiterung in den Zielorten im Gebiet mehr oder weniger beeinträchtigt wird. Andererseits kann die „Konservierung“ des gegenwärtigen Zustands keinesfalls als Grundsatz für die weitere Entwicklung des Gebiets gelten.

Für eine effektive Kommunikation zwischen den Partnern zum Thema Tourismus und Erholung im Böhmisches Wald wurden drei Schlüsselfaktoren ermittelt.

Gemeinsame Marke Böhmisches Wald

Ein weiterer unerlässlicher Schritt für die Kommunikation zwischen den Partnern ist die Einigung auf eine gemeinsame Marke des Gebiets. Dieser Schritt ist insbesondere im Hinblick auf das Marketing wichtig. Dieses Marketing muss auf jeder Ebene, in jeder Form und mit jedem Instrument realisiert werden. Die gemeinsame Marke wird die Kohärenz der gesamten

Kommunikation innerhalb und außerhalb des Gebiets wie auch zwischen den Partnern weiter stärken. Nach der Einführung der Marke und eines Logos kann die Kommunikation auf allen relevanten Ebenen gestartet werden, mit dem Ziel, das Gebiet in seiner Gesamtheit zu fördern.

Grenzüberschreitende Vernetzung

Angesichts der unmittelbaren Nähe des Böhmisches Waldes und der benachbarten bayerischen Gebiete sind die grenzüberschreitende Zusammenarbeit und Kommunikation unerlässlich, und dies nicht nur bei der Ausarbeitung und Umsetzung von Vorhaben. Eine kontinuierliche grenzüberschreitende Kommunikation wird nicht nur zur Vernetzung der Akteure im Gebiet führen, sondern auch zur Stärkung der Identifizierung auf der jeweils anderen Seite der Grenze.

Stärkung der Identifizierung mit dem Gebiet

Durch die Stärkung der Identifizierung mit dem Gebiet werden Menschen und Organisationen im Gebiet näher zusammengebracht. Dies wird auch zu einem Konsens über die Grundsätze der gemeinsamen Kommunikation führen. Die Formen und Instrumente wirken sich auf alle Partner im Gebiet aus. Bewusstseinsbildende gute Beispiele können die Kommunikation in allen Gruppen stark beeinflussen.

2.3 Zielstand der Kommunikation

Eine optimale Kommunikation zwischen den Partnern setzt den Aufbau und die Stabilisierung einer angemessenen Organisationsstruktur voraus, die den regelmäßigen Transfer von Informationen und den Austausch gemeinsamer Grundsätze innerhalb des Gebiets ermöglicht. Die Voraussetzungen für die Erreichung dieses Zustandes sind in den einzelnen Abschnitten am Anfang dieses Kapitels skizziert. Diese können natürlich sowohl unter die Kommunikation als auch unter das Marketing eingeordnet werden und sind miteinander eng verbunden.

Der Zielzustand kann durch die Einbeziehung einzelner Partner in gemeinsame Kommunikationsaktivitäten erreicht werden. Eine wichtige Rolle könnte die gemeinsame Absichtserklärung des Bezirks Pilsen und der Regierung der Oberpfalz als der höchsten Institutionen im Rahmen des Gebiets spielen. Auf nationaler Ebene sind es dann langfristige Kooperationsvereinbarungen zwischen den wichtigsten Partnern.

Die Tabelle 2 beschreibt die ideale Situation, die unter der Voraussetzung erreicht werden könnte, dass alle Partner bereit sind, sich auf Grundsätze der gemeinsamen Kommunikation zu einigen. Die Tabelle führt die wichtigsten Kommunikationspartner auf tschechischer Seite auf, auf bayerischer Seite besteht jedoch eine ähnliche Struktur, wie es auch die Graphik 1 zeigt.

2.3.1 Kommunikationspartner

Zu den wichtigsten Kommunikationspartnern aus Sicht des Tourismus und der Erholung zählen der Bezirk Pilsen, die Regierung der Oberpfalz, Gemeinden, Gemeindeverbände, Regional- und Standortsmanagementorganisationen Tourismusverbände, andere Verbände und Betreiber von Dienstleistungen für Tourismus. Im Rahmen des Naturschutzes sind es dann die Verwaltungen der Naturparke in Bayern und die Verwaltung des Landschaftsschutzgebiets Böhmisches Wald auf tschechischer Seite. An der Schnittstelle befinden sich hauptsächlich die Bewirtschaftungsunternehmen, wie Forstverwaltungen oder landwirtschaftliche Betriebe und auch die Freiwilligenvereine.

Die Rollen und Kommunikationsaktivitäten einzelner Partner sollten von ihrer Position in der Organisationsstruktur der Kommunikationsstrategie abhängen.

Tabelle 2: Entwurf der Kommunikation der Partner des Böhmisches Waldes und der Naturparke in der Oberpfalz zum Thema Tourismus und Erholung

Partner	Kommunikationsgegenstand neu	Botschaft	Voraussetzungen der Anwendung	Instrumente
Agentur für Natur- und Landschaftsschutz, Landschaftsschutzgebiet Böhm. Wald, Verwaltungen der Naturparke in der Oberpfalz	Entdecken und spüren Sie die Werte des ganzen Böhmisches Waldes, des Oberpfälzer Waldes und des Bayerischen Waldes	Das Landschaftsschutzgebiet und die Naturparke fördern die einheitliche Marke des Gebiets	Einigung der Akteure auf eine einheitliche Marke	Präsentation bei den Tagen des Böhmisches Waldes, Kooperation der Veranstaltungen mit breiterer Ausstrahlung im Gebiet, grenzüberschreitende Präsentation
Städte und Gemeinden, Kommunen	Informationen über einen Standort vermittelt auf beiden Seiten der Grenze	Wir haben eine gemeinsame Organisation für Tourismus und Erholung im gesamten Gebiet	Einbeziehung der meisten Städte und Gemeinden aus dem Gebiet ins Standortmanagement	Mitgliedschaft in Leitungsorganen, Arbeitsgruppen, Vernetzung der Webseiten (Links), Austausch über die Veranstaltungen
Touristische Informationszentren	Visionen und Ziele des Gebiets über einen Standort vermittelt auf beiden Seiten der Grenze	Kooperation im Böhmisches Wald und in den Naturparken der Oberpfalz fördert den Tourismus und die Erholung	Einbeziehung der touristischen Informationszentren in die Struktur des Standortmanagements	Vernetzung der Webseiten, der Links zu Veranstaltungen, Teilnahme an Terminen und an der gemeinsamen Jahreskonferenz
Organisationen, bei denen die Städte und Gemeinden Träger sind (Sporteinrichtungen usw.)	Engere Verzahnung der Vorhaben (Angebot neuer Anziehungspunkte)	Böhmisches Wald und die Naturparke der Oberpfalz bieten sportliche Betätigung und Erholung	Festlegung der Kriterien für die Vernetzung der Vorhaben	Teilnahme an der strategischen Planung der Entwicklungsaktivitäten
Lokale Aktionsgruppen, Gemeindeverbände, kommunale Vereine, Aktionsbündnisse	Gemeinsame Projektplanung	Kooperation im Gebiet fördert den Tourismus und die Erholung	Vernetzung bei der Planung der Projektvorhaben	Einbeziehung in die Arbeitsgruppen
Bezirksamt Pilsen (Sachgebiet für Kultur, Denkmalpflege und Tourismus)	Einheitliches Management für das gesamte Gebiet	Böhmisches Wald und die Naturparke der Oberpfalz stellen ein einheitliches Gebiet dar	Koordinierung der Arbeit mit dem Standortmanagement und methodische Leitung unter Berücksichtigung des gesamten Gebiets einschl. der lokalen Einrichtungen des Standortmanagements	Planungen und Besprechungen zur Arbeit des Standortmanagements, Zusammenarbeit bei der Vorbereitung der Konferenzen, Teilnahme an Messen
Nationalinstitut für Denkmalpflege, Museen, Galerien	Gemeinsame Planung der Veranstaltungen	Wir teilen unsere Sammlungen	Erstellung einer Datenbank der Ausstellungsgegenstände	Anknüpfung der Zusammenarbeit durch Vernetzung
Anbieter der Beherbergung-, gastronomischen und anderen Dienstleistungen (Werkstätten, Aussichttürme ...)	Wir wollen im gesamten Gebiet gemeinsam arbeiten (agieren)	Wir sind ein Teil der gemeinsamen Marke des Gebiets	Festlegung der Bedingungen für die Zusammenarbeit (einschl. der finanziellen), Einigung auf der einheitlichen Marke	Verweise in den Informationsunterlagen, Informationsaustausch auf den Webseiten, sozialen Netzwerken usw.
Besitzer/Verwalter der Forste (Tschechische Staatsforste, Gemeinden, Privatpersonen), Landwirte	Informationen zu den Arbeiten (Holzernte, Ernte, ...) Informationen zur Zugänglichkeit (Durchlässigkeit) der Orte	Wir helfen zur Durchlässigkeit des Gebiets	Aufbau eines Informationssystems über die laufenden Arbeiten mit freiem Zutritt	Vernetzung der Informationssysteme
Vereine (Touristen, Jäger, Sportler, Heimatsvereine...)	Wir bieten die Ortskenntnisse	Das Gebiet wird gemeinsam durch alle genutzt	Einbeziehung in die Informationen über die Aktivitäten des Standortmanagements	Einbeziehung in die Arbeitsgruppen, Planung der Veranstaltungen
Ehrenamtliche Organisationen (Umwelt, Aufräumaktionen, Naturschutz, ...)	Wir bieten unsere Hilfe beim Schutz der Werte und unsere Ortskenntnisse	Das Gebiet ist einzigartig, daher sollen wir es schützen; wir zeigen gerne seine Werte	Einbeziehung in die Informationen über die Aktivitäten des Standortmanagements	Einbeziehung in die Arbeitsgruppen, Informationen über das Vorkommen der Werte, Zusammenarbeit an der Erstellung der Unterlagen
Aktive Personen mit Orts- oder Regionsbezug	Wir wollen bei der Präsentation des Gebiets und seiner Werte behilflich sein	Das gemeinsame Gebiet hat vieles zu bieten	Einbeziehung in die Informationen über die Aktivitäten des Standortmanagements	Einbeziehung in die Arbeitsgruppen, Zusammenarbeit bei den Veranstaltungen

2.3.2 Schaffung einer Organisationsstruktur

Die Schaffung einer Organisationsstruktur für Kommunikationspartner ist grundsätzliche Voraussetzung für die Einstellung des richtigen Informationstransfers auf allen Ebenen. Die Organisationsstruktur muss von der grenzüberschreitenden (gebietsdeckenden) Ebene über die regionale bis zur lokalen Ebene aufgebaut werden. An der Gesamtstruktur müssen alle Partner beteiligt sein können, unabhängig von ihrer Rolle und der Menge der zu übermittelnden Informationen. Der Umfang und die Aufteilung müssen den Kompetenzen der einzelnen Informationspartner beim Informationstransfer entsprechen.

Innerhalb der Organisationsstruktur müssen Leitungsorgane, Arbeitsgruppen und gegebenenfalls auch ad hoc gebildete Teams, die sich mit ungewöhnlichen Situationen befassen sollen, eingerichtet werden. Im Rahmen der Hierarchie ist es notwendig, die Kompetenzen auf einzelnen Ebenen des Organisationsnetzwerks zu bestimmen wie auch einen Plan, einen Zeitplan für Aktivitäten und Grundregeln für jede Ebene festzulegen. Sehr wichtig sind die Offenheit, die Transparenz und der gute Informationstransfer zu den Partnern, aber auch zu den Zielgruppen aus der Sicht des Tourismus und der Erholung.

Ebenso wichtig ist die richtige Einstellung von Informationsflüssen, einschließlich der Kommunikationsformen und -instrumenten. Diese spielen eine wichtige Rolle bei der endgültigen Verarbeitung der Informationen und Übermittlung dieser an die Endbenutzer.

Leitungsorgane

Wichtige strategische Entscheidungen, die meist grenzüberschreitende Auswirkungen haben, werden von den Leitungsorganen getroffen. Auf Grund von einvernehmlich festgelegten Kompetenzen sollen ihre Entscheidungen von allen Partnern akzeptiert werden. Diese Organe sollten aus der Sicht des Tourismus und der Erholung auf grundlegende Veränderungen im organisatorischen, technischen und finanziellen Bereich reagieren. Die Vertretung in den Leitungsorganen sollte den Kompetenzen der einzelnen Partner entsprechen.

Arbeitsgruppen

Die Arbeitsgruppen sind das handelnde Element innerhalb der Organisationsstruktur. Ihre Arbeit besteht in der Vorbereitung der endgültigen Kommunikationsergebnisse. Arbeitsgruppen sollten nach Themenfeldern eingerichtet werden, z. B. Geschichte, Natur, Kultur, grenzüberschreitende Zusammenarbeit usw. Der Arbeitsplan einer Arbeitsgruppe sollte die strategischen Entscheidungen der Leitungsorgane berücksichtigen. Sie sollten Lösungsmöglichkeiten und technische Mittel zur Erreichung faktischer Ergebnisse empfehlen. Dies können Vorschläge, Studien, Projekte oder Realisierungspläne sein. Im Rahmen von Arbeitsgruppen sollen externe Experten oder Fachkundige aus dem Gebiet einbezogen werden. Dies können sowohl Institutionen wie auch natürliche Personen sein.

Spezielle Teams

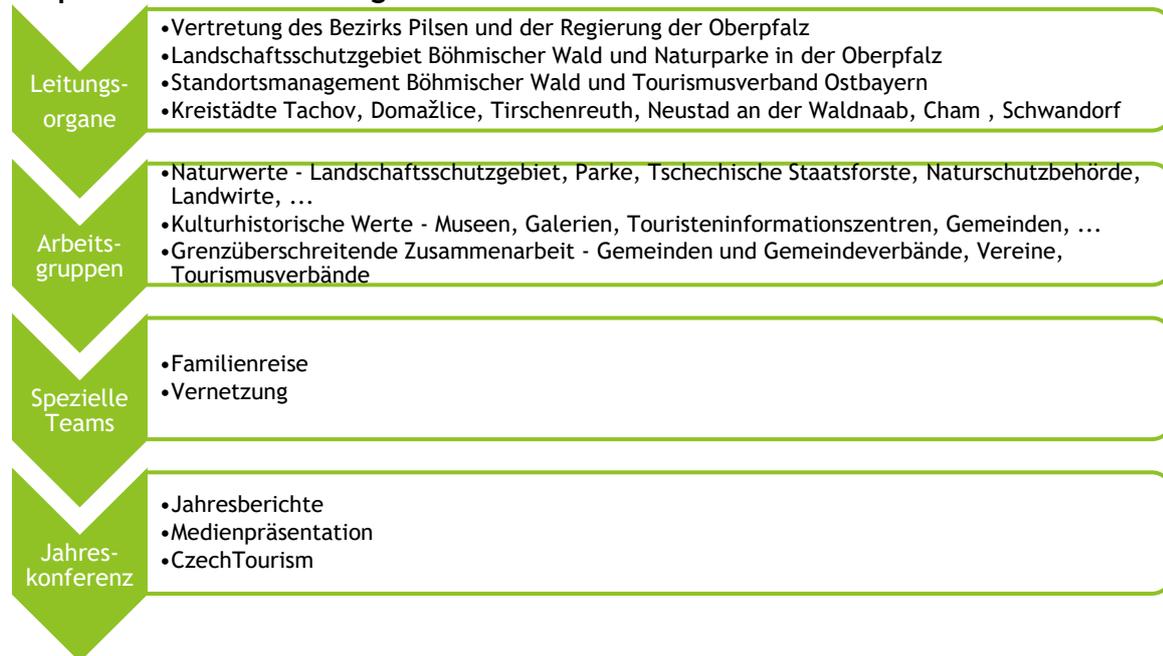
Spezielle Teams sollen für die Lösung von ungewöhnlichen Situationen oder für spezielle Kommunikationsmaßnahmen, wie Familienreisen oder Filmproduktionen, gegründet werden. Sie sollten ad hoc gegründet werden, mit Vorgaben und Plänen für einzelne Maßnahmen.

Jahreskonferenz

Die Jahreskonferenz des Böhmisches Waldes soll eine besondere Kommunikationsform quer durch die Partner und externe Stellen sein. Sie umfasst sowohl die Evaluierung der Kommunikation innerhalb der Organisationsstruktur als auch die Medienpräsentation nach Außen, unbeachtet der Einbeziehung von Partnern. Diese Konferenzen sollen jährlich im Rahmen der Planungsmaßnahmen organisiert werden.

Ein Entwurf der Organisationsstruktur ist in der Graphik 1 zusammengefasst.

Graphik 1: Entwurf der Organisationsstruktur



2.3.3 Kommunikationsarten

Für den erfolgreichen Einsatz einer beliebigen Kommunikationsart ist es notwendig, ein Netzwerk von Informationsvermittlern aufzubauen und diese gut zu vernetzen. Die Analyse der Partner ergab, dass es derzeit kein gebietsdeckendes Partnernetzwerk gibt. Der Aufbau dieses Netzwerks ist der nächste erforderliche Schritt in Richtung zum Zielzustand der Kommunikation im Gebiet des Böhmisches Waldes. Dieses Netzwerk muss alle Ebenen der geschaffenen Organisationsstruktur umfassen. Eine Übersicht der wichtigsten Kommunikationspartner aus der tschechischen Seite ist im Anhang 4 zu finden.

Im Rahmen der Organisationsstruktur sollten sich die Partner auf einem Hauptkanal für den Informationstransfer einigen. Alle Partner sollen dann die einvernehmlich festgelegten Kommunikationskanäle für den Informationstransfer gemäß den vereinbarten Regeln und Grundsätzen nutzen. Dieser Hauptkanal dient dann als allgemein nachvollziehbare und zugängliche Möglichkeit, an Informationen zu kommen. Im Rahmen des Einvernehmens ist die Nutzung bestehender Informationsnetzwerke möglich, sofern die technische Kompatibilität und inhaltliche Konsistenz der übertragenen Informationen gegeben sind. Die Partner müssen aber auch auf neue Kommunikationsformen, insbesondere auf soziale Netzwerke, reagieren und die Möglichkeit haben, ihren eigenen Influencer (YouTube, Instagram, Facebook, TikTok usw.) einzubeziehen.

Einige Kommunikationsarten können auch zu Kommunikationsinstrumenten gezählt werden (z. B. Links zu Webseiten oder Profilen von Partnern in sozialen Netzwerken). Dieses Phänomen ist jedoch für die zu entwerfende Kommunikationsstrategie nicht von maßgeblicher Bedeutung.

Persönliche Kommunikation

Die natürlichste Art der Kommunikation ist der persönliche Informationsaustausch. Sein Nachteil ist es, dass er zeitlich oder lokal begrenzt ist. Meistens wird er bei verschiedenen Terminen, Gesprächen oder Besprechungen, z. B. im Rahmen der Arbeitsgruppen, verwendet.

Elektronische Kommunikation

Neben den sozialen Netzwerken handelt es sich wahrscheinlich um den derzeit häufigsten Informationskanal. Die elektronische Kommunikation ist ideal für die Übertragung größerer Dokumente, die eine längere Verarbeitungszeit erfordern. Gleichzeitig ermöglicht sie den Informationstransfer in Echtzeit, unabhängig vom Standort (Tschechien - Bayern) und der Teilnehmerzahl. Zu den elektronischen Kommunikationsmitteln gehören E-Mail, Skype, eventuell auch Kommunikation per Telefon. Diese Kommunikationsart wird am häufigsten innerhalb der internen Organisationsstruktur des Böhmisches Waldes verwendet.

Kommunikation über soziale Netzwerke

Im Online-Austausch der Informationen spielen die sozialen Netzwerke wahrscheinlich die wichtigste Rolle. Sie werden sowohl von Institutionen (Gemeinden, Touristeninformationszentren - Informationen zu Veranstaltungen) als auch von Einzelpersonen (meistens zum Austausch von Erfahrungen oder Informationen zu Veranstaltungen) genutzt. Sie dienen auch zum Informationstransfer im privaten Bereich. Ihr Hauptvorteil, oder bei umgekehrter Betrachtung auch Nachteil, ist die im Prinzip sofortige Übertragung der gewünschten Informationen auch außerhalb der Organisationsstruktur der Partner im Böhmisches Wald. Zu häufigsten Kanälen gehören Facebook, Twitter oder Instagram, aber auch weitere, neu entstandene Kanäle.

Kommunikation über Medien

Der Informationstransfer über Medien kann sowohl in elektronischer Form als auch in gedruckter Form erfolgen. Im Rahmen von Tourismus und Erholung kann dies zwischen den Partnern z.B. mittels gedruckter Informationsunterlagen (z. B. gedruckte Sammelbände von Jahreskonferenzen) oder elektronisch (z. B. Tonaufnahmen von Sitzungen) durchgeführt werden. Es ist auch möglich, die Kommunikation über Medien außerhalb der Organisationsstruktur zu verwenden, z. B. Zeitungsartikel, Spots, Berichte über Aktivitäten einzelner Kommunikationspartner. Die Medienkommunikation wird wahrscheinlich am häufigsten durch das Standortsmanagement genutzt.

Gemeinsame Webseite oder gemeinsame Links

Die Webseite des Böhmisches Waldes oder Links zu Webseiten der Partner können als zusätzliche Informationsquelle für Kommunikationspartner dienen. Sie können z.B. als Informationsquelle bei Vorbereitung von Dokumenten für Besprechungen oder für Informationsaustausch innerhalb des Partnernetzwerks dienen. Von einer größeren Nutzung der gemeinsamen Webseite des Böhmisches Waldes ist jedoch bei der Zielgruppe - bei den Besuchern des Gebiets - auszugehen.

2.3.4 Inhalt der Kommunikation zwischen den Partnern

Festlegung der Bedingungen für die Zusammenarbeit

Der Inhalt der Kommunikation zwischen den Partnern muss auf einer einvernehmlich festgelegten Struktur und auf Kompetenz einzelner Partner basieren. Innerhalb der aufgebauten Struktur und des Netzwerks von Partnern müssen sowohl die Rechtsformen (z.B. Geschäftsordnung für einzelne Leitungsstrukturen) als auch der Umfang der gewünschten oder anzubietenden Informationen zwischen Partnern festgelegt werden. Meistens handelt es sich um Einvernehmen und Möglichkeiten der einzelnen Partner.

Nach der einvernehmlichen Festlegung der gemeinsamen Grundsätze und Ziele der Kommunikation in gebietsdeckender Dimension können alle Informationen ausgetauscht und genutzt werden. Der Informationsinhalt ist für jeden Partner relevant und wird entsprechend der aktuellen Situation aktualisiert (z. B. organisatorische Änderungen in Institutionen,

personelle Änderungen bei den Partnern, Reaktionen auf Gesetzesänderungen usw.). Ein wesentlicher Bestandteil des Einvernehmens zwischen den Kommunikationspartnern ist ein Plan der Kommunikationsaktivitäten. Einzelne Informationen müssen sowohl mit dem gewünschten Inhalt (Zweck und Inhalt der Information an die Partner) als auch in einer für alle Partner nachvollziehbaren Form (insbesondere bei grenzüberschreitender Kommunikation - Übersetzungen Tschechisch-Deutsch) als auch gemäß dem Zeitplan (Informationen müssen mit genügendem zeitlichem Vorlauf ausgetauscht werden, um diese eventuell weiterleiten zu können) bereitgestellt werden. Diesbezüglich ist ein Kommunikationsplan mit einer Aufschlüsselung für das ganze Jahr und für die einzelnen Monate zu erstellen.

Informationsaustausch zu Vorhaben

Eine grundsätzliche Voraussetzung für den Informationsaustausch zwischen den Partnern ist die langfristige Planung. Basierend auf der einvernehmlich festgelegten Organisationsstruktur ist ein Kommunikationsplan für den Zeitraum von einem Jahr zu erstellen, mit einer detaillierten Ausarbeitung nach Quartalen und Monaten. Im Rahmen dieses Plans sollen die Partner Informationen über den aktuellen Stand und die Vorhaben für den kommenden Zeitraum austauschen. Auf Grundlage dieses Informationsaustauschs sollen dann die Partner weitere Aktivitäten planen und sich darüber innerhalb der Organisationsstruktur austauschen. Der Informationsaustausch erfolgt mittels einvernehmlich festgelegter Kommunikationsformen und Kommunikationskanäle sowie mittels zuständiger Personen (elektronisch, über soziale Netzwerke usw.). Für die effiziente Nutzung des Informationsaustauschs scheint ein separat eingerichtetes Informationssystem mit individuellen Zugriffsrechten entsprechend der Organisationsstruktur und den Kompetenzen der einzelnen Partner ideal zu sein.

Tabelle 3: Aktivitätsbeispiele einiger Partner

Partner	Informationsinhalt			Zuständigkeit
Pisern region - Landkreis	Strategische Planung im Bereich T+E	Zeitraumen der Aktivitäten und Fördergelder	Gebietsdeckende Tätigkeit	Leitungsgruppe
Städte und Gemeinden	Entwicklungspläne der Gemeinden zum Thema T+E	Gemeinsame Behandlung im Stadt- oder Gemeinderat	Tätigkeit innerhalb der Gemarkung der Gemeinde	leitungs- oder Arbeitsgruppen
Standortsmanagement	Strategie für T+E im Rahmen des Standorts	Arbeitspläne und mögliche Finanzierung	Tätigkeit nach dem Standort	Leitungsgruppe Arbeitsgruppen
Nationale und regionale Tourismusverbände	Insbesondere Inhalte der Kommunikation nach Außen	Arbeitspläne und Finanzierung	Im Rahmen der Messen oder Veranstaltungen	Leitungs-, Arbeits-, spezielle Gruppen
Touristische Informationszentren, Museen, Galerie, Denkmäler	Informationen zu Veranstaltungen und Vorschläge, Informationen nach Außen	Förderung durch Treffen der Informationszentren	Nach einzelnen Informationszentren	Arbeitsgruppen, spezielle Maßnahmen
Dienstleistungsanbieter	Informationen zum aktuellen Stand	Entwicklungsvorhaben	Nach Tätigkeitsbereich	Arbeitsgruppen, spezielle Maßnahmen
Vereine und ehrenamtliche Organisationen, aktive Personen	Geplante Veranstaltungen	Einbeziehung der Personen in Planung und Realisierung	Nach Tätigkeitsbereich	Arbeitsgruppen, spezielle Maßnahmen

Ideenerfassung für die Aktivitäten der Partner

Im Rahmen der Kommunikation zwischen den Partnern findet ein kontinuierlicher Informationsaustausch statt, der zur Erfassung von Ideen für die Weiterentwicklung der gemeinsamen Kommunikation bezüglich ihrer Formen, Arten oder Instrumente führt. Damit hängen auch neue Impulse zusammen, die die Form der Best-Practice-Erfahrungen aus anderen Gebieten außerhalb des Böhmisches Waldes, der aktiven Suche bei Messen und Ausstellungen zum Thema Tourismus und Erholung und, nicht zuletzt, der Nutzung der Erfahrungen aus dem Ausland haben können.

2.4 Zusammenfassung

Die Strategie der Kommunikation zwischen den Partnern setzt die gegenseitige Zusammenarbeit beider wichtigsten Partnern voraus: des Bezirks Pilsen und der Regierung der Oberpfalz. Andere Partner, wie z.B. das Standortsmanagement Böhmisches Wald und der Tourismusverband Ostbayern, bzw. die bayerischen regionalen Tourismusverbände, sollen schrittweise Strukturen schaffen und weitere Partner aus dem gesamten Gebiet, einschließlich grenzüberschreitend kooperierender Akteure, einbeziehen.

Die gemeinsamen Grundsätze der grenzüberschreitenden Kommunikation zwischen den Partnern werden in diesem Konzeptpapier als Idealfall beschrieben, wobei es nicht möglich ist, die Beteiligung aller beschriebenen Partner als gegeben zu sehen. Der oben beschriebene Zustand basiert auf den Erkenntnissen aus den analytischen Arbeiten und auf den persönlichen Erfahrungen des Bearbeiters.

Im Rahmen des Projekts wurden die wichtigsten Kooperationspartner identifiziert, und dies sowohl für den Schutz der Werte als auch für die mögliche Zusammenarbeit, einschließlich der Kommunikation. Diese werden im analytischen Teil der Kommunikationsstrategie beschrieben. Zu den wichtigsten Partnern gehören die einzelnen Landkreise, Städte und Gemeinden, die Landschaftsschutzgebiete, Naturparke und Anbieter der Dienstleistungen für die Besucher. Derzeit findet die Kommunikation auf verschiedenen Ebenen insbesondere zwischen Gemeinden, eventuell Gemeindeverbänden und dem Landschaftsschutzgebiet oder den Waldbesitzern vor allem bei offiziellen Diskussionen statt. Formelle und informelle Kooperationen konzentrieren sich hauptsächlich auf Veranstaltungen (Tag des Böhmisches Waldes, kommentierte Führungen durch das Gebiet, Gedenkveranstaltungen bei Jubiläen, Andachten in Wüstungen). Die Kommunikation mit anderen Einrichtungen, wie z.B. mit den Anbietern von Dienstleistungen (Beherbergung, Gastronomie) ist eher formal. Gleiches gilt für verschiedene Vereine - Touristen, Jäger oder Naturschutz. Im Rahmen der Kommunikationsstrategie gibt es hier ein großes Verbesserungspotenzial, wobei diese Rolle das neu eingerichtete Standortsmanagement Böhmisches Wald in Kooperation mit bayerischen Partnern übernehmen sollte.

Die dargestellten Ziele, Handlungsmöglichkeiten und Kommunikationsformen der Partner innerhalb des gemeinsamen Gebietes sind zunächst als Vorschläge zu verstehen, die in gewisser Hinsicht einen Idealzustand beschreiben. Der Verfasser des Dokuments ist sich bewusst, dass nicht alle vorgeschlagenen Maßnahmen kurzfristig und unter Einbeziehung aller benannten Partner umgesetzt werden können. Hier können viele Faktoren eine Rolle spielen, von sozioökonomischen bis zu zwischenmenschlichen. Insbesondere der Bezirk Pilsen, die Regierung der Oberpfalz oder eine von ihr beauftragte Organisation, sollten ihre Rolle bei der Vernetzung mit anderen Gebieten (Bezirk Karlsbad und Bezirk Südböhmen) oder bei Verknüpfung mit anderen Gebieten auf bayerischer Seite spielen.

KOMMUNIKATIONSPLAN FÜR DIE KOMMENDEN 3 JAHRE

KOMMUNIKATIONSPLAN FÜR DIE KOMMENDEN 3 JAHR

Ein Bestandteil der Kommunikationsstrategie ist auch der Kommunikationsplan für die kommenden drei Jahre. Dieser Kommunikationsplan basiert insbesondere auf den vorgeschlagenen Maßnahmen im Gebiet und auf den Möglichkeiten der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Es handelt sich lediglich um einen Rahmenvorschlag, der mit der Zeit durch weitere Aktivitäten erweitert werden kann. Dieser Plan richtet sich an alle Kommunikationspartner, jeweils unter Berücksichtigung ihrer möglichen Einbeziehung.

A) Jahreskonferenz des Böhmisches Waldes - mit thematischer Ausrichtung (Naturwerte und ihr Schutz, Kultur und Geschichte - Wüstungen und untergegangene Handwerksbetriebe, Möglichkeiten der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit im Bereich Tourismus und Erholung, Marketingaktivitäten usw.)

B) Grenzüberschreitende Workshops

- Institutionell - Touristeninformationszentren, Museen, Galerien (Bereitstellung interessanter Informationen aus dem Projekt) - **Anbieter der Informationen**
- Weiterführung der gemeinsamen Seminare und Hochschulprojekte zwischen der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf und der Universität Prag (e.g. Studentisches Projekt Grenzland: Bilder, Sommersemester 2019)
- Schulleitungen - was für ihre Bildungspläne interessant ist - **Zielgruppe der Informationen**
- Freiwilligenorganisationen und -verbände - Ausrichtung auf thematische Informationen entsprechend ihrem Tätigkeitsbereich - **Anbieter und zugleich auch Zielgruppe der Informationen**

C) Vorbereitung und Umsetzung der integrierten Rahmenvorschläge aus dem Projekt (Pilotanwendung z.B. in der Region Poběžovice)

- Koordination von mindestens 3 Akteuren (Stadt, Mikroregion, Verein) - Einigung auf einem Projekt (z. B. Erneuerung eines Wegs mit Allee in der Landschaft, Museumsausstellung, Land Art Projekte usw.),
- Vorbereitung des Projekts bis zur Planungsstufe,
- Möglichkeiten der Projektfinanzierung - kommunal, regional, LAG, national, grenzüberschreitend, aus privater Hand - z.B. Lasselsberger.

D) Gemeinsame Maßnahmen

- Mögliche Teilnahme an bereits laufenden traditionellen Veranstaltungen (z.B. Tag des Böhmisches Waldes - Landschaftsschutzgebiet, grenzüberschreitende Wanderungen oder andere Sportveranstaltungen, Pilgerfahrten und Andachten usw.)
- „Geschichte Erleben“(Kampagne mit verschiedenen Einzelmaßnahmen)
- „Blühende Grenze“ (regionales Förderprogramm)
- Neue Formen von Aktivitäten in grenzüberschreitender Zusammenarbeit (z.B. gemeinsamer Tag der Erde - Bildungs-, Aufklärungs-, Umweltbildungsprogramme usw.)
- Gemeinsame Teams auf Tourismusmessen, bei lokalen Veranstaltungen usw.

Literaturverzeichnis

Pongratz, P; & Vogelgesang, M. (2016): Standortmanagement und Standortentwicklung. Springer Verlag. online dostupné na: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-14204-9_2

<http://www.landesentwicklung-bayern.de/instrumente/regionalmanagement.html>

<http://www.revis.cz/nase-projety.html>

<http://www.maszlatacesta.cz/o-nas/>

<http://www.svazekdomazlicko.cz/turistika-a-kultura/destinace-cesky-les/>

<http://www.masceskyles.cz>

<https://www.csks.cz/filemanager/files/13246.pdf>

ANHANGSTEIL

Anhang 1: Analyse der Partner auf tschechischer Seite

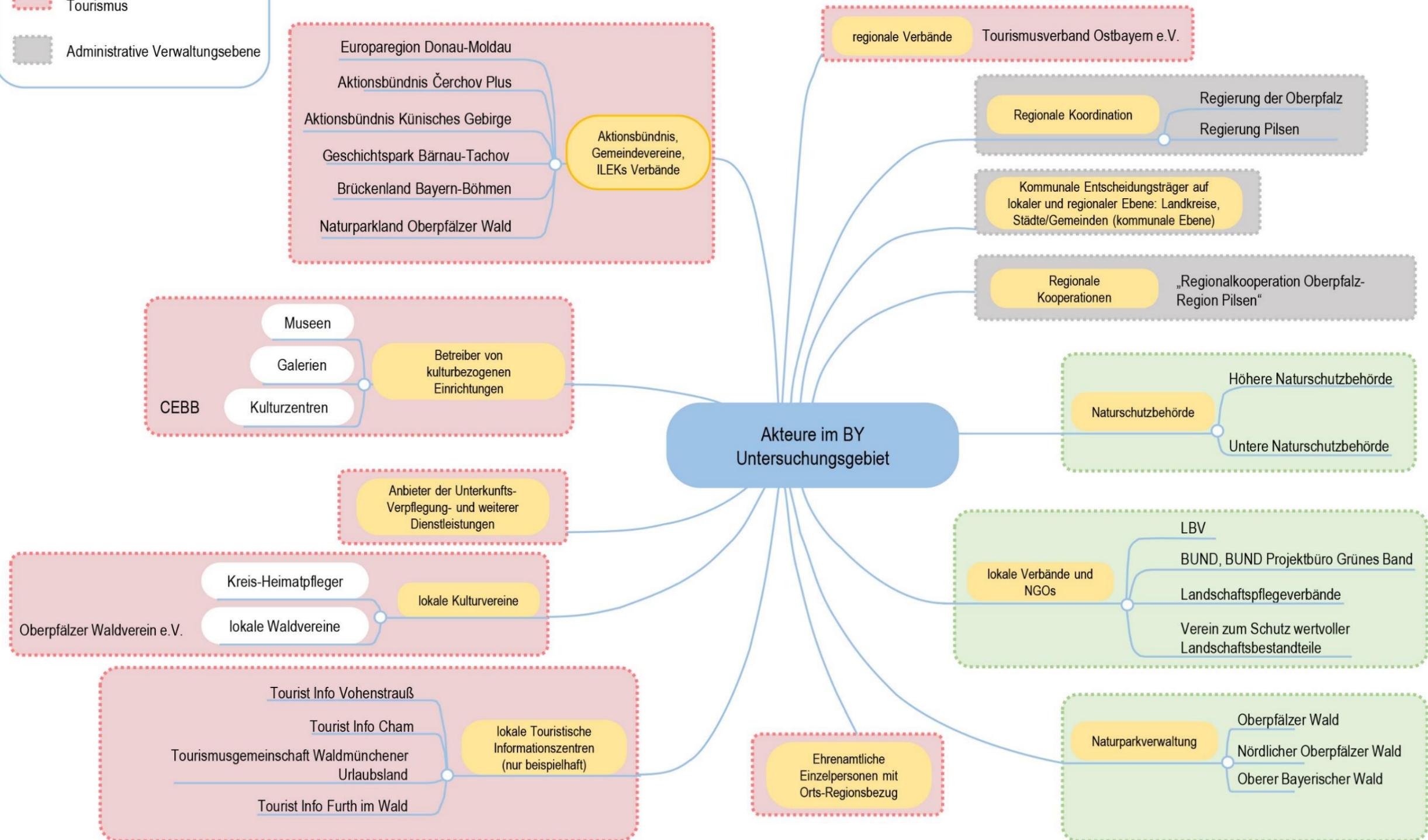
Gruppe	Name der Institution, des Akteurs, der Personen	Wie können diese im Rahmen der anschließenden Aktivitäten in das Projekt einbezogen werden, bzw. wie sind sie bereits einbezogen	Wie ist ihre Rolle im Projekt / im Untersuchungsgebiet	Wie können sie zum Projekterfolg / zur Umsetzung in der Praxis beitragen	Stufe des Engagements / der Einbeziehung *)	Stufe des Einflusses *)	Bezug zu Aktivitäten anderer Stakeholder, Konflikte und kritische Stellen für mögliche Konflikte.
Akteure Naturschutz	Bezirk Pilsen - Sachgebiet Umwelt	Projektpartner, Zielgruppe der wichtigsten Projektergebnisse, aktive Teilnahme an allen Aktivitäten einschl. der Workshops, Bereitstellung der Unterlagen	Hauptakteur mit Entscheidungsbefugnissen im Bereich Umwelt im Bezirk Pilsen PK	Nutzt die Projektergebnisse in der Praxis - tatsächliche Effekte fürs Gebiet. Für die anderen Teilnehmer ist es eine Garantie dafür, dass die Projektergebnisse beachtet und „erst genommen“ werden.	5	5	keine
	Agentur für Natur- und Landschaftsschutz - Verwaltung des Landschaftsschutzgebiets Böhmischer Wald	Projektergebnisse, aktive Teilnahme an allen Aktivitäten einschl. der Workshops, Bereitstellung der Unterlagen	Hauptakteur mit Entscheidungsbefugnissen im Bereich Naturschutz im Landschaftsschutzgebiet Böhmischer Wald	Nutzt die Projektergebnisse in der Praxis - tatsächliche Effekte fürs Gebiet. Für die anderen Teilnehmer ist es eine Garantie dafür, dass die Projektergebnisse beachtet und „erst genommen“ werden.	5	5	keine
Gemeinden und Gemeindeverbände	Alle Gemeinden im Untersuchungsgebiet	Zielgruppe der Projektergebnisse, Teilnahme an Projektaktivitäten und an den thematisch ausgerichteten Workshops	Hauptakteur für die Projektergebnisse mit Bezug auf Gebietsentwicklung und Eigentumsverhältnisse	Nutzt die Projektergebnisse in der Praxis - tatsächliche Effekte fürs Gebiet. Für die anderen Teilnehmer ist es eine Garantie dafür, dass die Projektergebnisse beachtet und „erst genommen“ werden.	5	5	Bei einigen Gemeinden bestehen Konflikte zwischen dem Schutzgrad und den Entwicklungsvorhaben auf dem Gebiet der Gemeinde
Verwaltungsbehörden	Sachgebiete für Raumplanung	Zielgruppe der Projektergebnisse mit Fokus auf Raumplanung und Gebietsentwicklung, ihre Umsetzung in der Praxis. Teilnahme an ausgewählten Workshops	Akteur im Bereich Raumplanung	Beeinflusst in der Praxis die Einarbeitung der Projektergebnisse in die Bebauungspläne der betroffenen Gemeinden.	3	3	Konflikt zwischen den raumplanerischen Unterlagen und dem geplanten Schutz
	Gemeinden mit erweitertem Zuständigkeitsbereich - Umweltreferate	Zielgruppe der wichtigsten Projektergebnisse, Teilnahme an einigen Aktivitäten einschl. der Workshops, Bereitstellung der Unterlagen	Akteur im Bereich Umwelt in der Gemarkung der betroffenen Gemeinde	Nutzt die Projektergebnisse in der Praxis - tatsächliche Effekte fürs Gebiet. Für die anderen Teilnehmer ist es eine Garantie dafür, dass die Projektergebnisse beachtet und „erst genommen“ werden	5	5	keine
Andere Behörden	Tschechische Staatsforste	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich des Naturschutzes und des Tourismus	Mehrheitseigentümer aller Waldflächen im Untersuchungsgebiet	Beeinflusst in der Praxis die Bewirtschaftung der Wälder - Effekte der Projektergebnisse im Bereich Naturschutz und Tourismus.	2	3	Man geht von keinen Konflikten aus
	Grundstückamt	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich des Naturschutzes und des Tourismus	Grundstückseigentümer	Mögliche praktische Nutzung der Kommunikationsstrategie bei der Umsetzung der Anpassung der Grundstückssituation	1	1	keine
Andere Akteure Land- und Forstwirtschaft	Land- und forstwirtschaftliche Akteure	Zielgruppe der Projektergebnisse, Teilnahme an Projektaktivitäten und thematisch ausgerichteten Workshops	Akteure, die die Auswirkungen der Projektergebnisse, insbesondere im Bereich Naturschutz und Weiterentwicklung des Tourismus, beeinflussen	In der Praxis eine bedeutende Gruppe, mit Hinsicht auf die Gegebenheiten des Gebiets und die Umsetzung der Projektergebnisse im Bereich Naturschutz und Tourismus	2	4	Nach der Gebietseinheit - Norden - Süden
	Private land- und forstwirtschaftliche Akteure	Zielgruppe der Projektergebnisse, Teilnahme an Projektaktivitäten und thematisch ausgerichteten Workshops	Akteure, die die Auswirkungen der Projektergebnisse, insbesondere im Bereich Naturschutz und Weiterentwicklung des Tourismus, beeinflussen	In der Praxis eine bedeutende Gruppe, mit Hinsicht auf die Gegebenheiten des Gebiets und die Umsetzung der Projektergebnisse im Bereich Naturschutz und Tourismus	3	4	Hängt von der Einstellung der Einzelpersonen ab
	Private Waldeigentümer	Zielgruppe der Projektergebnisse, Teilnahme an Projektaktivitäten und thematisch ausgerichteten Workshops	Eigentümer der Waldgrundstücke	Beeinflussen in der Praxis die Bewirtschaftung der Wälder	2	3	Mögliche Konflikte mit Schutz und Tourismus
	Kirchen	Zielgruppe der Projektergebnisse, Teilnahme an Projektaktivitäten und thematisch ausgerichteten Workshops	Eigentümer der Grundstücke im Untersuchungsgebiet	Beeinflussen in der Praxis die Bewirtschaftung der Wälder, Eigentümer von Bauten	2	3	Man geht von keinen Konflikten aus
Akteure Kulturerbe und Tourismus TURISMU	Bezirk Pilsen - Sachgebiet für Kultur und Tourismus	Zielgruppe der Projektergebnisse mit Fokus auf na Kommunikation und Tourismus - ihre Umsetzung in der Praxis.	Hauptakteur des Destinationsmanagements und der Kulturentwicklung in der Region	Vereinheitlichungselement für andere Partner, Garantie für die Erarbeitung der Vorschläge im Bereich des Tourismus in Übereinstimmung mit den regionalen Strategien und Plänen wie auch für die anschließende Umsetzung dieser Vorschläge	3	5	keine
	Infozentren	Zielgruppe der Projektergebnisse mit Fokus auf na Kommunikation und Tourismus - ihre Umsetzung in der Praxis	Akteure des Destinationsmanagements und der Kulturentwicklung in der Region	Vereinheitlichungselement für andere Partner in Einzugsgebiet des Infozentrums, Garantie für die Erarbeitung der Vorschläge im Bereich des Tourismus in Übereinstimmung mit den regionalen Strategien und Plänen wie auch für die anschließende Umsetzung dieser Vorschläge	3	5	keine

Gruppe	Name der Institution, des Akteurs, der Personen	Wie können diese im Rahmen der anschließenden Aktivitäten in das Projekt einbezogen werden, bzw. wie sind sie bereits einbezogen	Wie ist ihre Rolle im Projekt / im Untersuchungsgebiet	Wie können sie zum Projekterfolg / zur Umsetzung in der Praxis beitragen	Stufe des Engagements / der Einbeziehung *)	Stufe des Einflusses *)	Bezug zu Aktivitäten anderer Stakeholder, Konflikte und kritische Stellen für mögliche Konflikte.
Andere regionale und lokale Akteure (LAG, Schulen, NGOs, ...)	LAGs	Zielgruppe der Projektergebnisse mit Fokus auf na Kommunikation und Tourismus - ihre Umsetzung in der Praxis	Akteur im Bereich Tourismus, Kommunikation und mögliche Fördermittel	Vereinheitlichungselement für andere Partner im erweiterten Gebiet mit Auswirkungen außerhalb des Gebiets, Garantie für die Erarbeitung der Vorschläge im Bereich des Tourismus in Übereinstimmung mit den regionalen Strategien und Plänen wie auch für die anschließende Umsetzung dieser Vorschläge	5	5	keine
	Schulen	Zielgruppe der Projektergebnisse mit Fokus auf Naturschutz, Tourismus und Kommunikation	Akteur im Bereich Bildung	Nutzt die Projektergebnisse in der Praxis, insbesondere mit Bezug auf Naturschutz und Kommunikation.	3	4	keine
	Lokale NGOs	Zielgruppe der Projektergebnisse mit Fokus auf Naturschutz, Gebietsentwicklung, Tourismus und Kommunikation	Entsprechend der Ausrichtung der Organisation	Nach der Ausrichtung der Organisation - Werbung für Projekt	4	3	Man geht von keinen Konflikten aus
	Tourismusverbände	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich Tourismus	Touristische Aktivitäten	Unterstützung des Projekts im Rahmen der Gebietsentwicklung und der touristischen Aktivitäten	4	4	Man geht von keinen Konflikten aus
Private Akteure	Hotels, Restaurants, Gasthäuser und Farmen	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich Tourismus	Touristische Aktivitäten	Unterstützung des Projekts im Rahmen der Gebietsentwicklung und der touristischen Aktivitäten	3	4	Man geht von keinen Konflikten aus
	Akteure, die Ferienaktivitäten anbieten (Ferienlager)	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich des Naturschutzes und des Tourismus	Natur und Tourismus, Nutzung der Ergebnisse der Kommunikationsstrategie	Praktische Effekte im Rahmen der Aktivitäten	2	2	Man geht von keinen Konflikten aus
	Subjekte mit Fokussierung auf sportliche Aktivitäten (Skigebiete, Langlaufvereine)	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich des Naturschutzes und des Tourismus	Natur und Tourismus, Nutzung der Ergebnisse der Kommunikationsstrategie	Praktische Effekte im Rahmen der Aktivitäten	2	3	Man geht von keinen Konflikten aus
	Gewerbebetriebe	Zielgruppe der Projektergebnisse im Bereich der Gebietsentwicklung	Raumplanung und Landesentwicklung	Arbeitgeber für Personen aus dem Gebiet, Entwicklung der Gewerbegebiete	1	3	Mögliche Konflikte bei der Raumplanung
Einzelpersonen	Personen mit Fachkenntnissen des Gebiets (Procházka, Zeitzeugen usw.)	Externe Beratung, Fachwissen über das Gebiet	Insbesondere Unterlagen und Tipps im Bereich des historischen und Kulturerbes	Werbung und Aufklärung im Rahmen ihrer Interessenbereiche und Veröffentlichungen	5	5	keine
Sonstige	GREEN BELT	Partner gemäß Vertragsbedingungen	Politischer Akteur	Gemeinsame Projektziele	5	5	keine

*) 1= "sehr niedrig", 2= "niedrig-mittel", 3= "mittel", 4= "mittel-hoch", 5= "sehr hoch"

Anhang 2: Schema Akteure im Bereich Tourismus Natur und Landschaft im Bayerischen Teil des Untersuchungsgebiets

Legende:



Anhang 3: Beschreibung der Tätigkeitsfelder der Stakeholder im Bereich Tourismus

Es handelt sich bei allen unten benannten Institutionen und Organisationen um die "Förderung des Tourismus" im Gebiet der Oberpfalz.

Im Untersuchungsgebiet ist die regionale Dachorganisation im Tourismus der Tourismusverband Ostbayern e.V. mit den Tourismusregionen/Destinationen Oberpfälzer Wald und Bayerischer Wald. Die drei Naturparke (Naturpark Oberer Bayerischer Wald, Naturpark Oberpfälzer Wald, Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald) sind insbesondere zuständig für die Fragen bzgl. Naturschutz und Erholungsnutzung im Untersuchungsgebiet.

Neben gemeindeübergreifenden lokalen Organisationen wie z.B. der Oberpfälzer Waldverein e.V. gibt es eine Reihe von Tourismus-Vereinen mit spezieller Ausrichtung, wie das CeBB mit Schwerpunkt grenzüberschreitende Kulturförderung, der Verein Geopark Bayern-Böhmen, der Geschichtspark Bärnau mit Schwerpunkt historische Forschung und Archäologie, die Naturschutzvereine (LBV und BUND) mit Schwerpunkt Naturschutz, usw.

Neben dem Tourismusverband Ostbayern e.V. am gewichtigsten ist der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband - DEHOGA Bayern - Bezirk Oberpfalz (<https://www.dehoga-bayern.de/bezirke/oberpfalz/>). Der Verband kümmert sich um die Interessen der Hoteliers, Wirte und Gastronomen in den Landkreisen Amberg-Weizsach, Cham, Neumarkt i. d. Opf., Neustadt a. d. Waldnaab, Regensburg, Schwandorf, Tirschenreuth sowie in den kreisfreien Städten Amberg, Regensburg und Weiden i. d. Opf.

Des Weiteren sind regionale Tourismusgemeinschaften und Touristeninformationszentren zu nennen. Die regionalen Tourismusgemeinschaften sind die Motoren der touristischen Bewerbung. Sie sind wiederum als Dachorganisationen für die Vermieter und Gastronomiebetriebe tätig, da sie die gesamte regionale Werbung - jeweils unter Dachmarkenkonzepten z.B. "Bayerischer Wald" - konzipieren und die touristischen Standards überwachen (Zertifizierungen etc.). Daher sind diese die operativ Tätigen und dienen als wichtige Ansprechpartner für die Umsetzung von Projekten auf regionaler Ebene.

*Tourismusverbände und Vereine im Oberpfälzer Grenzraum mit
Kontaktdaten*

Tourismusverband Ostbayern e.V.

Im Gewerbepark D 02/D 04, 93059 Regensburg
<https://www.ostbayern-tourismus.de/>

Tourismusregion Oberpfälzer Wald

Landkreise Tirschenreuth, Neustadt a.d. Waldnaab, Schwandorf und kreisfreie Stadt Weiden

Tourismusarbeitsgemeinschaft Oberpfälzer Wald

vertreten durch den Vorsitzenden der Touristischen Arbeitsgemeinschaft
Landrat Andreas Meier, Landkreis Neustadt a.d. Waldnaab
Stadtplatz 36, 92660 Neustadt a.d. Waldnaab
<https://www.oberpfaelzerwald.de/>

Kontaktdaten zu den **Touristeninformationen der Landkreise** über folgenden Link:
<https://www.oberpfaelzerwald.de/kontakt>

Tourismusregion Bayerischer Wald

Teil des Tourismusverband Ostbayern e.V.

Präsidenten: Landrat Josef Laumer/Landrat Franz Löffler
Geschäftsführer/Vorstand: Dr. Michael Braun
stv. Geschäftsführerin/Vorstand: Wolfgang Scheinert
<https://www.bayerischer-wald.de/>

Naturparke

Naturpark Oberer Bayerischer Wald

Naturparkverein Oberer Bayerischer Wald
(=Tourist-Info Naturpark Oberer Bayerischer Wald)
Landratsamt Cham
Rachelstr. 6, 93413 Cham
<https://www.bayerischer-wald.org/de/>

Naturpark Oberpfälzer Wald

Verein Naturpark Oberpfälzer Wald e.V.
Wackersdorfer Straße 80, 92421 Schwandorf
<https://naturpark.landkreis-schwandorf.de/>

Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald

Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald e.V.
im Landratsamt Neustadt a.d. Waldnaab
Stadtplatz 38, D-92660 Neustadt a.d. Waldnaab
<https://www.naturpark-now.de/>

Weitere Tourismus-Vereine (unvollständig)

Oberpfälzer Waldverein - Hauptverein

Rotkreuzplatz 10, 92637 Weiden i. d. OPf.
<http://www.owv-hv.de/>

Zahlreiche Zweigvereine s. <http://www.owv-hv.de/zweigvereine/zweigvereine.php>

Unter anderem:

OWV Bärnau

Am Galgen Nr. 1, 95671 Bärnau

OWV e.V. Zweigverein Georgenberg

1. Vorstand Manfred Janker
Schwanhof 24, 92697 Georgenberg
<http://www.owv-georgenberg.de/>

OWV Zweigverein Waidhaus

1. Vors. Detlef König
Türkenstr. 8, 92726 Waidhaus
<http://owv-waidhaus.de/>

OWV Stadlern

Herr Michael Koller
Hauptstraße 2, 92549 Stadlern

OWV Schönsee

Frau Lisbeth Balk
Straße: Hauptstraße 28, 92539 Schönsee

OWV Zweigverein Eslarn e.V.

<http://www.owv-eslarn.de/>

OWV Schwandorf e.V.

<http://www.owv-sad.de>

Regionalmarketing Oberpfalz in Ostbayern e.V.

Emmeramsplatz 8
93047 Regensburg

<https://www.oberpfalz.de/cs/>

Arbeitsgemeinschaft Vorderer Bayerischer Wald e.V. (AG Vorwald)

1. Vorsitzender, Bürgermeister Gerhard Blab
VG Falkenstein, Marktplatz 1, 93167 Falkenstein
<https://www.vorderer-bayerischer-wald.de>

Lokale Tourismusgemeinschaften und Touristeninformationszentren

Tourismusgemeinschaft Waldmünchner Urlaubsland

Marktpl. 16, 93449 Waldmünchen

<https://www.bayerischer-wald.de/Media/Attraktionen/Tourismusgemeinschaft-Waldmuenchner-Urlaubsland-e.V>

Tourist-Information Furth im Wald

Schloßpl. 1, 93437 Furth im Wald

<https://furth.de/>

Tourist-Info Neukirchen b.Hl.Blut

Marktpl. 10, 93453 Neukirchen beim Heiligen Blut

<https://www.neukirchen.bayern/de/>

Tourist Info Hohenwarth

Schulstraße 3, 93480 Hohenwarth

<https://www.hohenwarth.de/>

Tourist Info Cham

Propsteistraße 46, 93413 Cham

<https://www.cham-roding-urlaub.de/>

Tourist Info Arrach

Lamer Str. 78, 93474 Arrach

<https://www.lamer-winkel.bayern/de/>

Tourist Info Bayerisch-Eisenstein

Schulbergstraße 1, 94252 Bayerisch Eisenstein

<https://www.bayerisch-eisenstein.de/>

Tourist Info Weiden

Oberer Markt 1, 92637 Weiden in der Oberpfalz

<https://www.weiden-tourismus.info/>

Tourist-Information/ Stadtmarketing Tirschenreuth

Regensburger Str. 6, 95643 Tirschenreuth

<https://www.stadt-tirschenreuth.de/kultur-tourismus/urlaub-in-tirschenreuth/>

Touristinfo Vohenstrauss

Marktpl. 9, 92648 Vohenstrauß

<https://www.vohenstrauss.de/>

Anhang 4: Kontaktdaten der wichtigsten Kommunikationsakteure im Bereich des Tourismus und der Erholung auf tschechischer Seite des Untersuchungsgebiets

Akteur	Adresse	Webseite
Agentur für Natur- und Landschaftsschutz, Landschaftsschutzgebiet Böhmischer Wald	Přimda, náměstí Republiky 287	www.ceskyles.ochranaprirody.cz
Gemeindeverband der Region Domažlice	Babylon 27	www.svazekdomazlicko.cz
REVIS Tachov	Tachov, Školní 1094	www.revis-tachov.cz
Tschechische Staatsforste	Plzeň, Sukova 40	www.lesycr.cz
Bezirk Pilsen - Sachgebiet für Kultur, Denkmalschutz und Tourismus	Plzeň, Škroupova 1760	www.plzensky-kraj.cz
Tschechischer Wanderverein Plzeň	Plzeň, Veleslavínova 30	www.kct.cz/oblast-plzenskeho-kraje
LAG Goldene Straße	Tachov, Pivovarská 281	www.zlatacesta.cz
LAG Böhmischer Wald	Staré Sedliště 359	www.masceskyles.cz
Touristische Informationszentren		
Kdyně	Kdyně, Nádražní 314	www.kdynsko.cz
Domažlice	Domažlice, Chodské náměstí 96	www.idomazlice.cz
Horšovský Týn	Horšovský Týn, náměstí Republiky 105	www.mkzht.cz
Klenčí	Klenčí pod Čerchovem 4	www.klenci.cz
Poběžovice	Poběžovice, náměstí Míru 210	www.pobezovice.cz
Bělá nad Radbuzou	Bělá nad Radbuzou 200	www.sumavanet.cz
Přimda	Přimda, náměstí Republiky 288	www.mestoprimda.cz
Bor u Tachova	Bor, Plzeňská 259	www.mubor.cz
Tachov	Tachov, náměstí Republiky 85	www.mks.tachov.cz
Planá	Planá, náměstí Svobody 56	www.plana.cz