

Arbeitsgruppe 1: Schutzgebiete und regionale Entwicklung (Tourismus, Vermarktung, ...)

Erfolgsfaktoren:

- Einheitliches Logo und Auftritt – Etablierung einer einheitlichen Dachmarke für alle Schutzgebiete versus Alleinstellungsmerkmal
- Das Engagement der handelnden Personen ist zentral
- Partizipation: Ideen aufgreifen und umsetzen
- Leitprojekte mit großer Breitenwirkung wo gewünscht
- Besucherlenkung
- Professionelle Kommunikation und PR – Ressourcen, Netzwerke und Partner
- Erlebbarkeit des Schutzgebietes
- Authentische Öffentlichkeitsarbeit
- Ausbildung – Basis und Bewusstseinsbildung
- Managementplan
- Bewusstseinsänderung mit professioneller Begleitung von u. a. Landwirten
- Ausbildung von z. B.: Wanderführern, Beschäftigten in der Gastronomie, etc.
- Kompetenz in die Region bringen, z. B.: Bauer als Naturschutzkraft – Rollenwechsel!

Prioritäten:

- Marketing
- Charakteristisches Profil für die Region
- Entwicklung von unten und innen
- Schutzgebiete als Dienstleistung für urbane Gebiete – der symbolische Wert sollte entgolten werden
- Besucherlenkung nach ökologischen Kriterien
- Kapazitäten erkennen und beachten
- Gefährdungspotential unterschiedlich durch das Umfeld der Schutzgebiete

Schwierigkeiten und wie sie überwunden werden können:

- Fehlende Offenheit → Interaktion und Vernetzung
- Konflikte zwischen handelnden Akteuren – parteipolitische Interessenskonflikte sind nicht lösbar, Zielkonflikte sind durch Verhandlungen bewältigbar → alle beteiligten Personen müssen durch Partizipation, Bewusstseinsbildung und Motivation eingebunden werden
- Partizipation ist aber auch „zeitaufwändig“
- Mangelnde Transparenz und Vernetzung
- Kein/mangelndes menschliches Potential durch die Abwanderung der qualifizierten Jugend → Arbeitsplätze schaffen
- Akzeptanz der veränderten Rahmenbedingungen

Arbeitsgruppe 2: Schutzgebiete und die lokale Bevölkerung – Wie kann die lokale Akzeptanz gesteigert werden?

Erfolgsfaktoren:

- Strategie
- Information: was, wann, an wen, wie, wo – Partizipation (z. B.: Stammtischgespräch)
- Zeit auch für Einzelgespräche
- Vorabstimmung zwischen den Betroffenen, Steuerungsgremien, ...
- Betroffene stehen innerlich dahinter wenn es von innen getragen wird
- VermittlerIn, ModeratorIn
- Win-Win-Situationen, bei Win-Lose-Szenarien muss es eine Abgeltung der Verluste geben
- Geduld
- Glaubwürdigkeit, Vertrauen
- Kontinuität
- Ressourcen (Personal, Geld)
- Kleine schnell sichtbare Erfolge (Eisbrecher)
- Rechtssicherheit
- Wertschätzung, soziale Anerkennung

Prioritäten:

- Information, Transparenz
- Anliegen ernst nehmen
- Keine Patentrezepte
- Richtiger Zeitpunkt
- Dass sie überhaupt gefragt werden
- Vorgeschichte
- Klarheit in der Kommunikation
- Einbindung in die Entscheidungsprozesse
- Ängste nehmen, emotional ernst nehmen
- Fairness/Gerechtigkeit
- Projektgenese selbst / außen / innen
- BotschafterInnen, Respektspersonen, initiative Gruppen z. B.: Hüttenwirt, die das mittragen, Themengruppen
- Einheimische für Aufgaben einstellen
- Ganze Wahrheit auf den Tisch
- Vorinformationen, Erwartungen kennen
- Klarheit über Ziele, Ergebnisse – das Mögliche und das Unmögliche
- Mehrwert, Nutzen für den Einzelnen
- „Verschiedenheit“ zulassen, respektieren
- Einbeziehen der Interessensgruppen (Stakeholder)
- Anlauf- und Kontaktstelle
- Einbezug der lokalen Bevölkerung
- Kontinuierliche Betreuung vor Ort
- Handelnde Personen
- Beziehung zwischen den SchlüsselakteurInnen
- Vorurteilen entgegenwirken
- Vertrauensbildende Maßnahmen

Schwierigkeiten und wie sie überwunden werden können:

- Schutzgebiet sollte über einen spezifischen Charakter verfügen – man sollte sich aber nicht abgrenzen und stattdessen Austausch zulassen. Das Schutzgebiet ist ein Teil der Region.
- Vorbildwirkung der Schlüsselpersonen – Glaubwürdigkeit

Arbeitsgruppe 3: Schutzgebietsmanagement – der Alltag. Wie kann die Kooperation mit anderen Institutionen verbessert werden?

Erfolgsfaktoren:

- Kommunikation
- Spielregeln
- Nutzen
- Objektive Information/Bewusstseinsbildung
- Interessen offen legen
- Gebietskenntnis
- Kenntnis über potentielle Partner
- Überparteilichkeit
- Rahmenbedingungen
- Intelligentes Marketing/klare gemeinsame Identität

Prioritäten:

- Bezirksbauernkammern (BBK)/Ortsbauernverbände
- NGOs
- Universitäten
- Tourismus
- Land, Bund, EU
- Forschungskommission
- Veränderte Landnutzung (?)
- Wasser
- Geld!
- Eingriffe in Schutzgebiete
- Kommunen: Bezirkshauptmannschaft, Interessensvertretungen, Baubezirksleitung, BBK, Raumplanung, NGOs, Abwasserverbände und –genossenschaften, Ortsbauernverbände, Tourismusverbände, Universitäten, andere Schutzgebiete (auch im Ausland)
- Sponsoren – Gemeinde, Land, Bund, EU

Schwierigkeiten und wie sie überwunden werden können:

- Polemik
- Parteipolitische Interessen
- Fehlende wirtschaftliche Grundlagen
- Knappe Basisfinanzierung
- Anlassfinanzierung
- Kontinuität fehlt
- Wissensmanagement fehlt
- Problematik Ehrenamt (siehe auch Kontinuität)
- Personalmangel
- Persönliche Animositäten