

Sitzungsvorlage Nr. 119/2021

Planungsausschuss
am 24.03.2021



zur Beschlussfassung

- Öffentliche Sitzung -

09.03.2021

419 - PLA-Ö - 119/2021

Zu Tagesordnungspunkt 5

Landschaftspark besser vermarkten – Antrag der CDU/ÖDP-Regionalfraktion

Die Verbandsgeschäftsstelle wird beauftragt, realisierte Landschaftsparkprojekte stärker in die Tourismusförderung der Region Stuttgart einzubinden.

I. Landschaftspark Region Stuttgart

Mit dem Landschaftspark Region Stuttgart verfügt der Verband seit 2005 als einzige Region im Land über ein wirksames, gesetzlich verankertes Instrument, um gemeinsam mit den Kommunen aktiv in die grüne Infrastruktur planerisch und finanziell zu investieren – ein wichtiger Baustein im Hinblick auf eine integrierte Siedlungs- und Landschaftsentwicklung.

Die enge Verknüpfung von Planung und Finanzierung ist einmalig in Baden-Württemberg und wesentlich für die hohe Wirksamkeit des Landschaftsparks Region Stuttgart – sichtbar und erlebbar durch eine Vielzahl an realisierten Projekten und mit spürbarem Mehrwert für Mensch, Natur und Klima. Alles trägt dazu bei, die hohe Lebensqualität und den Freizeitwert in der Region Stuttgart zu sichern und auszubauen und damit auch die Attraktivität als Wirtschaftsstandort zu stärken. Oder anders gesagt, die grüne Infrastruktur ist als wesentlicher Teil der öffentlichen Daseinsvorsorge zu einem harten Standortfaktor und notwendige Voraussetzung für die nachhaltige Entwicklung der Region Stuttgart und die Gesundheit der hier lebenden Menschen geworden.

Wie wichtig attraktive siedlungsnahe Freiräume für das physische und psychische Wohlbefinden der Menschen sind, wird aktuell durch die Corona-Pandemie besonders deutlich vor Augen geführt. Die Ausgeh- und Reisebeschränkungen erhöhten die Nachfrage nach Angeboten im direkten Umfeld, das belegen der Augenschein wie auch die Zugriffszahlen auf den Outdoorplattformen.

Als unmittelbare Reaktion darauf etablierte die Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH (RSMT) die regionale Kampagne „Nah! statt fern“, die ganz gezielt den Tagesausflügler aus der Region in den Blick nimmt und entsprechende Ausflugstipps bereithält – ein Angebot, das dauerhaft Bestand haben soll. Eine Folge war aber auch, dass viele Erholungsräume aufgrund fehlender Informationen zu bestehenden Alternativen einen enormen Besucherandrang erlebten, was zeitweise großräumige Sperrungen zur Folge hatte.

Um die vielfältigen naturgebundenen Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten auch vor diesem Hintergrund in der Bevölkerung bekannter zu machen und das Besucheraufkommen regional besser zu verteilen, könnten künftig verschiedene Maßnahmen ergriffen werden. Besonderes Potenzial bietet die Zusammenarbeit in der „regionalen Familie“ mit ihren vielfältigen Kompetenzen – ganz im Sinne gebündelter Kräfte. Anregungen hierzu bieten auch die teils umfassenden Angebote unserer Partner auf nationaler und internationaler Ebene (z.B. Regional- und Landschaftsparks in Deutschland, Metrex).

- **innerhalb des Verbands Region Stuttgart**

Programm Landschaftspark und Wirtschaft und Tourismus

Mit dem Kofinanzierungsprogramm Wirtschaft und Tourismus unterstützt die Region die Entwicklung und Umsetzung modellhafter Projekte im Bereich Wirtschafts- und Tourismusförderung. Vorgesehen ist in Zukunft eine

- noch intensivere maßnahmenbezogene Verknüpfung der regionalen Kofinanzierungsprogramme im Hinblick auf eine gemeinsame Entwicklung einzelner Projekte als „Gesamtpaket“ (in Abstimmung mit den Kommunen), vor allem bei touristisch bedeutenden Projekten – von der Konzeption über die Umsetzung bis zur Vermarktung und Bespielung

Webauftritt

Der Internetauftritt des VRS umfasst auch mehrere Webseiten zum Landschaftspark mit Informationen zu den Rubriken Erleben, Planen und Kofinanzieren. Im Unterschied zu den Beschreibungen einzelner Ausflugsziele und Freizeitrouten auf den Webseiten der RSMT fokussieren die Webseiten zum Landschaftspark auf die Darstellung der landschaftlichen Vielfalt sowie die Ziele und Inhalte des Landschaftsparks (Geschichte + Fakten, Masterpläne...).

- Der Landschaftspark wird mehr als bislang auf der Homepage des VRS prominent platziert und ebenfalls mit einprägsamem Logo sichtbar gemacht.
- Auf einer interaktiven Übersichtskarte sind alle kofinanzierten Landschaftspark-Projekte verortet und können jeweils direkt für weitere Infos angeklickt werden. Hier finden sich z.B. kurze Projektbeschreibungen, Jahr der Umsetzung, Projektpartner, Kofi-Summe, GPS-Daten, aber keine touristischen Infos zu Öffnungszeiten, Gastrotipps oder Anfahrtswege etc.
 - Fortan soll für weiterführende touristische Infos ein Link zu den Webseiten der RSMT führen, z.B.: „Sie möchten die Region Stuttgart entdecken und benötigen weitere touristische Informationen. Ansprechpartner ist die RSMT unter www.stuttgart-tourist.de/nah-statt-fern.“
 - Des Weiteren ist geplant, dass man die Projekte interessensbezogen nach verschiedenen Rubriken filtern lassen kann, z.B. Landmarken, regionale Routen, Umweltbildung, Sport und Spiel, charakteristische Kulturlandschaften, Landschaftspark für Kinder oder Natur und Landschaft erleben, Natur und Landschaft schützen, Natur und Landschaft begreifen etc.
 - Ergänzend könnten einzelne Leuchtturmprojekte durch kurze Drohnenfilme portraitiert werden.
- Hier finden sich ab sofort auch Kontaktdaten zu Ansprechpartnern, um die Kommunikation zu erleichtern.

Printprodukte

Druckerzeugnisse sind nach wie vor ein wichtiger Baustein in der Kommunikation. Ihr Beliebtheit zeigt sich an dem stets großen Absatz auf Messen und Infoveranstaltungen. Eine digitale Version erreicht zusätzliche Zielgruppen.

- Die bestehende Freizeitkarte wird kurzfristig überarbeitet – als analoge Karte ebenso wie als digitale Ausgabe (z.B. als App). Ziel ist eine prägnantere Darstellung der unterschiedlichen Erholungsräume und eine stärkere Verknüpfung der regionalen Freizeitrouten und ausgewählten Landschaftspark-Projekten mit dem S-Bahn-Netz mit Haltestellen.
- Als weiterer Schritt ist geplant, in Anlehnung an den Marco Polo Reiseführer für die Remstal Gartenschau, einen Erlebnisführer *Landschaften/Landschaftsräume in der Region Stuttgart* (inkl. ausgewählter Projekte) zu erstellen.

Veranstaltungen

Veranstaltungen bieten eine gute Plattform, um mit den Kommunen als auch der Bürgerschaft themenbezogen in Kontakt zu kommen, gemeinsame Ziele zu entwickeln, eigene Themen zu setzen und Prozesse auf kommunaler und regionaler Ebene zu starten.

- Anknüpfend an die Fachtagung in Waiblingen während der Remstal Gartenschau wird eine zweijährige Veranstaltungsreihe etabliert, z.B. Landschaftspark-Konferenz oder Workshops zu aktuellem Thema (z.B. Biotopverbund, Wasserrahmenrichtlinie, ...), auch um wichtige Freiraum- und Umweltthemen in den Kommunen zu platzieren und zu befördern und um den Kommunen Kooperationsmöglichkeiten aufzuzeigen.
- Exkursionen und Spaziergänge für die interessierte Öffentlichkeit – entweder selbst initiiert oder als Teil von bestehenden Veranstaltungsreihen, wie z.B. im Rahmen der jährlich stattfindenden NaturErlebnisWoche der Akademie für Natur- und Umweltschutz Baden-Württemberg (z.B. Tour im Landschaftspark 2021 oder Führung durch die Zugwiesen 2020). Umfassende Angebote in diesem Bereich bieten beispielsweise der Regionalpark RheinMain und Emscher Landschaftspark.

weitere Maßnahmen

- Weiterhin wird in regelmäßigen Abständen über realisierte Landschaftsparkprojekte in RS Aktuell berichtet.
- Seit Beginn der Kofinanzierung werden die Landschaftspark-Projekte vor Ort durch eine Stele oder Plakette als solche kenntlich gemacht. Ergänzend dazu wurde in den letzten Wochen ein Logo entwickelt, um auch in analogen und digitalen Medien das Thema Landschaftspark einprägsam zu visualisieren (beispielsweise bei Berichten über den Landschaftspark in der Presse). Dieses Logo wird im Planungsausschuss am 24.03.21 präsentiert.
- Zudem soll die digitale Aufmerksamkeit durch Auftritte in Online-Medien wie Wikipedia oder Social Media erhöht werden. Gute Beispiele bieten der Emscher Landschaftspark und der Regionalpark RheinMain.
- Eine filmische Präsentation (z.B. Drohnenaufnahmen) der vielfältigen Landschaft in der Region Stuttgart in Verbindung mit eingeblendeten Infos (Zahlen, Text und Statements/O-Töne) böte eine Möglichkeit, diese besonderen Standortqualitäten der Region auf emotionale und eindrucksvolle Weise zu vermitteln – insbesondere auch in die Ferne.
- Give-Aways in Bezug zum Landschaftspark

• **Region Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH (RSMT)**

Für die angestrebte engere Kooperation wurde zwischenzeitlich von der RSMT geprüft, welche Landschaftsparkprojekte bereits in ihren Medien publiziert werden und welche noch ergänzt werden können. Gemeinsam wurden folgende weitere Schritte festgelegt.

- Projekte mit regionaler Strahlkraft werden ab sofort durch Medien der RSMT beworben und die Zugehörigkeit zum Landschaftspark durch das neue Logo gekennzeichnet.
- Bei touristisch bedeutenden Projekten soll ggf. die RSMT in die Projektentwicklung eingebunden werden (nur in Rücksprache mit Kommune).
- Touristisch und für die Naherholung bedeutsame Projekte werden nach Fertigstellung auf gängigen Tourenportalen wie outdooractive oder komoot mit entsprechendem Text- und Bildmaterial eingestellt. Dies ermöglicht auch auf kleinere Projekte wie beispielsweise Verweilplätze an regionalen Freizeitrouten hinzuweisen.
- Verlinkung der Landschaftsparkseite mit der Homepage der RSMT für weitere touristische Infos: <https://www.stuttgart-tourist.de/nah-statt-fern>.

- **Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart GmbH**

Die Verknüpfung der Naherholungsräume mit dem öffentlichen Nahverkehr bildete eine wesentliche konzeptionelle Grundlage bei der Entwicklung der Masterpläne für den Landschaftspark.

Gemeinsam mit dem VVS zielt der VRS auf eine bessere Vernetzung der Erholungsräume mit dem ÖPNV – dies setzt eine entsprechende integrierte Planung voraus, aber auch eine bessere Informationsverknüpfung von ÖPNV-Erreichbarkeit und Erholungsräumen und -angeboten in allen analogen und digitalen Medien. Mehrere Optionen sind möglich:

- Als ersten Schritt prüft der VVS, welche Landschaftsparkprojekte bereits auf den *Orange Seite: Ausflugsziele in der Region Stuttgart* und im *Radroutenplaner* publiziert werden und welche noch ergänzt werden können. Angestrebt ist eine jährliche Abstimmung.
→ Alle Naherholungsziele werden ab sofort den *Orange Seite: Ausflugsziele in der Region* und im *Radroutenplaner* beworben und die Zugehörigkeit zum Landschaftspark durch das Logo gekennzeichnet.
- Eine wichtige Ergänzung wäre der Ausbau von Bike- and Ride-Stationen und Fahrradinfrastruktur an regionalen Freizeitrouten.
- Die im letzten Jahr begonnene Präsentation von Landschaftsparkprojekten, aber auch regionale Freizeitwege und Veranstaltungen auf WLAN-Portal der S-Bahnen wird fortgesetzt.

- **KulturRegion e.V. und SportRegion e.V.**

Der Blick auf die zurückliegenden Jahresthemen und -projekte der KulturRegion (*Aufstiege 2016, Garten Eden 2014* und *Das Wasser des Neckar' 2009*) und SportRegion e.V. (*Sport in der Natur* mit den Entdeckertouren) eröffnet Potenzial, um gemeinsam ausgewählte Landschaften und Projekte in Szene zu setzen oder in Aktionen einzubinden.

- Eine entsprechende Kontaktaufnahme und jährliche Abstimmung sind vorgesehen.

Nächste Schritte

Die vom Verband kofinanzierten Projekte tragen dazu bei, die vielfältige Landschaft der Region Stuttgart langfristig zu sichern und für die Bevölkerung zugänglich und erlebbar zu machen. Eine aktive Vermarktung war bislang nicht vorgesehen. Nun aber wird deutlich – auch angesichts wirkungsvoller Aktivitäten anderer Regionen –, dass Informationen über das regional vorhandene attraktive Freizeitangebot fehlen. In Zukunft muss dieses nach innen wie außen durch verschiedene Maßnahmen besser vermittelt und ausgebaut werden, um die regionale Identität zu stärken, aber auch um den Standort im (inter-)nationalen Wettbewerb erfolgreich zu positionieren.

Viele Maßnahmenvorschläge lassen sich kombinieren bzw. ergänzen sich gegenseitig. Voraussetzung ist eine engere Zusammenarbeit und Vernetzung kommunaler, regionaler und anderer relevanter Akteure, und damit auch die Erschließung neuer Finanzierungsquellen, um regionale und kommunale Mittel zu hebeln.

Für einzelne Bausteine oder Maßnahmen bräuchte es ein einmaliges, für andere ein jährliches Budget, ebenso wie ggf. externe Unterstützung.

Konkret schlagen wir folgende Maßnahmen vor:

1. Im Rahmen des laufenden Geschäfts, auch als Teil der Nachbereitung der Masterpläne

- Verwendung des neu entwickelten Logos bei Veröffentlichungen zum Landschaftspark und von Landschaftspark-Projekten

- Kurzfristige Überarbeitung der Freizeitkarte in analogem und digitalem Format als unmittelbare Reaktion auf das gestiegene Interesse an regionalen Ausflugszielen während der Lockdown-Phasen.
- Ergänzend zur Freizeitkarte eine begleitende Presseartikel-Serie zum Landschaftspark – langfristig könnte dies in wiederkehrende „Berichte aus dem Landschaftspark“ münden.
- Umgestaltung der Landschaftspark-Webseiten mit Verlinkung zu touristischen (Freizeit)Portalen
- Auftritte in Online-Medien wie Wikipedia oder Social Media
- Veröffentlichung von touristisch und für die Naherholung bedeutsamen Landschaftspark-Projekten in den einschlägigen Freizeitportalen mit Bild und Text

2. mit kleinerem jährlichem Budget

- Aufbau einer zweijährigen Veranstaltungsreihe, die sich an Kommunen und Planer richtet
- Durchführung jährlicher Exkursionen und Spaziergänge für Bürgerinnen und Bürger

Für die Finanzierung der unter 1. und 2. vorgeschlagenen Maßnahmen werden die jährlich eingestellten Haushaltsmittel zielgerichtet eingesetzt.

3. mit Verwendung von Restmitteln aus den Kofinanzierungen 2019 und 2020 sowie dem Sondertopf für die Remstal Gartenschau¹

- Erarbeitung eines Marco Polo Reiseführer mit zugehörigen digitalen Angeboten (Touren App)
- Filmische Präsentation (z.B. Drohnenaufnahmen) der vielfältigen Landschaft in der Region Stuttgart in Verbindung mit eingebündelten Infos (Zahlen, Text und Statements/O-Töne)

Alle genannten Maßnahmen wirken auch im Sinne des Antrags der CDU-Regionalfraktion *Naherholung in unserer Region weiter stärken* vom 19.10.2015 und zielen auf eine stärkere Verbindung der bisher geleisteten Aktivitäten im Bereich Planung und Verkehr, nämlich die Naherholungsfunktion für die Menschen in der Region zu sichern und zu stärken und damit die Region zu profilieren.

Mehr als Werbung: Weiter gemeinsam „Grüne Infrastruktur“ verbessern

Über die verbesserte Bekanntmachung und Vermarktung von Bestehendem hinaus, unterstreicht die in der Pandemie deutlich gewordene Bedeutung eines ausreichenden Angebots an Grün- und Freiräumen zur wohnungsnahen Erholung zukünftig eine noch stärkere Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnern. Ziel ist dabei die abgestimmte Entwicklung unterschiedlicher Freiraumfunktionen sowie der effiziente Einsatz verfügbarer Ressourcen.

Der Landschaftspark erweist sich zudem als zweckmäßiges Instrument, um unterschiedliche Ziele zu Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Klimaanpassung zu erreichen und auch den sozial ausgewogenen Zugang zu Erholungsräumen zu sichern.

Daher gilt es auch weiterhin, andere Aufgabenbereiche des Verbands konzeptionell mit dem Landschaftspark zu verknüpfen, um die dabei bisweilen mögliche Einwerbung von Drittmitteln auch für die Realisierung des Landschaftsparks einsetzen zu können. Konkrete Projektbeispiele sind hierfür unter anderem:

Bereits begonnene Prozesse

- Modellprojekt *Urbaner Wald* als Teil der Waldstrategie Baden-Württemberg 2050 – gemeinsam mit Kommunen und anderen Partnern werden Ansatzpunkte für mögliche Projekte entwickelt.
- Modellprojekt *Adressen am Fluss* – gemeinsam mit den Kommunen am Neckar und relevanten Akteuren entsteht ein Konzept zur Verbesserung der Naherholung entlang des Flusses.

¹ Nicht abgerufene Mittel durch günstiger abgerechnete oder nicht umgesetzte Projekte: insg. ca. 635.000 Euro

Mögliche weitere Projekte entwickeln sich beispielsweise auf Grundlage der anstehenden Erholungskonzeption (Antrag der CDU-Fraktion 19.10.2015) und der vorhandenen Masterpläne.

- Entwicklung und Ausweisung eigener Themenrundrouten auf Grundlage bestehender Routen (vgl. Urban Hiking im Regionalpark RheinMain)

Erfolgversprechende Kooperationen mit anderen relevanten Partnern wie beispielsweise:

- **Tourismusförderung der Landkreise und Naturparke/Biosphärengebiet**

- jährliche Abstimmung mit den Tourismusförderungen der Landkreise als auch mit den Geschäftsstellen der Naturparke und Biosphärengebiete für gemeinsame Projektentwicklungen und -bewerbungen
- Teilnahme an inhaltlichen Fortschreibungen der Naturparkpläne und Biosphärengebietskonzeptionen

Bereits laufend

- Teilnahme an Naturparkplanfortschreibung Stromberg-Heuchelberg 2020 und darauf aufbauende Projektentwicklungen
- gemeinsame Projektentwicklung mit Biosphärengebiet Schwäbische Alb seit 2020

- **Landwirte, Wein- und Obstbaubetriebe**

Die landwirtschaftlichen Betriebe im Verdichtungsraum leisten einen großen Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft, zum Landschaftsbild, zur Ernährungssicherung, zum Klimaschutz und zur Biodiversität. Über die Produktion von Lebensmitteln und Rohstoffen hinaus bieten sich jedoch noch viele Potenziale für eine multifunktionale Verknüpfung von Funktionen im Bereich Freizeit, Erlebnis und Bildung, aber auch Vermarktung; Verarbeitung und Tourismus.

- **Abstimmung mit Kompensationsmaßnahmen zum Ausgleich von Eingriffen in Natur und Landschaft**

Im Verdichtungsraum erforderliche Ausgleichmaßnahmen dienen primär der Sicherung der ökologischen Gesamtqualität. Sie können aber auch einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der Kulturlandschaft wie zur Attraktivierung des Erholungsangebotes leisten. Von besonderer Bedeutung können dabei regionalbedeutsame Vorhaben zur Sicherung des Wohn- und Gewerbeflächenbedarfs sein (u.a. Forschungsvorhaben RAMONA).

- **Abstimmung mit Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel**

Maßnahmen etwa zur Reduktion von Hitzeinseln oder der Verbesserung der Niederschlagswasserretention können häufig auch zur Verbesserung der ökologischen Qualität und der Erholungsmöglichkeiten beitragen (Modellvorhaben mit Landkreis Böblingen zur Verbesserung der Klimaanpassung in den Gemeinden).

- **Landschaft als Beitrag zur Identitätsbildung**

Landschaftserleben und Landschaftserfahrung sind Beispiele dafür, dass Maßnahmen im Freiraumbereich auch eine wichtige soziale Komponente haben können. Im Rahmen eines Modellprojektes des Bundes konnten im Bereich des Museumsradweges Möglichkeiten zum Verstehen der Kulturlandschaft geschaffen werden (MORO Schönbuch).

II. Beschlussvorschlag

1. Die Geschäftsstelle wird beauftragt die unter „Nächste Schritte“ vorgeschlagenen Maßnahmen umzusetzen. Die dafür notwendigen Mittel werden entsprechend den genannten Töpfen eingesetzt.
2. Der Antrag der CDU/ödp-Regionalfraktion vom 09.10.2020 wird für erledigt erklärt.