

# Geopark und Genuss – Leitlinien

## Ergebnisse des transnationalen Workshops „Geopark und Genuss“ Bischofs- hofen, 18. - 20.09.2013

1. Genuss ist nur ein Aspekt im Geopark, aber ein wichtiger. Die Verbindung von Geopark und Genuss ermöglicht, erlebbare und genussvolle Beziehungen zwischen
  - der Entwicklung einer regionalen Kulturlandschaft, die v.a. auf den naturräumlichen Voraussetzungen beruht, und
  - den Produkten der Region herzustellen.

Ziel ist es auf kulinarischem Weg, geowissenschaftliche / naturräumliche Zusammenhänge zu vermitteln. Spezifische Zugänge dafür sind zum Beispiel:

- Gesteine
  - Bodenbeschaffenheit
  - Klima
  - Landwirtschaftliche Anlagen (Plantagen, Streuobstwiesen)
  - Historische Besonderheiten der Landnutzung (Fischteiche, Jagdanlagen)
  - Regionale Traditionen und Bräuche
  - Regionale Innovationen in der Landwirtschaft / Nahrungsmittelherstellung (z.B. Züchtung und Förderung der Wiederansiedlung alter Obstbäume)
2. Für jeden Geopark ist dabei eine detaillierte Ausgangsanalyse bzgl. der besonderen regionalen Produkte nötig. Die Geoparks der Kooperation konzentrieren sich auf folgende Produkte:
    - Geopark Erz der Alpen: Pongauer Wild aus der Genussregion Pongau in Korrespondenz mit den Produkten umliegender Genussregionen
    - Geopark Inselsberg – Drei Gleichen: Thüringer Bratwurst und Bier, Obstraritäten (alte Sorten), u.a. (Ausbau der Themen ist geplant)
    - Geopark Porphyryland: Obstanbau, Binnenfischproduktion aus Teichwirtschaft, Wild

Alle drei Geoparks arbeiten beim Thema Erhaltung der Vielfalt der regionalen Obstsorten zusammen.

3. Produkte, die auf regional beschränkte geospezifische Besonderheiten (Gestein, Boden, Klima...) zurückzuführen sind, können als Geopark-Produkte hervorgehoben und im Rahmen des Geoparks besonders präsentiert werden. Diese Produkte können zugleich Werbeträger des Geoparks sein, indem sie augenfällig als Geopark-Produkte gekennzeichnet werden. Auf diese Weise hilft der Geopark die regionale Identität zu stärken und die regionale Vielfalt und Tradition zu erhalten.

Die Geopark-Produkte sind als Mitbringsel (Geschenkkorb) zugleich Werbeträger. Entsprechende Weiterentwicklungen im Angebotssektor sind genau zu überdenken und sollen nicht mit dem bestehenden Angebotsinventar in Konkurrenz treten.

4. Der Geopark schafft die Verbindung vom Genuss zu den naturräumlichen Gegebenheiten und verbindet mit dem Genuss erlebnisreiche Formen der Umweltbildung, der Erholung und des Erlebnistourismus. Die Geo- und Genussangebote sollen sich hierbei deutlich von den klassischen kulinarischen Angeboten abheben und als besonderes kulinarisches Angebot von den Gästen wahrgenommen werden. Genuss – Produkt – Landschaft sind Eckdaten der Wertschöpfung. Ziele der Wertschöpfung sind:

- steigende Besucherzahlen
- längere Verweildauer
- erhöhter Umsatz im Produktverkauf
- erhöhter Umsatz in der Gastronomie

Für den Geopark ergeben sich durch die Verbindung mit Genuss neue Möglichkeiten der Besuchergewinnung: Durch Geo- und Genussangebote können deutlich mehr Besucher für den Geopark gewonnen werden als durch klassische Georouten. Das öffnet neue Herangehensweisen beim Thema Genuss und Geologie, Ergänzung geotouristischer Angebote durch Genuss-Attribute (z.B. Geopark „Nördlinger Ries“, die Bodenbeschaffenheit und das Klima eignet sich in idealer Weise zum Spargelanbau, der „ab Hof“ vermarktet wird) und die Entwicklung entsprechender Produkte, die Geoparkspezifisch ein kulinarisches Alleinstellungsmerkmal darstellen.

5. Seine Verantwortung im Sinne des Umwelt- und Geotopschutzes nimmt der Geopark beim Thema Genuss wahr, indem er in die Genussangebote mit Wissen und Erlebnissen verbindet z.B. über

- Bedeutung des Bodens, Bodenbeschaffenheit, Schutz wertvoller Böden
- Zusammenhänge zwischen der belebten und unbelebten Natur
- Schutz der biologischen Artenvielfalt/ Biodiversität, z.B. Streuobstwiese als Lebensraum zahlreicher bedrohter Tiere, Ackerrandflora
- Schutz und Erhalt von bedrohten alten Haustierrassen u. Nutzpflanzensorten
- Pflege regionaler landwirtschaftlicher Erfahrung und Kompetenz
- Pflege regionaler landwirtschaftlicher Traditionen

Hervorzuheben sind hier die Erfahrungen des Geoparks Inselsberg – Drei Gleichen mit dem ersten Geo- und Genussweg „Vom Bier zur Bratwurst“ (mit kulinarischer Wanderung) und dem geplanten Geo- und Genussweg „Obstraritäten“.

6. Für seine Genuss - Angebote arbeitet der Geopark eng mit allen Akteuren und Initiativen zusammen, die sich der In-Wert-Setzung der regionalen Produkte widmen:

- Regionalmanagements
- Nationale und Länder- Zertifikate und Gütesiegel,
- Direktvermarkter-Organisationen,
- Ab-Hof - Angebote,
- Bio- und Arche-Höfe, Tierfarmen, Kräuterhöfe
- Landschaftspflegeverbände u. -vereine
- kulinarische Events.

Gemeinsam werden auf den Geopark ausgerichtete Wertschöpfungsketten (Verkauf, Gastronomie) entwickelt.

7. Ein gut ausgebautes kulinarisches regionales, Geopark-spezifisches Genussangebot kommt dem Geopark zugute und kann mit seinen Angeboten wirkungsvoll verknüpft werden. Umgekehrt trägt der Geopark über die Wertschöpfung an seinen Genussprodukten zur Weiterentwicklung eines solchen Angebotes bei. Erfolgreiche Vermarktungsschemata werden in den drei Geoparks zusammengetragen und als gemeinschaftlicher Ideenpool genutzt. Die herausragende Initiative der Genussregion Österreich kann von den kooperierenden Geoparks für eine zielgerichtete Zusammenarbeit der unter Pkt. 6 aufgelisteten Stakeholder zu Rate gezogen werden.
8. Erfahrungen aus den Nationalen Geoparks liegen auf folgenden Feldern vor und werden in die Planung eines eigenen Geoparks und Genuss-Angebotes einbezogen:

Thema	Beispiel	Geopark
<b>Genusswege</b>	Vom Bier zur Bratwurst, Obstraritäten, Apfelwein und Obstwiesenroute; Stein, Wald und Wein	Geopark Inselberg-Drei Gleichen Geopark Odenwald
<b>Geopark kulinarisch</b>	„Einschlagende Geschmackserlebnisse aus dem Krater“ Netzwerk von Erzeugern und Gastronomen mit Codex	Geopark Ries
<b>Geopark ab Hof</b>	Programm zur Kooperation des Geopark-Naturparks mit Betrieben, die Urlaub auf dem Bauernhof anbieten	Geopark Bergstraße -Odenwald
<b>Geopark-Produkte</b>	Geopark-Wein, Geopark-Apfelwein	Geopark Bergstraße -Odenwald
<b>Geopark-Produkt-Wettbewerb:</b>	Wiesen und regionale Produkte	Geopark Harz
<b>Geopark-Wirte</b>		Geopark Bergstraße -Odenwald

9. Für jeden Geopark empfiehlt sich nach einer Detailanalyse seiner Bedingungen sowohl in geowissenschaftlicher Hinsicht als auch aus der Sicht bereits vorhandener Initiativen ein eigenes komplexes Programm zum Thema Geopark und Genuss mit klaren Angeboten zur regionalen Wertschöpfung. Jeder Geopark muss bemüht sein hinsichtlich Geopark und Genuss ein dem entsprechenden Geopark spezifisches Genuss-Alleinstellungsmerkmal auszuarbeiten (bzw. ein bestehendes einer Evaluierung zu unterziehen), und dieses marketingtechnisch entsprechend aufzubereiten.
10. Das Thema Geopark und Genuss kann auch als eigene Linie im Marketing des Geoparks entwickelt werden und als solches dem Gast als geotouristisches Angebot zur Verfügung stehen (Angebote auf der Website, Flyer, touristische Produkte und Veranstaltungen). Der Versuch, eine Identifikation des Gastes mit dem Geopark und darüber hinaus mit „Land und Leuten“ zu erreichen und zu pflegen, geht nun einmal „über den Magen“. „Was bekomme ich hier im Geopark auf den Teller, und zu Hause nicht?“ Das „Warum“ ist dem Gast näher zu bringen - dass eben Geopark-spezifische und naturräumliche Gegebenheiten eine wesentliche Rolle spielen. Das gehört in kurzer Form bereits auf der Speisekarte festgeschrieben. So erreicht man auch Zielgruppen, die über „Speis und Trank“ erst erfahren, dass sie einen Geopark bereisen!