

# Erlebnisangebote im naturnahen Tourismus = Les offres axées sur le tourisme nature

Autor(en): **Gerdes, Sonja / Siegrist, Dominik**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage**

Band (Jahr): **45 (2006)**

Heft 4: **Erlebniswelten - Inszenierungen = Mondes virtuels - mises en scènes**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-139472>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Vallemaggia pietraviva

Sonja Gerdes, Dipl.-Ing.  
Landschafts- und Frei-  
raumplanung, Dr. Dominik  
Siegrist, Forschungsstelle  
für Freizeit, Tourismus und  
Landschaft, Institut für  
Landschaft und Freiraum,  
Hochschule für Technik  
Rapperswil

## Erlebnisangebote im naturnahen Tourismus

**Was weckt beim Gast die Lust auf Landschaft? Bietet die Erlebnisorientierung von Angeboten im naturnahen Tourismus das Potenzial, neue Besucher zu gewinnen und gleichzeitig einen Beitrag zum Schutz und zur Entwicklung von Natur und Landschaft zu leisten?**

**S**nowboarden, seinen Hund ausführen, Badeferien im Süden, die Stille des Waldes genießen – oder einfach nur Entspannen auf dem Balkon: Im Zusammenhang mit Erholung und Tourismus kommt dem Landschaftserlebnis ein hoher Stellenwert zu. Nicht zuletzt deshalb wird die Landschaft immer wieder als «das Kapital des Tourismus» bezeichnet.

*Comment éveiller chez le touriste l'envie de paysage? Est-ce que par une orientation expériences et sensations, les offres du tourisme nature sont susceptibles d'attirer de nouveaux visiteurs et de contribuer simultanément à la protection et à la mise en valeur de la nature et du paysage?*

**F**aire du snowboard, promener son chien, des vacances baignade dans le Sud, apprécier le calme de la forêt ou tout simplement se détendre sur son balcon: en rapport avec les activités de détente et de vacances, l'expérience de la nature occupe une place importante. Ceci est l'une des raisons pour lesquelles le paysage est souvent qualifié de «capital du tourisme». Cependant, de nos jours, de beaux paysages ne suffisent plus à

**Zusammenhänge herstellen, Orte verknüpfen: «Steinpfade» im oberen Maggiatal bei Cevio.**

**Créer des liens, relier des villages: les «sentiers de pierres» dans la vallée Maggia près de Cevio.**



# Les offres axées sur le tourisme nature

Schöne Landschaften allein genügen jedoch heute nicht mehr, um attraktive touristische Angebote zu generieren. «Erlebnismangement» lautet das Zauberwort, mit dem die Attraktivität von Angeboten, auch zum Nutzen der Landschaft, gesteigert werden kann. Die damit verbundene Inszenierung der Landschaft im naturnahen Tourismus bildet eine Herausforderung nicht zuletzt für Landschaftsarchitekten, denn damit begeben sich diese auf die anspruchsvolle Gratwanderung zwischen Landschaftsschutz und den Bedürfnissen unserer heutigen Freizeitgesellschaft.

## Erlebnisökonomie und Erlebnis-Setting

Erlebnisse gehören zu den Kernelementen der postmodernen Freizeitgestaltung. Wir erachten unseren Urlaub nicht zuletzt dann als gelungen, wenn die Erlebnisqualität stimmt. Dies beginnt beim «richtigen» Cappuccino in der Bar um die Ecke und geht bis zum «echten» Outdoorerlebnis. Der Freizeitforscher Roland Scheurer bezeichnet Erlebnisse als «bewusst oder unbewusst wahrgenommene, subjektbestimmte, unwillkürliche innere Gefühle, welche erst durch Reflexion und Verarbeitung zu Erfahrungen werden». Erlebnisse werden also durch Sinnesreize und die Interaktion mit Menschen ausgelöst.

Ausgehend von den wachsenden Erlebnisbedürfnissen unserer Gesellschaft haben Pine und Gilmore das Konzept der «Erlebnisökonomie» entwickelt. Sie gehen davon aus, dass zunehmend eine neue Art des Wettbewerbs entsteht, in welcher neben Waren und Dienstleistungen Erlebnisse angeboten werden. Die Vermittlung des Erlebniswerts dieser Waren und Dienstleistungen basiert auf deren Inszenierung. Für die touristische Angebotsgestaltung heisst das, dass ein spezifischer Schauplatz geschaffen wird, welcher Erlebnisse ermöglicht, das so genannte «Erlebnis-Setting». Der dramaturgische Gesamtverlauf eines Angebotes wird dabei sichergestellt, indem jedes Element der touristischen Dienstleistungskette auf Erlebnisse ausgerichtet, also eine «Erlebniskette» konzipiert wird. Ein Beispiel hierfür sind die künstlichen Erlebniswelten im Stil Disneylands oder des Mystery Parks.<sup>1</sup>

*eux seuls à générer des offres touristiques attrayantes. La formule magique qui permet d'accroître l'attractivité des offres touristiques, sans préjudice à la nature, s'appelle «management des expériences». La mise en scène du paysage dans le tourisme nature constitue un défi, en particulier pour les architectes-paysagistes qui, dans un difficile exercice, sont obligés de concilier les exigences de la protection du paysage et celles de notre société de loisirs contemporaine.*

## L'«économie des expériences» et le «cadre expérientiel»

*Le facteur de l'expérience vécue constitue aujourd'hui un élément fondamental de nos pratiques de loisirs. Nous considérons nos vacances comme réussies quand la qualité des expériences est satisfaisante. Cela commence par un «authentique» cappuccino au bar du coin et va jusqu'à une «authentique» expérience outdoor. Le chercheur en activités de loisirs Roland Scheurer définit les expériences comme «sensations intérieures perçues consciemment ou inconsciemment, subjectives et involontaires qui par la réflexion et la transformation deviennent des expériences». Les expériences seraient donc déclenchées par la stimulation des sens et les interactions avec d'autres personnes.*

*En prenant pour prémisses les besoins en expériences croissants de notre société, Pine et Gil-*

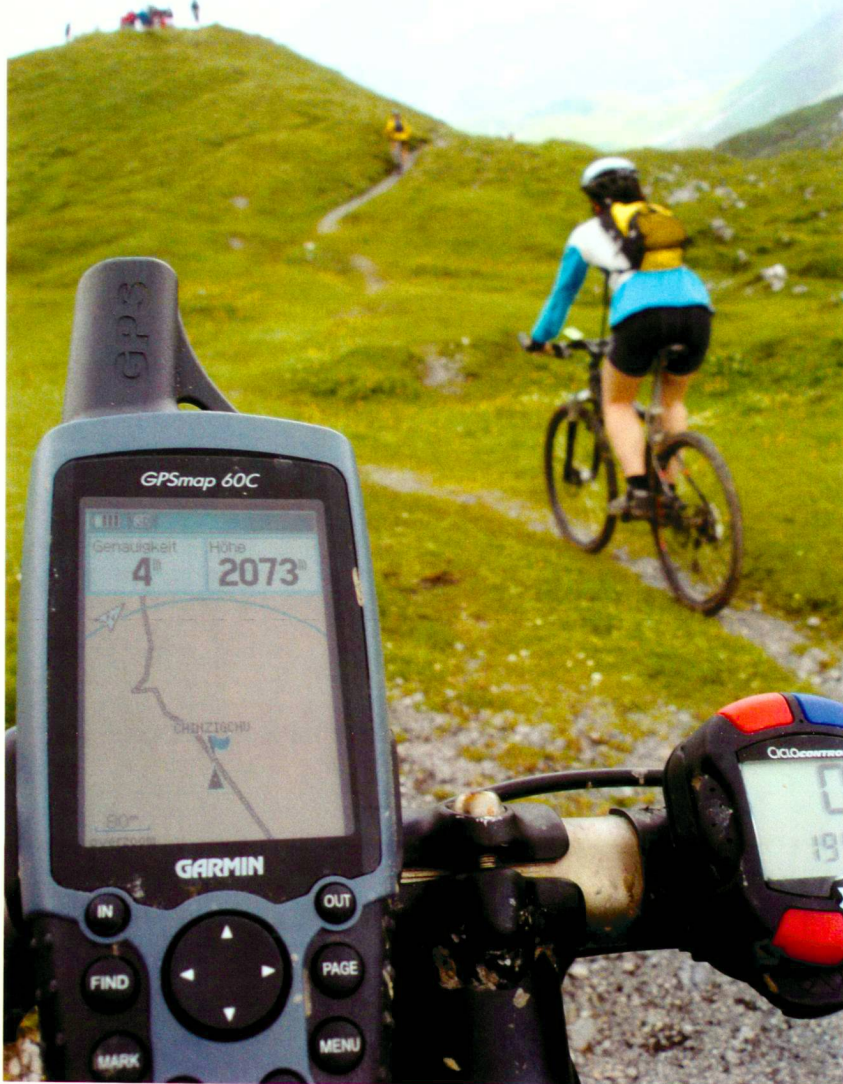
Sonja Gerdes, ing. dipl.  
architecte-paysagiste,  
Dr Dominik Siegrist,  
Forschungsstelle für  
Freizeit, Tourismus und  
Landschaft, Institut für  
Landschaft und Freiraum,  
Hochschule für Technik  
Rapperswil

**Vermittlung der Identität  
und Einzigartigkeit des  
Feuchtgebietes: neue  
Naturstation «Silberweide»  
am Greifensee.**

**Présentation de l'identité  
et de la spécificité de ce  
milieu humide; nouveau  
centre nature «Silberweide»  
au bord du Greifensee.**







GPS-Tracks

### Inszenierung von Landschaft im naturnahen Tourismus

Viele Tourismusdestinationen in der Schweiz besitzen eine hohe Zahl landschaftlicher Attraktionen. Die dem Konzept der Erlebnisökonomie folgende Inszenierung dieser landschaftlichen Attraktionen und damit die Chance zur Erhöhung ihrer Erlebnisqualität wird jedoch oft unzureichend genutzt. Aus den Überlegungen zur Erlebnisökonomie ergeben sich eine Reihe von Hinweisen für die Planung und Umsetzung von naturnahen Erlebnisangeboten.

- **Landschaftliche Attraktionen:** Aus landschaftlichen Werten und Attraktionen leiten die touristischen Leistungsträger ihre Angebote ab. Wichtig für die Sicherung dieser Werte sind verbindliche Rechtsgrundlagen für Natur und Landschaft. Zu deren Umsetzung stellen die Landschaftsarchitekten planerische Grundlagen und praktische Werkzeuge bereit. In ihrem

more ont élaboré le concept de «l'économie des expériences». Ils postulent l'apparition et le développement d'une nouvelle forme de concurrence dans le cadre de laquelle sont offerts non seulement des marchandises et des services mais aussi des expériences. L'évaluation de la «valeur expérientielle» des marchandises et services repose sur leur mise en scène. Pour les offres touristiques, cela signifie qu'on crée une scène spécifique qui favorise des expériences, le dénommé «cadre expérientiel». A cette fin, le scénario d'une offre est précisément défini; chaque maillon de la chaîne des services est axé sur la «valeur expérientielle», un enchaînement idéal des expériences est élaboré. A titre d'exemple on peut nommer les univers d'expériences artificiels dans le style Disneyland ou Mystery Park.<sup>1</sup>

### La mise en scène du paysage dans le tourisme nature

De nombreuses destinations touristiques en Suisse offrent une grande variété d'attractions naturelles. Souvent cependant, les possibilités de mise en scène de ces attractions naturelles selon les principes de l'«économie des expériences» et par là, les opportunités en termes de qualité des expériences, sont insuffisamment exploitées. Les réflexions de l'«économie des expériences» fournissent toute une série de principes applicables à la conception et à la mise en place d'offres touristiques proches de la nature.

- **Les attractions naturelles:** les opérateurs touristiques basent leurs offres sur les valeurs et attractions naturelles du paysage. Pour assurer la pérennité de ces biens, une réglementation relative à la nature et au paysage à caractère contraignant est nécessaire. Pour accompagner son application, les architectes-paysagistes apportent des instruments pratiques et théoriques. Il est de leur ressort de créer des points d'intérêt susceptibles d'attirer le public mais aussi de modeler les paysages touristiques ordinaires dans l'esprit du «cadre expérientiel». En Suisse, la révision de la loi sur la protection de la nature et du paysage (LPN) (pour les créations de parcs naturels) ainsi que la revalorisation programmée de l'inventaire fédéral des paysages, sites et monuments naturels de valeur nationale (IFP) peuvent servir de fondements.

Un autre champ d'action concerne la conception et l'aménagement des infrastructures: infrastructures routières, structures d'hébergement, centres d'accueil et établissements destinés à l'orientation des visiteurs. Si l'on veut que leur conception contribue au succès des offres touristiques proches de la nature, une qualité architecturale élevée et une bonne compatibilité avec l'en-

Neue Erlebnistrends im Natursport: GPS-Einsatz beim Mountainbiken.

Nouvelles tendances dans les sports pratiqués dans la nature: utilisation de GPS lors de la pratique du VTT.



Einflussbereich liegt es, zugkräftige Attraktionspunkte zu gestalten, aber auch die touristischen Alltagslandschaften im Sinne des Erlebnis-Settings zu entwickeln. Aktuelle Anknüpfungspunkte bilden in der Schweiz die Revision des Natur- und Heimatschutzgesetzes NHG (neue Pärke) sowie die geplante Aufwertung des Bundesinventars der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung (BLN).

Ein weiteres Handlungsfeld bildet die Planung und Gestaltung von Infrastrukturen, Verkehrsflächen, Gasthäusern, Besucherzentren und Einrichtungen der Besucherlenkung. Soll deren Gestaltung zum Erfolg naturnaher Erlebnisangebote beitragen, ist eine hohe architektonische Qualität und Landschaftsverträglichkeit zu sichern. Dies betrifft besonders jene Zonen, in denen sich die Besucher von Naturgebieten konzentrieren, zum Beispiel an den Eingangspforten von Pärken oder in der Umgebung von Attraktionspunkten (so genannten «areas» oder «points of interest»). Hierzu gibt es viele gute Beispiele in ausländischen Nationalpärken, unter anderem am Neusiedlersee in Österreich oder auf der Nordseeinsel Texel in den Niederlanden.

- **Naturnahe Erlebnisangebote:** Eine effektive Angebotsentwicklung baut auf der tatsächlichen Nachfrage am Tourismusmarkt auf («das Heu muss den Kühen schmecken und nicht der Bäuerin»). Gegenwärtigen Trends wie «Natur pur», Natursport und der Nachfrage nach regionaltypischen Produkten und Unterkünften sollte aktiv begegnet werden – sie bieten vielerlei Anknüpfungspunkte zur Schaffung von Natur- und Landschaftserlebnissen für die unterschiedlichen Zielgruppen. Ein Beispiel sind die zahlreichen guten Lösungen für die positive Verbindung von Natursport und Landschaft.<sup>2</sup>

Wichtig für ein positives Urlaubserlebnis ist darüber hinaus die Kohärenz der einzelnen Attraktionspunkte, also die eindeutige Vermittlung ihrer inhaltlichen und räumlichen Verknüpfungen als Teil des Angebotes, wie beispielsweise bei der historischen Kulturwanderoute «via spluga» in Graubünden. Landschaftsarchitekten können, was die erlebnisorientierte Angebotsgestaltung betrifft, vor allem im Rahmen von Kooperationen mit Tourismusorganisationen, Gemeinden und Anbietern ihren Gestaltungsspielraum nutzen und ihr Fachwissen einbringen. Wo dies nötig ist, sollen sie aber auch die Grenzen erlebnisorientierter Angebotsentwicklung in Bezug auf Natur und Landschaft aufzeigen, etwa im Fall neuer Trendsportarten.

*vironnement sont à respecter. Ceci concerne surtout les zones dans lesquels les visiteurs se concentrent, par exemple aux entrées d'un parc ou aux abords de points d'intérêt (les «areas» ou «points of interest»). Pour cela, il existe de nombreux bons exemples dans les parcs nationaux d'autres pays, par exemple au bord du Neusiedlersee en Autriche ou sur l'île de Texel dans la Mer du Nord (Pays-Bas).*

- *Les offres touristiques proches de la nature: une politique de développement de l'offre efficace prend en considération la demande réelle sur le marché du tourisme (selon l'adage: «L'herbe doit plaire aux vaches et non à la fermière»). Les tendances actuelles telles que le «nature pure», les sports nature ou la demande accrue en produits régionaux et hébergements traditionnels doivent être prises en compte. Elles fournissent de nombreuses pistes pour la conception d'expériences naturelles et paysagères ciblées. Les nombreuses bonnes solutions pour un rapport positif entre sport nature et paysage peuvent être citées en exemple.<sup>2</sup> Pour une expérience de loisirs positive, entre également en ligne de compte la cohérence des différents points d'intérêt: une communication explicite des contenus et des rapports spatiaux doit faire partie intégrante de l'offre, comme par exemple pour le circuit de randonnée pédestre historique et culturel «Via Spluga» dans les Grisons. C'est surtout dans le cadre de coopérations avec les organismes de tourisme, les communes et les prestataires de services que les architectes-paysagistes peuvent user de leur marge de manœuvre créative et appliquer leur savoir technique dans le sens d'une offre touristique axée sur l'expérience. Là où cela est indiqué, ils doivent cependant aussi montrer les limites de telles évolutions en relation*

<sup>1</sup> R. Scheurer: Erlebnis-Setting. Touristische Angebotsgestaltung in der Erlebnisökonomie. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Nr. 43. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, 2003

<sup>2</sup> Siehe auch: [www.natursportinfo.ch](http://www.natursportinfo.ch)

**Winteraktivitäten abseits der Piste: Stille als Erlebnisqualität.**

**Activités hivernales loin des pistes: vivre le silence comme une qualité.**





**Bibliografie**

S. Eberle, C. Leu: Landschaftskompass Toggenburg. Besonderheiten entdecken und erleben. Diplomarbeit an der Hochschule für Technik, Rapperswil, Abteilung Landschaftsarchitektur, 2005

H. Müller und R. Scheurer: Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt. Ein Leitfaden zur Angebots-Inszenierung. FIF, Universität Bern, 2004

Deutscher Tourismusverband: Natur. Erlebnis. Angebote – Entwicklung und Vermarktung. Leitfaden, 2005, <http://www.natur-erlebnisangebote.de/download/leitfaden.pdf>

• Kommunikation und Zielgruppen: Keine neue Erkenntnis, aber nicht oft genug zu betonen ist, dass bei der Entwicklung und Vermarktung von naturnahen Erlebnisangeboten die spezifischen Merkmale und Präferenzen der verschiedenen Zielgruppen zu berücksichtigen sind, seien dies nun Familien mit Kindern, Natursportler oder Jungsenioren. Moderne Naturmuseen und Parkzentren haben da in den letzten Jahren Pionierarbeit geleistet. Die adressatengerechte Kommunikation sollte bezwecken, dem Gast die landschaftlichen Attraktionen auf der emotionalen Ebene als Erlebnis zugänglich zu machen. Dabei muss aber berücksichtigt werden, dass der heutige «multioptionale Gast» die Auswahl unter einer Vielzahl von Angeboten wahrnehmen möchte und oft zwischen naturnahen und naturfernen Angeboten hin und her pendelt.

**«Echte» Erlebnisse?**

Sicherlich bergen Erlebnis-Inszenierungen die Gefahr der Oberflächlichkeit und Bevormundung, dies gerade bei den naturnahen Touristen mit ihrem ausgeprägten Bedürfnis nach Individualismus und Authentizität. Hier ist es wichtig, dass individuelles Erleben möglich ist, dass also die Gäste Erlebnisse «aus sich selbst heraus» entwickeln können. Vielleicht gibt es ja tatsächlich «echte» und «weniger echte» Erlebnisse, wie dies bestimmte Anbieter immer wieder betonen. So wird für die einen ein historischer Saumweg zur bleibenden Erinnerung, während für andere die Begegnung mit Wildtieren ein spezielles Erlebnis darstellt.

*avec la nature et le paysage, par exemple dans le cas de nouveaux sports à la mode.*

• *Adéquation de la politique de communication aux publics visés: ce n'est pas une nouveauté, mais on ne peut le répéter assez souvent. Pour la conception et la commercialisation de nouvelles offres touristiques proches de la nature, il faut tenir compte des caractéristiques spécifiques et des préférences des différents publics visés, familles, sportifs adeptes de la nature ou jeunes seniors. Ces dernières années, les musées de la nature et les centres de réserves naturelles ont effectué un travail de pionniers. Une politique de communication individualisée visait à rendre les attractions naturelles accessibles aux visiteurs sur le plan émotionnel en tant qu'expériences vécues. Toutefois, il faut tenir compte du fait que le «visiteur multioptionnel» d'aujourd'hui souhaite une possibilité de choix entre une multitude d'offres et tend à osciller entre des offres plus ou moins proches de la nature.*

**Des expériences «authentiques»?**

*Certainement, ce genre de mises en scènes porte en soi un risque de superficialité et de paternalisme, ceci en particulier pour les adeptes du tourisme nature, en quête d'individualisme et d'authenticité. Ici, il est important de favoriser des expériences individuelles, c'est-à-dire de donner aux touristes l'opportunité de cultiver des expériences en eux-mêmes. Peut-être existe-t-il vraiment des expériences plus ou moins authentiques comme certains prestataires le prétendent. Ainsi pour les uns, un ancien sentier muletier se grave dans la mémoire alors que pour d'autres, la rencontre*

«Klangweg Toggenburg»: Kombination aus Klang- und Landschaftserlebnis.

«Sentier des sons»: vivre une combinaison de sons et de beaux paysages.



Stephan K. Haller



Es gibt somit genug Gründe für Landschaftsarchitekten, sich mit der Erlebnisorientierung im naturnahen Tourismus verstärkt auseinanderzusetzen. Im Spannungsfeld zwischen Angebotsentwicklung und natürlichen Ressourcen können sie die landschaftlichen Grundlagen sichern, in Form spezifischer Settings günstige Rahmenbedingungen für Landschaftserlebnisse schaffen und als Partner mit Landschaftskompetenz bei der Entwicklung neuer Angebote mitarbeiten. Dadurch wecken sie bei den Gästen die Lust an der Landschaft und verhelfen diesen zu authentischeren Urlaubserlebnissen.

*d'animaux sauvages constitue une expérience inoubliable.*

*Il existe donc suffisamment de raisons pour les architectes-paysagistes de s'intéresser de manière approfondie à l'aspect recherche d'expériences dans le tourisme nature. Faisant la part entre développement de l'offre et exploitation des ressources naturelles, ils peuvent contribuer à protéger le paysage et au moyen de «cadres» spécifiques, créer des conditions favorables à l'expérience paysagère. Comme partenaires compétents en matière de paysage, ils peuvent accompagner l'élaboration de nouvelles offres touristiques. Ce faisant, ils peuvent éveiller chez les touristes l'envie de paysage et aider ceux-ci à vivre des expériences de loisirs plus authentiques.*

«Landschaftskompass Toggenburg»: «Areas of Interest» als Grundlage für naturnahe Erlebnisangebote. Diplomarbeit von S. Eberhard und C. Leu 2005 an der HSR.

«Boussole du paysage du Toggenburg»: «Areas of Interest» comme base pour l'offre du tourisme nature. Travail de diplôme de S. Eberhard et C. Leu 2005 à la HES Rapperswil.

Areas of Interest

- 1 St. Moritz  
- Wo die Kette aus dem Fenster fällt -
- 2 Hummelhubel  
- Wo die Flüsse sich leicht verändern -
- 3 Neckertal  
- Über und unter dem Blocken -
- 4 Schindelfeld / Lägeren  
- Wo die Zeit noch keine Edeleernte -
- 5 Lärchenberg  
- Im Farnesbüschlein über der Thür -
- 6 Näcken  
- Auf Entdeckungswegen durch vergangene Zeiten -
- 7 Salsundentempel  
- Im Meer mit Aussicht -
- 8 Bergboden  
- Wo die Mäher ihre Ruhe brauchen -
- 9 Nentäsch / Krummenau  
- Auf der Spur der Thür -
- 10 Lühnen / Oberbuch  
- Wo einst Gebäude wurde -
- 11 Speer  
- Auf dem Gipfel der Molasse -
- 12 Gampfen / Hinter Hölz  
- Neben den weissen Bergen -
- 13 Selun  
- Auf den Spuren des wilden Mannes -
- 14 Chappelen  
- Wo verborgene Schätze ruhen -
- 15 Wäldhuser / Schönbühl  
- Wo Gesteine sich falten und beugen -
- 16 Schwendwäsen  
- In der Welt des Klangs -
- 17 Gammegg  
- Wo der Blick in die Ferne schweift -

Besonderheiten von Natur, Landschaft und Kultur

Landschaftsbild		
Geomorphologie		
Lebensräume		
Inventar- / Naturschutzgebiete		
Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler		
Wald		
Wald nicht kartiert		
Kulturgüter		
	hoher Wert	mittlerer Wert

