

Ergebnisse

Machbarkeitsprüfung zur
Umsetzung digitaler Erlebnis-
räume – Customer Experience –
im Ahrensburger Tunneltal

Ahrensburg, den 8. November 2018



Vorbemerkung

- Aufbau und Zielsetzung der Studie

I. **Benchmark-Analyse**

- Beleuchtung von Referenzbeispielen
- Ableitung von Erfolgsfaktoren

II. **Ist-Analyse**

- Derzeitiges Angebot
- Derzeitige Positionierung

III. **Konzeption**

- Positionierung
- Themen
- Maßnahmen

Vorbemerkung

Aufbau und Zielsetzung der Studie



- **Projekt:**
„Machbarkeitsprüfung zur Umsetzung digitaler Erlebnisräume – Customer Experience – im Ahrensburger Tunneltal “
- **Zielsetzung:**
Gebiet durch digitale Erlebnisse und Wissensvermittlung für einen sanften Tourismus attraktiver zu gestalten und eine breitere Zielgruppe als heute anzusprechen.
- **Arbeitsgemeinschaft:**



➤ **Bedeutung herausstellen und Wahrnehmung stärken**

Vorbemerkung

Aufbau und Zielsetzung der Studie

- Einheitliche Präsentation, Kommunikation und Wissensvermittlung der Themen und Inhalte für eine breitere Zielgruppe (auch Laien).
 - Herausarbeitung und Hervorhebung der Bedeutung und Relevanz des Ortes.
 - Die Potenziale sollen u.a. durch eine moderne und attraktive Präsentation, aber auch durch die Koordination und Bündelung vorhandener und neuer Aktivitäten gehoben werden.
 - Die Maßnahmen sollen positive Effekte für die Region bewirken, wie u.a. touristische Effekte (Bekanntheitsgrad) oder Steigerung der Wohn- und Lebensqualität im Kreis Stormarn.
- **Präambel: Beachtung des hohen Schutzstatus des Gebietes, Erhaltung und Verbesserung der Naherholungsfunktion.**

Kapitel I

BENCHMARK-ANALYSE

I. Benchmark-Analyse

Auswahl von Referenzanlagen

▪ Archäologische Fundstätten

- Schöningen bei Helmstedt (Schöninger Speere)
- Kalkriese (Varusschlacht)



▪ Naturparks/-schutzgebiete, Landschaftsräume

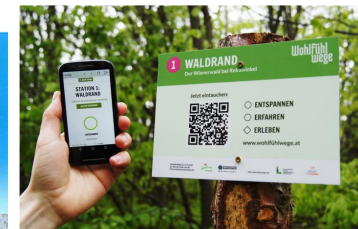
- Eiszeitpark Engen
- NSG Höltigbaum
- NSG Boberger Niederung

VARUSSCHLACHT IM OSNABRÜCKER LAND
MUSEUM UND PARK KALKRIESE



▪ Themenwanderwege und Lehrpfade

- Beispiele u. Entwicklungstrends
- Fokus: Digitale Angebote



I. Benchmark-Analyse

Archäologische Fundstätten

Schöninger Speere

- Alleinstellungsmerkmal:
Schöninger Speere
- Subline: Mensch und Jagd vor
300.000 Jahren (Fenster in den
Alltag altsteinzeitlicher Menschen)
- Angebot:
 - *paläon* – Forschungs- und
Erlebniszentrum
 - Programme & Veranstaltungen
 - Park/Außengelände mit
Erlebnisparkours und Einblick in
laufende Ausgrabungen
 - Eigene Website www.palaeon.de



paläon

I. Benchmark-Analyse

Archäologische Fundstätten

„Varusschlacht“ Kalkriese

- Alleinstellungsmerkmal:
Varusschlacht (vermuteter Ort!)
- Museum/Freilichtmuseum an historischem Schauplatz
- Angebot:
 - Museum und Park Kalkriese
 - Programme & Veranstaltungen
 - Außengelände mit Installationen, Themenwege, Rätselspiele, „Reflektionsraum“
 - Eigene Website
www.kalkriese-varusschlacht.de

VARUSSCHLACHT IM OSNABRÜCKER LAND MUSEUM UND PARK KALKRIESE



I. Benchmark-Analyse

Archäologische Fundstätten, Landschaftsräume

Eiszeitpark Engen

- Petersfels als bedeutende steinzeitliche Fundstelle und Eiszeitfolgelandschaft
- Leitthema „Eiszeit“, Sub-Claim ➡
- Angebot:
 - Stadtmuseum Engen
 - Veranstaltungen/Programme, u.a. Themen-Führungen
 - Themenwanderweg/Lehrpfad mit Informationen/Schautafeln
 - Besucherinfos über Websites der Stadt Engen u. Tourismusverband

„Auf den Spuren der Eiszeitmenschen – Entdecken Sie eine späteiszeitliche Landschaft, begeben Sie sich auf die Spuren der Rentierjäger von vor 15.000 Jahren und erleben Sie eiszeitliche Pflanzen im heutigen Klima.“



I. Benchmark-Analyse

Naturparks/-schutzgebiete, Landschaftsräume

NSG Hötigbaum

- Geologische Einheit mit Tunneltal
- Thema: „Wilde Weiden“ Naturschutz und Forschungsprojekt
- Angebot:
 - Besucherzentrum „Haus der Wilden Weiden“
 - Veranstaltungen (> 200 p.a.)
 - NSG mit 3 Themen-Rundwanderwegen und Familien-Erlebnisweg
 - Eigene Website
www.hoeltigbaum.de,
App als neues Projekt



I. Benchmark-Analyse

Naturparks/-schutzgebiete, Landschaftsräume

NSG Boberger Niederung

- Thema: Die 5 wesentlichen Natur- und Landschaftsräume Hamburgs vereint in einem Gebiet
- Angebot:
 - Besucher-/Informationszentrum „Boberger Dünenhaus“
 - Veranstaltungen & Programme
 - NSG mit 4 Themen-Wanderwegen, Stationen mit QR-Codes, Ausleihmaterial wie z.B. Spurenrucksack
 - Websites www.hamburg.de, www.loki-schmidt-stiftung.de; App „Natürlich Hamburg!“

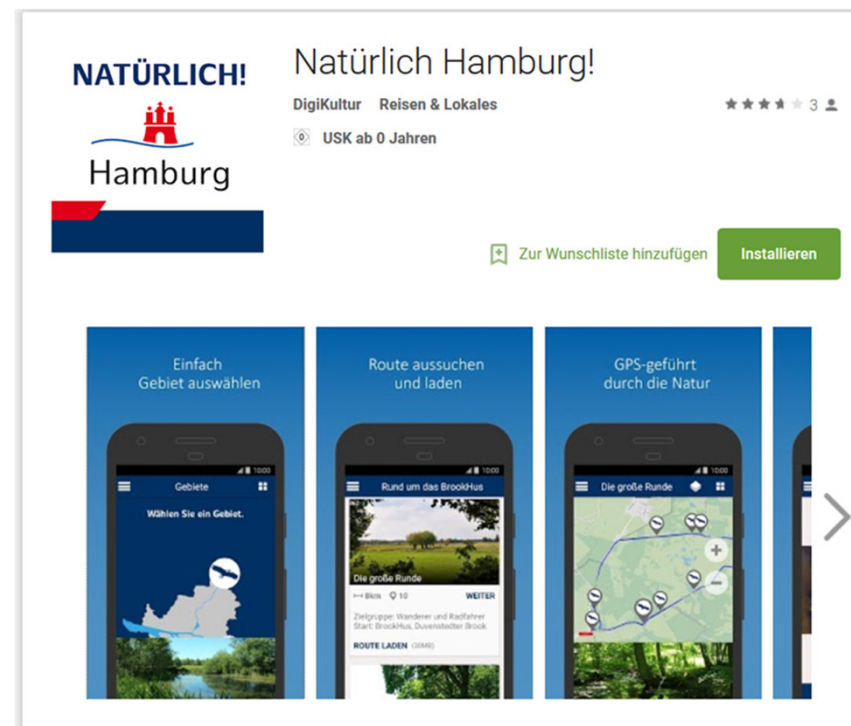


I. Benchmark-Analyse

Naturparks/-schutzgebiete, Landschaftsräume

NSG Boberger Niederung App „Natürlich Hamburg!“

- Für Hamburger NSG Boberger Niederung, Duvenstedter Brook und Wohldorfer Wald (im Ausbau)
- Merkmale:
 - Funktioniert vor Ort ohne Internetverbindung
 - GPS-gestützter Audioguide
 - Hörtexte und kurze Steckbriefe von Tieren und Pflanzen an den Stationen
 - Audiodateien zum Download und Anhören am PC zu Hause

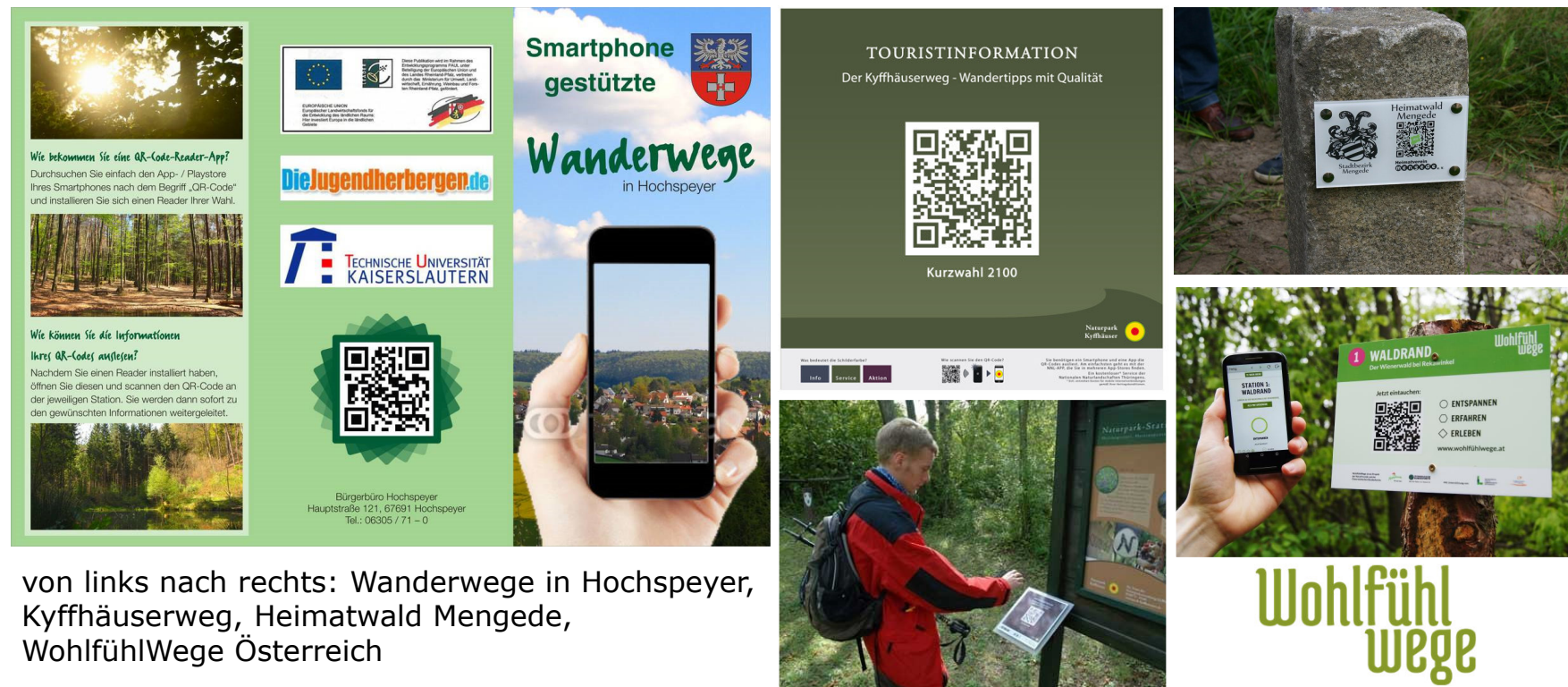


Anzahl Installationen über
Google Play: 1.000 bis 5.000

I. Benchmark-Analyse

Themenwanderwege und Lehrpfade

Smartphone-gestützte Wanderwege Informationsabruf mittels QR-Code



I. Benchmark-Analyse

Ergebnisse

Vermittlung komplexer Themen eines geschützten Landschaftsraumes ist herausfordernd:

- Vieles ist nicht sichtbar und/oder muss geschützt werden (Flora und Fauna)
- Geologische, archäologische, naturkundliche und geschichtliche Besonderheiten erschließen sich dem Gast nur schwer und bedürfen einer **pädagogischen Vermittlung**
- Unterschiedliche Zielgruppen sind mit unterschiedlichen Mitteln und Angeboten an die Themen heranzuführen
- Die fußläufige Erkundung braucht die Bewegungslust als Ausgangsmotivation (Zielgruppe Wanderer)

➤ **Bedarf an verschiedenen, sich ergänzenden Angeboten**

I. Benchmark-Analyse

Ergebnisse

Die vier idealtypische Angebotssäulen

Stationäre Besucher-einrichtung	Veranstaltungen & Programme	Wege/Infrastruktur im Gelände	Besucher-informations-systeme
– Ausstellung – Veranstaltungsräume – Ansprechpartner – Infomaterial – Gruppenbetreuung – Serviceangebote, z.B. Gastronomie	– Wechselnde Events – Gruppenprogramme – Exkursionen – Feste und Feiern – Tagungen, Seminare – Kindergeburtstage	– Wege einrichten und pflegen – Wegeleitsysteme – „Möblierung“ – Informations- und Erlebnisstationen	– Website – Printmedien (Broschüren) – Beschilderung – Smartphone gestützter Info-Abruf, QR-Codes oder App

Kapitel II

IST-ANALYSE

II. Ist-Analyse

Bestehende Angebote



Stationäre Einrichtungen

- Haus der Natur, Ahrensburg
- Haus der Wilden Weiden im Naturschutzgebiet Höltingbaum
- Waldläufer Akademie
- Schloss Ahrensburg
- Archäologisches Museum, HH Hamburg
- Archäologisches Landesmuseum Schloss Gottorf
- Gesamtschule Ahrensburg mit einigen Exponaten



- **Diverse Angebote, jedoch dezentral und ohne Fokus auf das Ahrensburger Tunneltal**

II. Ist-Analyse

Bestehende Angebote



Veranstaltungen, Führungen, Programme

- Führungen u.a. VHS Ahrensburg, Ehrenamtliche, AktivRegion Alsterland
- Programme, u.a. Haus der Natur, Haus der Wilden Weiden, Waldläufer Akademie, Ziegen-Trekking
- Sonderausstellungen in Museen (z.B. „Eiszeiten“ im Archäologischen Museum Hamburg)



Führungen

Auf den Spuren der Eiszeit – Archäologie, Natur und Forschungsgeschichte

Öffentliche Führungen am 26.04. & 27.09.2018, 16:00-18:00 Uhr. Treffpunkt U-Bahnhaltestelle U1 Ahrensburg-West.

Mehr Infos

Geologie der Eiszeiten in Norddeutschland

Öffentliche Führungen am 24.05. & 13.09.2018, 16:00-18:00 Uhr. Treffpunkt Haus der Wilden Weiden



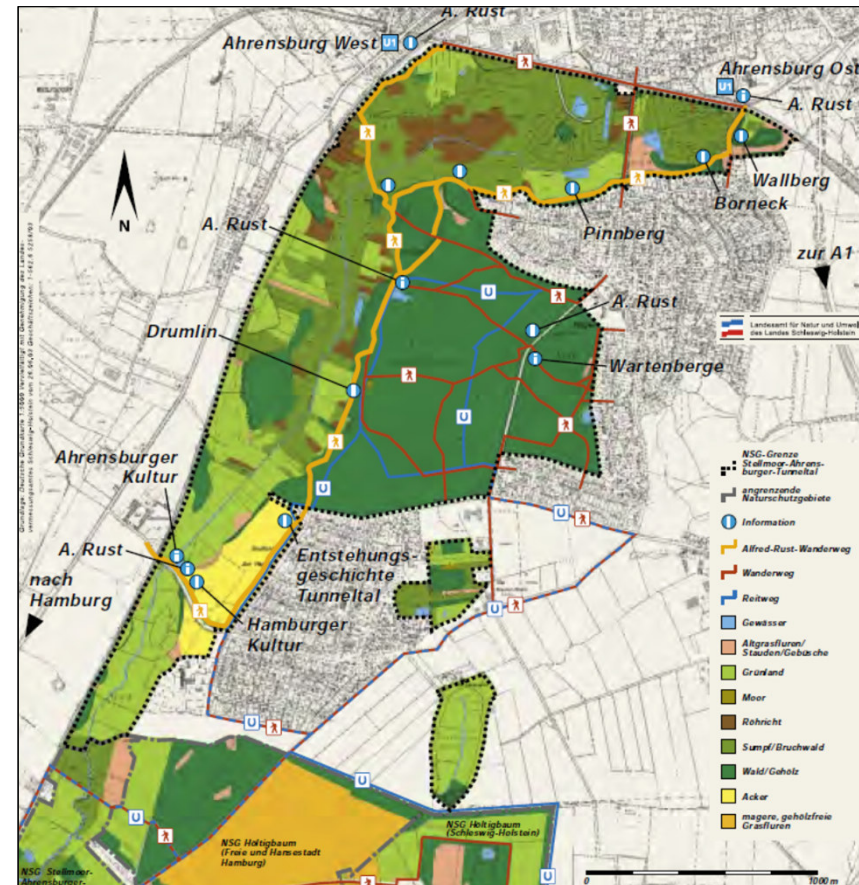
- **Gut ausgeprägtes Angebot, gekoppelt an stationäre Einrichtungen oder Einzelaktivitäten**

II. Ist-Analyse

Bestehende Angebote

Wegenetz

- Wander-, Spazier- und Reitwege
- Wanderwege mit Beschilderung und Besichtigungspunkten
 - Alfred-Rust-Wanderweg
 - Moorwanderweg
 - Kuhlenmoorweg
 - Archäologisch-naturkundlicher Rundwanderweg
- Zugangs-/Startpunkte (u.a. U-Bahn-Stationen Ahrensburg Ost und West)



➤ **Gut ausgebautes Wegenetz, leicht begehbar**

II. Ist-Analyse

Bestehende Angebote

Besucherinformationen

- Diverse Websites (Tunneltal als Teilaspekt), u.a.
 - Stadt Ahrensburg (www.ahrensburg.de)
 - Tourismusmgt. Stormarn (tourismus-stormarn.de)
 - Verein Jordsand (www.jordsand.de)
- Im Gelände: Beschilderung, Informationstafeln
- Printmedien und Karten, u.a. zwei Faltblätter (siehe rechts)

Alfred-Rust-Wanderweg



Stellmoor-Ahrensburger Tunneltal



- **Wenig Material, uneinheitlich, keine zentrale Informationsstelle, keine eigene Website**

II. Ist-Analyse

Bestehende Angebote

Besucherinformationssysteme => Beschilderung



- **Uneinheitlich bis verwirrend; keine gute Orientierung, Beschilderung z.T. in schlechtem Zustand**

II. Ist-Analyse

Bestehende Angebote

Übersicht vorhandenes Angebot Tunneltal

Angebotsbaustein	Derzeitige Ausprägung im Ahrensburger Tunneltal
Stationäre Besucher-einrichtung	- Diverse vorhanden, aber dezentral und nicht vernetzt; das Tunneltal ist bei vorhandenen Einrichtungen ein Teilaspekt - Keine primäre, zentrale Anlaufstelle
Veranstaltungen/ Programme	- Gut ausgrägt, aber dezentral und nicht koordiniert - Schwer auffindbar, geringe Aufmerksamkeit
Wege/Angebote im Gelände	- Vorhanden, mit verbesserungswürdiger Beschilderung - Qualitative Defizite, unattraktiv, fehlende Positionierung zur Ansprache eines breiteren Zielpublikums
Besucher-informations-systeme	- Gering ausgeprägt, keine eigene Website - Vorhandene Angebote sind schwer auffindbar

II. Ist-Analyse

Derzeitige Positionierung – Vorbemerkung

- Außendarstellung heute (Begrifflichkeiten)
 - Themen und Inhalte
 - Alleinstellungsmerkmale
 - Zielgruppen
 - Attraktivität
-
- **Hat das Tunneltal ein klares und markantes Profil?**
 - **Wie können die Themen und Inhalte an eine breitere Zielgruppe vermittelt werden?**
 - **Was ist ein geeignetes Leitthema?**



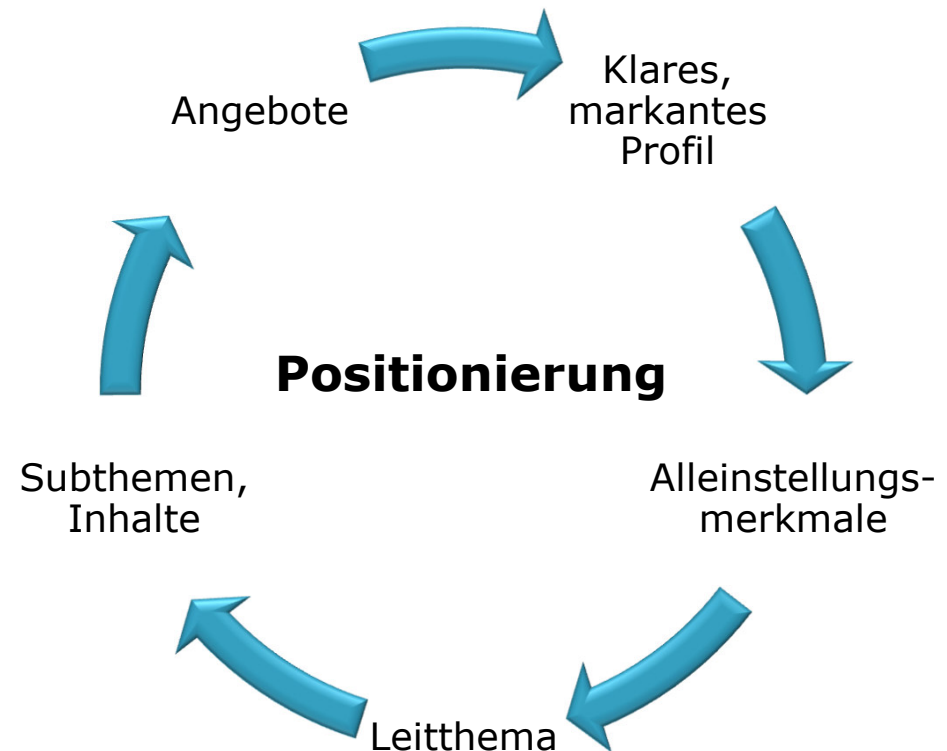
II. Ist-Analyse

Derzeitige Positionierung- Vorbemerkung

Strategische Marktpositionierung

Herausstellen von Eigenschaften eines Produktes/Angebots (einer Marke), um dieses von anderen Produkten unterscheidbar zu gestalten, d.h. unterscheidbar am Markt zu positionieren.

- Klares, markantes **Profil**
- **Alleinstellungsmerkmale** (Stärken, Qualitäten und Kernkompetenzen)
- Faszinierendes **Leitthema** zur Profilierung und Alleinstellung, aber auch zu Ansprache eines breiten Zielgruppenspektrums



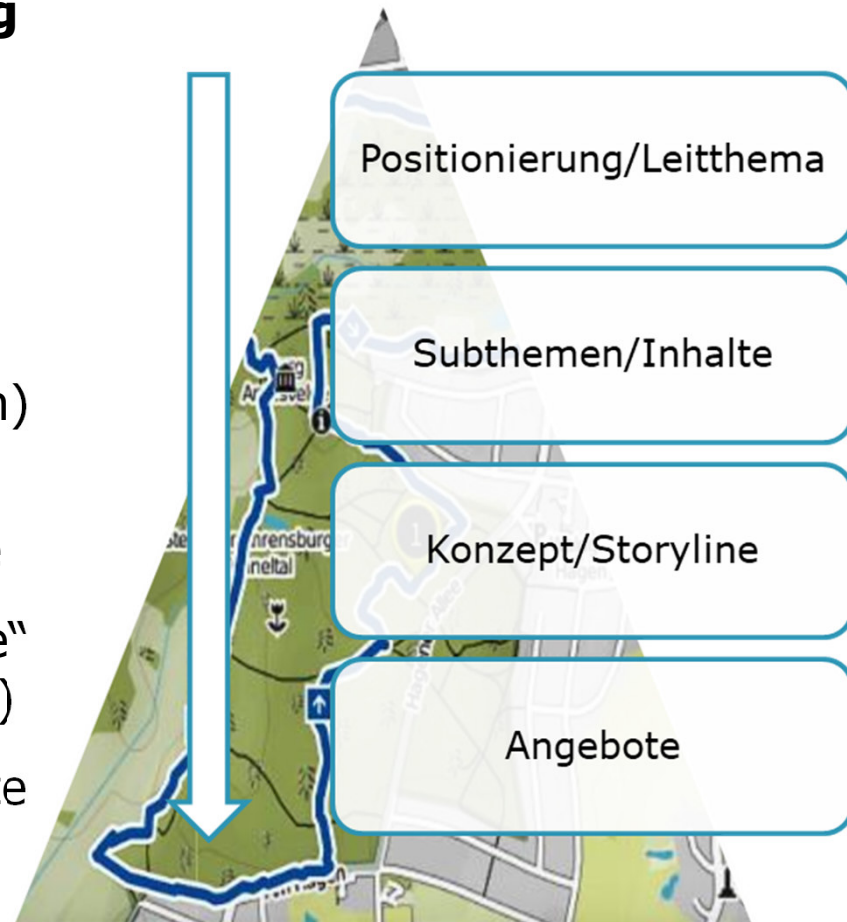
II. Ist-Analyse

Derzeitige Positionierung – Vorbemerkung

Strategische Marktpositionierung

Top-Down-Ansatz

- Hierarchisierung der Inhalte und Themen in Leit- und Subthemen
- Identifikation/Entwicklung eines geeigneten (vermarktungsfähigen) Leitthemas
- Definition der Subthemen/Inhalte
- Möglichst konsistente „Geschichte“ (Narrativ, auch Storyline genannt)
- Identifikation geeigneter Angebote zur Präsentation der Themen und Inhalte



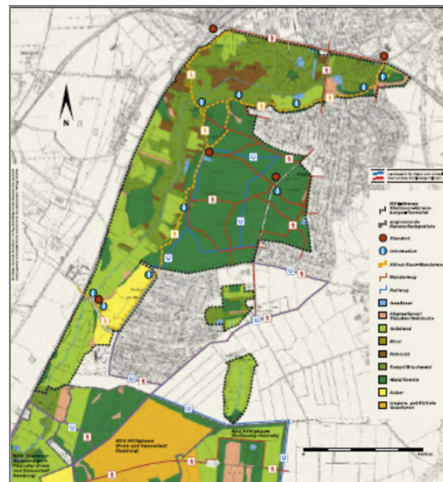
II. Ist-Analyse

Derzeitige Positionierung

Das Tunneltal heute...

Angebot/Gebietsbeschreibung:

- **Tunneltal** (geologischer Fachbegriff)
- **NSG, GSG** (Status, Kategorisierung)
- **Naherholung- und Wandergebiet** (Freizeit)



- **Öffentliche Wahrnehmung: ein Naturraum wie viele andere**
- **Besonderheiten und Zusammenhänge erschließen sich nicht**

➤ Sachliche, fachliche Begriffe, die den Status beschreiben

Themen (Disziplinen):

- **Archäologie (Kulturhistorie)**
- **Geologie**
- **Naturschutz**

Subthemen:

- Eiszeitfolgelandschaft, Landschaftsform und Formenvielfalt
- Grabungsfunde früherer Kulturen, Alfred Rust
- Geschützte Natur, seltene Flora und Fauna

II. Ist-Analyse

Derzeitige Positionierung



Das Tunneltal heute...



- Hohe Relevanz, weltweit bedeutende Fundstätte
- Einzigartige Kombination aus archäologischen, geologischen u. ökologischen Besonderheiten
- Etabliertes Naherholungsgebiet
- Unberührte, ursprüngliche Natur – wenig frequentiert
- Erschlossenes, beschildertes Wegenetz – leicht begehbar

- Wahrnehmung als „normaler“ Naturraum (sichtbare Natur)
- Besonderheiten nicht klar erkennbar, vor allem für nicht-fachkundige Besucher
- Zusammenhänge kaum nachvollziehbar
- Positionierung ist unklar
- Fehlende öffentlichkeits-wirksame Ansprache

➤ **Bedarf einer Positionierungsstrategie als Grundlage der Angebotsweiterentwicklung**

II. Ist-Analyse

Derzeitige Positionierung

Das Tunneltal heute...

- Begriff „TUNNELTAL“ =
 - ... weit verbreitete Landschaftsform, überall dort, wo Schmelzwasser unter dem Inlandeis Rinnen gebildet hat
 - ... geologische Fachbegriff (erklärungsbedürftig)
- Tunneltal mit hoher Zuordnung zum Stellmoorer und Ahrensburger Tunneltal
- Als Leitthema ungeeignet, da
 - Fachbegriff, der sich der Allgemeinheit nicht erschließt
 - unverständlich; somit fehlt Faszinationskraft, es werden keine spannenden Assoziationen geweckt
 - geringe Bekanntheit, selbst im unmittelbaren Umfeld
 - Landschaftsform im Gelände kaum erkennbar ist

**Bedarf der
Identifikation
eines
geeigneten
Leitthemas**

Kapitel III

KONZEPTION

III. Konzeption

Vorbemerkung

Reihenfolge

1. **Positionierungsstrategie** (Themen, Inhalte, Alleinstellung, Konzeptrahmen) als Fundament der Angebotsweiterentwicklung

- Ohne Positionierung sind neue Angebote in ihrer Wirkung, ihrem Erfolg eingeschränkt
- Definition der Themen, Leit- und Subthemen
- Interesse einer breiteren Zielgruppe soll geweckt werden, „Übersetzung“ der Begrifflichkeiten in eine breitenwirksame (populärwissenschaftliche) Sprache

2. **Maßnahmen und Ideen** zur Umsetzung

1. Bündelung und Sichtbarmachen des bereits vorhandenen, guten Angebots!
2. Neue Angebote für die perspektivische Entwicklung

III. Konzeption

Ausgangssituation

Heutige LEITTHEMEN ... im Sinne übergeordneter Disziplinen und Themengebiete

Archäologie

Geologie

Natur/ Naturschutzgebiet

und SUBTHEMEN ... im Sinne beispielhafter Teilaspekte und Themenspezifizierungen (Inhalte)

- Grabungsschutzgebiet
- Kultur- und Besiedlungsgeschichte
- Hamburger und Ahrensburger Kultur
- Alfred Rust
- Eiszeitliche oder steinzeitliche Rentierjäger und ihre Waffen/Werkzeuge
- Rentierherden

- Tunneltal, eiszeitliche Entstehungsgeschichte
- Geländetopografie, Formenvielfalt, Drumlins, Oser, Findlinge
- Eiszeitalter und Gletscher
- Klima, Kalt- und Warmzeiten
- Landschaftstypen, Vegetation, Lebensräume (Tundra, Grundmoränen-/Gletscherlandschaft)

- Natura 2000, FFH-Gebiet, Schutzmaßnahmen
- Flora & Fauna
- Vielfältiger Lebensraum für seltene Tier- und Pflanzenarten, u.a. Kammmolch
- Bruchwälder, Hochmoorreste, Sümpfe, Schilfflächen, Gewässer, Feuchtwiesen

III. Konzeption

Identifikation der Leit- und Subthemen

**Was sind die Besonderheiten (Alleinstellungsmerkmale)
des Ahrensburger Tunneltals?**

Archäologie

- Eiszeitliche Rentierjäger, vermutlich die ersten in Europa, die mit Pfeil und Bogen jagten
- Massenfunde an Rentierknochen

Geologie

- Erkennbare Topografie „Tunneltal“
- Entstehungsgeschichte
- Gletscherspuren
- Formenvielfalt

Natur/ Naturschutzgebiet

- Seltene Tier- und Pflanzwelt
- Beispielhaft hierfür der Kammmolch

Verbindendes inhaltliches Element: EISZEIT

**Eiszeitlicher Mensch -
Menschen/Jäger der
Eiszeit**

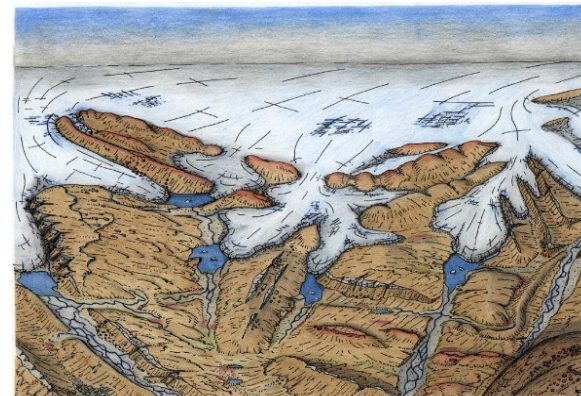
**Eiszeitlich geprägte
(geformte)
Landschaft**

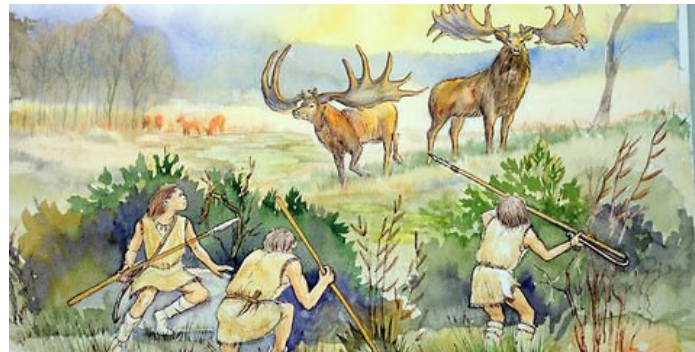
**Eiszeitliche
Folgelandschaft und
ihre Flora & Fauna**

III. Konzeption

Leitthema „Eiszeit“

Assoziationen – Impressionen – Faszinationskraft

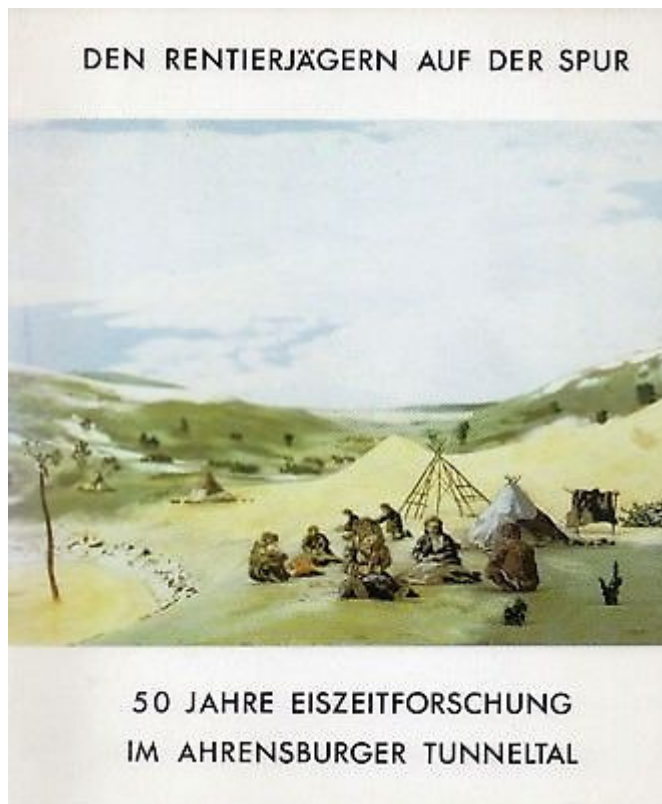




III. Konzeption

Leitthema „Eiszeit“

Assoziationen – Impressionen – Faszinationskraft



III. Konzeption

Leitthema „Eiszeit“

Begrifflichkeiten einer publikumswirksamen Ansprache...

eher ja, zutreffend
• Eiszeit, Steinzeit • Gletscher • Menschen in der Eiszeit/Steinzeit, unsere Vorfahren, eiszeitlicher Rentierjäger • Jagd, Waffen, Werkzeuge (Lebensweise, Alltagsbewältigung) • Klima/Klimawandel • Tiere und Pflanzen

eher nein, weniger zutreffend
• Tunneltal, glaziale Rinne • Archäologie, Geologie und Naturschutzgebiet • Jegliche Fachbegriffe wie Drumlin, Oser, Grundmoränenlandschaft, etc.

III. Konzeption

Fazit zur Positionierung

Leitthema: EISZEIT

Sub-Claim: EISZEITLICHER RENTIERJÄGER („die ersten Ahrensburger“)

Subthemen

**Eiszeitlicher Mensch –
Menschen/Jäger der
Eiszeit**
(Archäologie)

**Eiszeitlich geprägte
(geformte)
Landschaft**
(Geologie)

**Eiszeitliche
Folgelandschaft als
Naturerlebnis**
(Flora & Fauna,
Naturschutz)

Kurzbeschreibung der Inhalte

- Auf den Spuren unserer Vorfahren, der ersten Menschen in diesem Gebiet
- Woher kamen sie? Wie bewältigen sie ihren Alltag unter extremen Klimabedingungen?
- Wie lebte und jagte der eiszeitliche Rentierjäger?

- Eiszeitlich geprägte Landschaft
- Wie formten die Gletscher unsere norddeutsche Landschaft?
- Klima und Klima-veränderungen (mit aktuellen Bezügen)

- Seltene und schützenswerte Tier- und Pflanzwelt
- Beispielhaft hierfür der Kammmolch

III. Konzeption

Fazit zur Positionierung

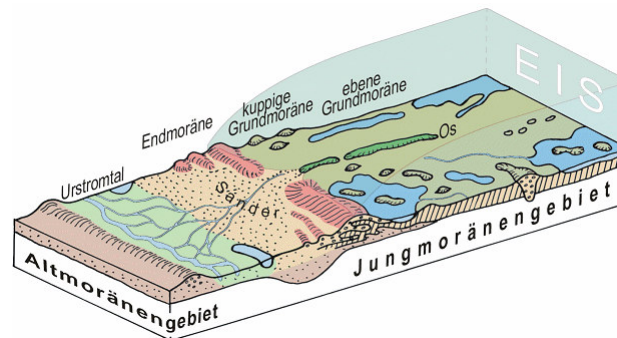
Wiedererkennbare Icons/Symbole (beispielhaft)

**Eiszeitlicher
Rentierjäger**
(Archäologie)

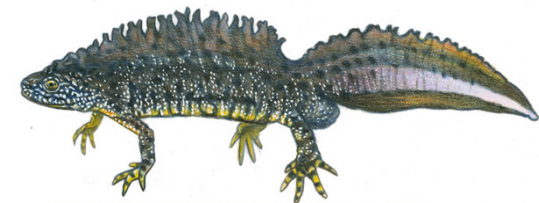


Themenstränge

**Eiszeitlich
geprägte
Landschaft**
(Geologie)



Naturerlebnis
(Flora & Fauna,
Naturschutz)



III. Konzeption

Fazit zur Positionierung

- **Alleinstellungsmerkmal**
 - Bedeutende Funde zur Ahrensburger und Hamburger Kultur
 - Jagdwaffenfunde – Pfeile zählen zu den weltweit ältesten Waffenfunden ihrer Art (womöglich die ersten Jäger, die mit Pfeil und Bogen jagten)
- **Leitmotiv:** Stellmoor-Ahrensburger Tunneltal – auf den Spuren der eiszeitlichen Rentierjäger
 - ... der ersten Menschen in diesem Gebiet
 - ... Woher kamen sie? Wie bewältigten sie ihren Alltag unter extremen Klimabedingungen? (...)

Beispiel neue Website „tunneltal.de“ der IG Tunneltal:

Stellmoor-Ahrensburger Tunneltal

das Tal der Rentierjäger

III. Konzeption

Fazit zur Positionierung

Stellmoor-Ahrensburger Tunneltal ... auf den Spuren der eiszeitlichen Rentierjäger

Begeben Sie sich auf eine spannende Exkursion in das Stellmoor-Ahrensburger Tunneltal. Dort erfahren sie, wie unsere Vorfahren vor etwa 15.000 Jahren mit ausgefeilten Jagdtechniken ihr Überleben sicherten.

Die hier bei Ausgrabungen gefunden Pfeile sind die weltweit ältesten und am besten erhaltenen Jagdwaffenfunde ihrer Art.

Sie erfahren hier, wie gewaltige Gletschermassen und ihre Schmelzwasser die Landschaft prägten, in der sich eine vielfältige Tier- und Pflanzwelt entwickelte. Lernen Sie mehr über die hier in den Feuchtgebieten lebenden Amphibien wie dem Kammmolch, der mit seinem zackenförmigen Rückenkamm an ein Urzeitwesen erinnert.

III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

Leitmotive der Angebotsweiterentwicklung

- Vorhandene Angebote stärken und sichtbarer machen
 - Neue Angebote ergänzen das vorhandene Angebots-spektrum sinnvoll
 - Sukzessive, perspektivische, verträgliche Entwicklung
-
- Maßnahmen mit Eingriff ins Gelände müssen in **Einklang mit dem hohen Schutzstatus** stehen
 - Maßnahmen sind in einer sinnvollen, aber nicht zwingenden Reihenfolge angeordnet. Möglichkeit der flexiblen Bündelung von Einzelmaßnahmen zu Paketen.

III. Konzeption

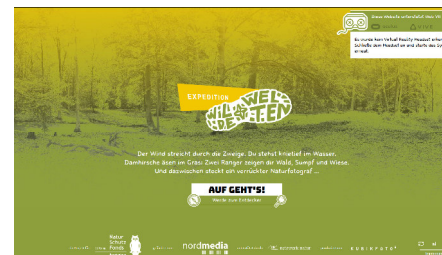
Maßnahmen und Umsetzungsideen

1

Website „Tunneltal“

- Wichtigste Maßnahme!
- Vorhandenes Angebot sichtbar machen – Verbindung reales und digitales Angebot
- Zentrale Info-Plattform
- Einheitliche Präsentation
- Digitaler Erlebnisraum: Interaktive, multimediale Elemente, VR-Anwendungen, Tunnelerlebnis für zu Hause und unterwegs

Beispiel: Website „Expedition Wilde Welten“ (www.expedition-wilde-welten.de)



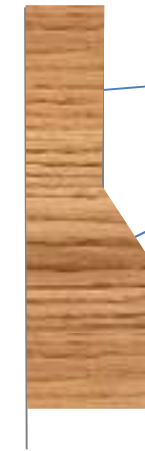
III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

2

Lehrpfad „Eiszeitlicher Rentierjäger“

- Vorhandene Wege nutzen, überschaubare Wegstrecke, hohe Erlebnisdichte
- Digitaler Info-Abruf mittels QR-Codes, mit und ohne Internetverbindung
- GPS-Standortbestimmung
- Zwei Routenvorschläge mit acht bis zehn Stationen (vgl. Studie)

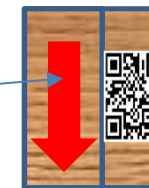


Icon

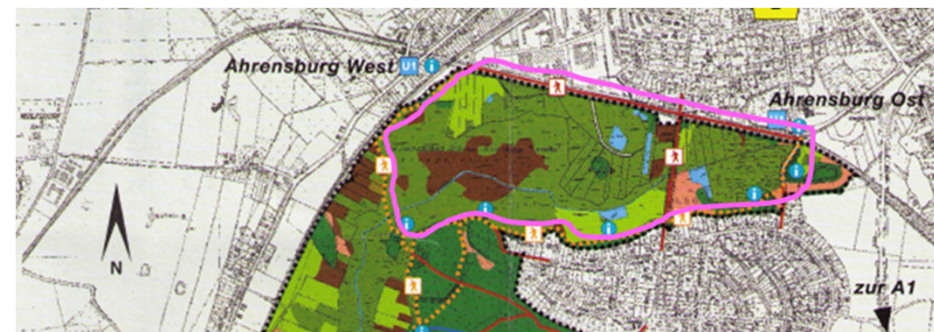
QR-Code

Seitenansicht

Richtung



Draufsicht



III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

3

Attraktivierung der Infrastruktur vor Ort

- Gut markierte Hauptzugangspunkte
- Meeting-Point und Informationsstand (Karte, Downloadmöglichkeit)
- Verbesserung des Wegeleitsystems und der Beschilderung
- „Möblierung“ – Bänke, Rastplätze



III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

4

Tunneltal-App

- App für das gesamte Tunneltal inkl. Höltingbaum
- GPS-gesteuerte Wegeführung (digitaler Wanderführer)
- AR-Anwendungen
- Funktion mit/ohne Internet
- Spielerische Inhalte, z.B. Fotostation, Quiz
- Zu beachten: massiver Wettbewerb, Benchmark zeigt niedrige Downloadzahlen

Beispiel: App „Natürlich Hamburg!“



III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

5

Wanderausstellung

- Modulares, flexibles Konzept
- Wissenschaftlicher Input über Museen, Archäologisches LA, Verein Jordsand, etc.
- Präsentation in vorhandenen Einrichtungen wie Haus der Natur, Schloss Ahrensburg, Museen, etc.
- Aufmerksamkeit erzeugen, neue Positionierung „testen“, digitale Erlebnisse => Botschaft: „Es tut sich was!“

Beispiel: Schlesisches Museum zu Görlitz



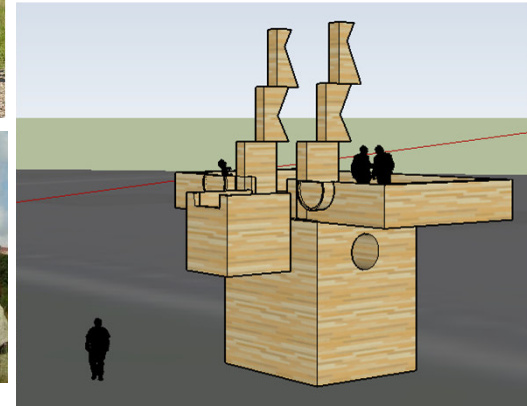
III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

6

Optional: Ausbau und Gestaltung ausgewählter Standorte im Gelände

- Interaktive Stationen
- Kunstinstallationen
- Landschaftsgestalterische Elemente
- Aussichtspunkte
- Kombinationsmöglichkeiten mit digitalen Erlebnissen (Einschübe für Smartphones, virtueller Flug über das Tal)
- Bessere Wahrnehmung der Landschaftsform, des Tals



III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

7

Optional: Angebote im Bereich der zukünftigen Brücke am Braunen Hirsch

- Park mit Rastplatz
- Aussichtsplattform auf der Brücke
- Öffentlich zugängliche Ausgrabungen
- Neuer Zugangspunkt

Hinweis Naturschutzbehörde:

Anlage von Wegen wäre womöglich massiver Eingriff (Bodenbrüter), eher nicht realisierbar.

Beispiel: „5fingers“, Dachstein



III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

8

Vision: Besucher-Informationszentrum

- Zentrale Anlaufstelle
- Moderne Präsentation
- Serviceangebote: Infostelle, Gastronomie, Tagungen und Seminare, Schulprogramme
- Möglicher Standort: Gut Stellmoor

Wattenmeer Besucherzentrum Cuxhaven



Besucherzentrum Arche Nebra



III. Konzeption

Maßnahmen und Umsetzungsideen

Weitere Maßnahmen

- Akteure-Netzwerk aktivieren und institutionalisieren
- Organisationsstruktur aufbauen
 - Maßnahmenträger festlegen
 - Aufbau und laufende Betreuung Website
 - Veranstaltungen initiieren/organisieren
 - Betreuung der Akteure – Zusammenarbeit stärken
 - Einheitliche Präsentation und Vermarktung sicherstellen

Vorhandenes Akteure-Netzwerk, wie u.a. (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- Kommunale Stellen (Stadt Ahrensburg, Kreis Stormarn)
- Tourismusmanagement Stormarn
- Verein Jordsand e.V., Haus der Natur
- AktivRegion Alsterland
- I.G. Tunneltal
- Stiftung Natur im Norden, Haus der Wilden Weiden
- Waldläufer Akademie
- Historischer Arbeitskreis und Stadtbücherei Ahrensburg
- Ahrensburger Seniorenbeirat und Peter Rantzau Haus
- Museen wie u.a. Schloss Gottorf
- Mögliche Einbindung der Kreativwirtschaft

III. Konzeption

Fazit

Handlungsempfehlung – weiters Vorgehen

1. Entscheidung hinsichtlich der Positionierungsstrategie als Fundament der Angebotsweiterentwicklung
2. Erst dann, aufbauend, Umsetzung von Maßnahmen, z.B.
 - Website: digitaler Erlebnisraum, Bündelung und Sichtbarmachen des vorhanden, guten Angebots!
 - Neuer Lehrpfad „Eiszeitlicher Rentierjäger“ mit QR-Codes
 - Wanderausstellung

Erfolgsfaktoren

- Akzeptanz und Mitziehen der vorhandenen Akteure
- Website mit Ziel eines kooperativen, partizipativen Erfolgs, Stimulation von Aktivitäten
- Zusammenwirken von (neuen) digitalen und bereits vorhandenen Angeboten

*Danke für Ihre
Aufmerksamkeit*



Andreas Konrath

fwi hamburg

Langbehnstraße 6 A

22761 Hamburg

Tel. (040) 22 94 40 02

info@fwi-hamburg.de

www.fwi-hamburg.de