

# UNESCO-Biosphärenreservat Rhön



Befragungsprojekt

## **Wie bewerten Rhöner die Entwicklung ihrer Heimat?**

- Endbericht -

im Rahmen der Erstellung des neuen, länderübergreifenden Rahmenkonzepts im  
UNESCO-Biosphärenreservat Rhön

28. November 2016

# Inhalt

<b>Abbildungen.....</b>	<b>II</b>
<b>Tabellen .....</b>	<b>III</b>
<b>1 Hintergrund der Befragung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Methodik und Vorgehensweise.....</b>	<b>2</b>
<b>3 Auswertung der geschlossenen Fragen .....</b>	<b>5</b>
3.1 Angaben für die Statistik .....	5
3.2 Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise .....	9
3.3 Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten.....	11
3.4 Bewertung der nachhaltigen Entwicklung.....	17
3.5 Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen .....	23
3.6 Information und Beteiligung .....	25
3.7 Vermarktung der Befragungs-Aktion .....	28
3.8 Ermittlung des Heimatgefühls.....	32
<b>4 Auswertung der offenen Fragen .....</b>	<b>33</b>
4.1 Erwartungen an die Zukunft .....	33
4.2 Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.....	40
<b>5 Fazit .....</b>	<b>44</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>46</b>

## Abbildungen

Abbildung 1: Angabe zum Geschlecht .....	6
Abbildung 2: Angabe zum Alter .....	7
Abbildung 3: Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise .....	10
Abbildung 4: Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten .....	14
Abbildung 5: Allgemeine Bewertung der nachhaltigen Entwicklung.....	18
Abbildung 6: Bewertung der ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung.....	19
Abbildung 7: Bewertung der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung..	20
Abbildung 8: Bewertung der ökonomischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung.....	21
Abbildung 9: Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen .....	23
Abbildung 10: Information über die nachhaltige Entwicklung.....	26
Abbildung 11: Beteiligung an der nachhaltigen Entwicklung.....	27
Abbildung 12: Vermarktung der Befragungs-Aktion .....	29
Abbildung 13: Ermittlung des Heimatgefühls .....	32

## Tabellen

Tabelle 1: Angabe zum Geschlecht .....	5
Tabelle 2: Angabe zum Alter .....	6
Tabelle 3: Abgabe zur Postleitzahl .....	8
Tabelle 4: Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise .....	9
Tabelle 5: Zuordnung der Antwortmöglichkeiten von Frage 2 zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten .....	12
Tabelle 6: Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten .....	13
Tabelle 7: Sonstige genannte Begriffe zu den Zielen von Biosphärenreservaten....	16
Tabelle 8: Allgemeine Bewertung der nachhaltigen Entwicklung.....	18
Tabelle 9: Bewertung der ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung .....	19
Tabelle 10: Bewertung der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung.....	20
Tabelle 11: Bewertung der ökonomischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung.....	21
Tabelle 12: Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen .....	23
Tabelle 13: Meistgenannte Projekte, Initiativen und Aktionen .....	24
Tabelle 14: Information über die nachhaltige Entwicklung .....	25
Tabelle 15: Beteiligung an der nachhaltigen Entwicklung.....	26
Tabelle 16: Vermarktung der Befragungs-Aktion .....	28
Tabelle 17: Sonstige genannte Homepages .....	30
Tabelle 18: Sonstige genannte Medien.....	31
Tabelle 19: Ermittlung des Heimatgefühls.....	32

# 1 Hintergrund der Befragung

Das Schaffen von Mitbestimmungs- und Entscheidungsstrukturen für die Bevölkerung ist ein wesentlicher Bestandteil für die Entwicklung einer Region. Insbesondere wenn es um Entscheidungen für die Zukunft geht, sind die Interessen und Wünsche der Bewohner einer Region elementar. Umgekehrt bilden das Wissen und die Fähigkeiten der regionalen Bevölkerung die Grundlage für eine zukunftsfähige Gestaltung einer Region. Insbesondere ländliche Regionen müssen in Zukunft auf diesem Potenzial aufbauen.

Aus diesem Grundsatz heraus beschlossen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der drei Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservat Rhön in Bayern, Hessen und Thüringen im Sommer 2016, die Meinungen der lokalen Bevölkerung, also der Rhönerinnen und Rhöner, in die Erstellung des neuen, länderübergreifenden Rahmenkonzepts einfließen zu lassen.

Zunächst lag der Fokus in Gesprächen qualitativer Art, die an öffentlichen Plätzen mit Passanten geführt wurden. Da jedoch lediglich ein Bruchteil der Rhöner Bevölkerung auf diesem Wege abgegriffen werden konnte, eröffnete man die Möglichkeit der Bürgerbeteiligung für jedermann mittels Online-Fragebogen.

Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Online-Befragung wurde an Lisa Majewski, B.Sc., ausgelagert. Der vorliegende Bericht umfasst die Auswertung der Online-Befragung incl. aller Analysen und Interpretationen für das neue, länderübergreifende Rahmenkonzept.

## Anmerkung:

Um den Lesefluss zu erleichtern wurde auf das Anwenden einer geschlechterdifferenzierenden Sprache verzichtet. Bei der Verwendung der maskulinen Form ist die weibliche selbstverständlich stets mitgedacht.

## 2 Methodik und Vorgehensweise

Der Ablauf des Befragungsprojektes lässt sich in zwei Bereiche gliedern:

- Vorbereitung und Durchführung (incl. Vermarktung)
- Nachbereitung (Auswertung)

### *Vorbereitungs- und Durchführungsphase*

Die Vorbereitung für das Befragungsprojekt startete zwischen Juli und August 2016 zunächst mit einführenden Rechercharbeiten zur Einarbeitung in die Thematik. Hierzu wurden gesetzliche und wissenschaftliche Fragen geklärt sowie ein passender Online-Survey-Anbieter recherchiert. Schlussendlich entschied man sich für „SoSci-Survey“, ein Online-Befragungstool der Firma SoSci Survey GmbH. Um möglichst viele Teilnehmer für die Befragung zu gewinnen, entschied man sich außerdem, die Befragung mit Hilfe eines Gewinnspiels für die Teilnehmer zu vermarkten. Auch hier galt es zunächst gesetzliche Rahmenbedingungen zu klären. Um die wissenschaftliche Anonymität der Befragung zu gewähren, war es daher angebracht, einen zweiten Fragebogen für die Datenabfrage des Gewinnspiels bereitzustellen. Den Gewinn stellte die Dachmarke Rhön GmbH in Form von sechs „Rhönwiese-Geschenkbboxen“ bereit. Auslosung des Gewinns sollte nach Abschluss der Befragung erfolgen.

Im nächsten Schritt erfolgte die Ausarbeitung des Fragebogens nach passenden Fragetypen und Antwortmöglichkeiten. Mit ihnen sollte herausgefunden werden, wie die Rhöner ihre Heimat bewerten und was sie sich für die Zukunft wünschen. In Anlehnung an die Bevölkerungszahl von 220.000 wurde ein Stichprobenumfang von 2.000 als Ziel definiert. Nach Präzisierung der Fragen und Antworten wurden diese dann in das Softwarepaket „SoSci Survey“ übertragen und der Online-Fragebogen entsprechend formatiert. Ebenso verhielt es sich mit dem Gewinnspiel. Hierzu wurde ein zweites Befragungsprojekt in „SoSci Survey“ angelegt und der Link zum „Gewinnspiel-Fragebogen“ auf der letzten Seite der eigentlichen Befragung mit Vermerk auf das Gewinnspiel eingefügt. Fragebogen wie Gewinnspiel wurden am 12. August 2016 online gestellt. Abschluss des Befragungsprojektes war der 13. November 2016. In Anhang 1-3 finden sich der ausgearbeitete Fragebogen sowie das Gewinnspiel und Ausschnitte aus der Online-Version des Fragebogens.

Um einen adäquaten Stichprobenumfang zu erreichen, wurde der Fragebogen über passende Kanäle vermarktet. Der Fokus lag auf folgenden Medien:

- Regionale und lokale Zeitungen, darunter:
  - Saale-Zeitung
  - Osthessen-Zeitung
  - Osthessen News
  - Fuldaer Zeitung
  - Mainpost
  - Rhön- und Saalepost
  - Südthüringer Zeitung
  - Ostheimer Zeitung
  - Geisaer Zeitung
- Gemeindeblätter/Mitteilungsblätter
- Homepages
- Facebook

Externe Partner des UNESCO-Biosphärenreservats (Touristiker, Landratsämter, Wirtschaftsförderer etc.) wurden über das Vorhaben informiert und um Mithilfe bei der Vermarktung über ihre Kanäle (Printmedien, Online-Auftritte, Facebook) gebeten. Außerdem wurden die Mitarbeiter der regionalen und lokalen Partner teilweise mehrfach kontaktiert und um eine Verbreitung des Fragebogens gebeten. Ebenso verhielt es sich mit den Mitarbeitern der Gemeinden und Städte, bei denen der Fokus insbesondere auf den Mitteilungsblättern, aber auch auf deren Online-Auftritten lag. Das Biosphärenreservat nutzte insbesondere seine Homepage und den Facebook-Auftritt für die Vermarktung. Für Printmedien wurde ein QR-Code generiert, der die Interessierten mittels Smartphone o.ä. direkt zur Befragung führen sollte. Außerdem wurden regelmäßig Flyer an Wanderer, Passanten und an öffentlichen Plätzen und Einrichtungen verteilt, ebenso versehen mit dem QR-Code. An der Wasserkuppe und am Ostheimer Wurstmarkt wurden Fragebögen zum direkten Ausfüllen und Abgeben ausgelegt. Diese wurden anschließend in die Online-Maske eingetragen.

Nach Ablauf des Befragungszeitraums wurden die Daten heruntergeladen und die beiden Projekte (Befragung und Gewinnspiel) von SoSci Survey GmbH abgerechnet.

### *Auswertungsphase*

Insgesamt haben 1.839 teilgenommen, wovon 1.408 den Fragebogen abgeschlossen (die letzte Seite erreicht) haben. In dieser Auswertung werden alle 1.839 Datensätze betrachtet, da das Erreichen der letzten Frage nicht gleichzeitig bedeutet,

dass anfangs keine Antworten gegeben wurden. Von Frage zu Frage erkennt man jedoch, dass sich die Zahl der Gesamtteilnehmer pro Frage minimiert.

Die Auswertung der Befragungsergebnisse erfolgte in zwei Schritten. Zunächst wurden die sogenannten „geschlossenen“ Fragen ausgewertet. Hier sind die Antwortmöglichkeiten definiert und vorgegeben. Auch explizite Nennungen beispielsweise von Begriffen zählen zu geschlossenen Fragen.

Die Gesamtzahl der Teilnehmer und damit der gültigen Werte wird mit „n“ angegeben (z.B. n=1.576 haben die Frage beantwortet). Pro Frage gibt es zudem jeweils eine gewisse Anzahl an „fehlenden Werten“. Solche als „System“ in den Tabellen angegeben sind systemdefinierte (technisch) fehlende Werte, also einfach leere Zellen innerhalb des Systems. „Nicht beantwortete“ fehlende Werte sind vom Benutzer vorher definiert und können als „keine Angabe“ gesehen werden. Insgesamt ist hier – um Verwirrungen zu vermeiden – die Betrachtung der Gesamtzahl der gültigen Werte, die auch jeweils die Grundgesamtheit für Prozentwerte angibt.

Bei den Ergebnissen der „geschlossenen Fragen“ wird jeweils auf die berechneten Häufigkeiten eingegangen und diese anschließend in Ansätzen interpretiert. Alle Berechnungen sind dabei in Tabellen und Diagrammen dargestellt.

Im zweiten Schritt wurden die „offenen Fragen“ ausgewertet. Diese ermöglichen ein breites Spektrum an Antworten. Wünsche oder Meinungen der Teilnehmer können so abgefragt werden.

Die Antworten der beiden „offenen Fragen“ wurden jeweils den bisher für das Rahmenkonzept festgelegten Gliederungspunkten (vgl. Anhang 5) zugeordnet. Manche Teilnehmer haben in ihren Antworten mehrere Wünsche angegeben. Diese wurden getrennt voneinander den passenden Gliederungspunkten zugeordnet. Ansonsten wurden Sprache, Formulierungen etc. nicht geändert.

Wegen der hohen Anzahl und des großen Umfangs der Antworten zu den „offenen Fragen“ werden nur die wichtigsten Inhalte diesem Bericht wiedergegeben. Alle Aussagen sind in den beiden dazugehörigen Excel-Arbeitsmappen einzusehen.



### 3 Auswertung der geschlossenen Fragen

Im Folgenden werden nun die Ergebnisse der Auswertung der geschlossenen Fragen vorgestellt. An dieser Stelle sei nochmals zur Orientierung darauf hingewiesen, dass der gesamte Fragebogen in Anhang 1 wiedergegeben ist.

#### 3.1 Angaben für die Statistik

***Abschließend bedanken wir uns für die Angabe Ihres Alters und Geschlechts sowie Ihrer Postleitzahl, um einordnen zu können, woher Sie kommen.***

Angaben für die Statistik wurden am Ende des Fragebogens abgefragt. Die Ergebnisse zu dieser Auswertung werden nun jedoch am Anfang dieses Kapitels vorgestellt, da im weiteren Verlauf manche Fragen zusätzliche Betrachtungen nach Geschlecht und Altersgruppen erlauben. Die Altersgruppen werden hierbei jeweils nach „jungen Teilnehmern“ (bis 39 Jahre) und „älteren Teilnehmern“ (ab 40 Jahre) differenziert. Es muss allerdings beachtet werden, dass diejenigen, die keine Angaben zu Geschlecht oder Alter gemacht haben (fehlende Werte) in der Betrachtung der Häufigkeiten nach Geschlecht und Alter von SPSS ausgeschlossen werden.

Insgesamt haben  $n=1.293$  (fehlend: 546) diese Frage beantwortet. Die Häufigkeiten verteilen sich folgendermaßen (vgl. Tabelle 1):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Männlich	733	56,69
	Weiblich	560	43,31
	Gesamt (n)	1.293	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	115	
	System	431	
	Gesamt	546	
Gesamt		1.839	

Tabelle 1: Angabe zum Geschlecht

Demnach haben in etwa gleich viele Fragen wie Männer an der Befragung teilgenommen (vgl. Abbildung 1).

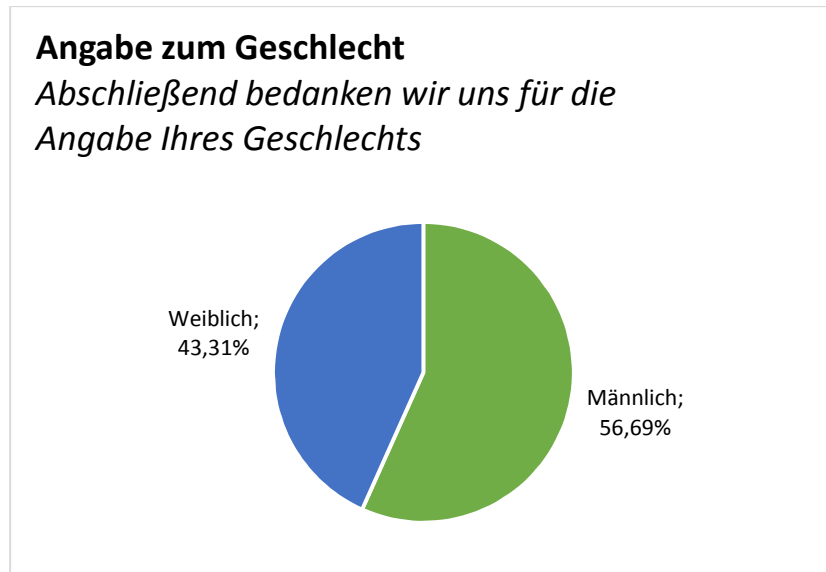


Abbildung 1: Angabe zum Geschlecht

Angaben zu ihrem Alter haben insgesamt n=1.312 (fehlend: 527) Teilnehmer gemacht. Die Ermittlung der Häufigkeiten nach Altersgruppen erbringt folgende Werte (vgl. Tabelle 2):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Jünger als 14 Jahre	1	0,08
	14 bis 17 Jahre	7	0,53
	18 bis 25 Jahre	115	8,77
	26 bis 39 Jahre	334	25,46
	40 bis 55 Jahre	525	40,02
	56 bis 67 Jahre	264	20,12
	Älter als 67 Jahre	66	5,03
	Gesamt (n)	1.312	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	94	
	System	433	
	Gesamt	527	
Gesamt		1.839	

Tabelle 2: Angabe zum Alter

Die Mehrheit der Teilnehmer ordnet sich in die Altersgruppe zwischen 40 und 55 Jahre ein. Ein Viertel sind der Altersgruppe 26 bis 39 Jahre zuzuordnen und ein weiteres Fünftel der Altersgruppe 56 bis 67 (vgl. Abbildung 2).

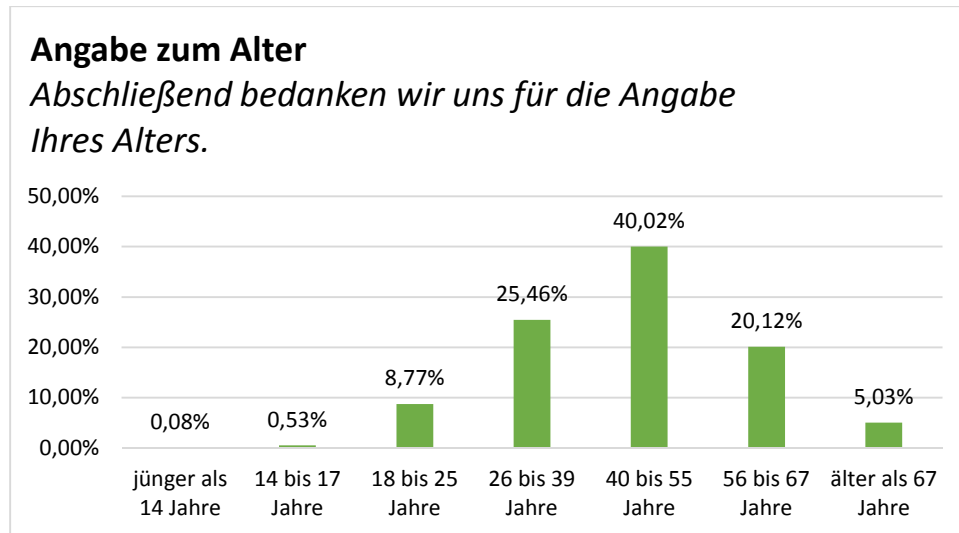


Abbildung 2: Angabe zum Alter

Zur Abfrage der Herkunft der Teilnehmer können folgende Postleitzahlen ermittelt werden (Tabelle 3):

Postleitzahl	Häufigkeit
10405	1
10435	1
12277	1
13357	1
15306	1
15907	1
21379	2
29351	1
29499	1
32120	1
33165	1
34132	1
35510	1
35796	1
36037	6
36039	11
36041	9
36043	3
36088	9
36093	24
36100	19

Postleitzahl	Häufigkeit
36103	2
36115	78
36119	4
36124	10
36129	24
36132	8
36137	1
36142	25
36145	20
36148	7
36151	1
36154	1
36157	21
36160	7
36163	25
36166	1
36167	7
36169	4
36251	1
36266	1
36269	1

Postleitzahl	Häufigkeit
36277	2
36282	1
36289	1
36341	2
36364	1
36391	2
36404	4
36414	3
36419	15
36433	7
36448	2
36452	14
36456	1
36457	1
36460	5
36466	11
36488	1
37235	1
47269	1
49610	1
50321	1

Postleit- zahl	Häufig- keit
50733	1
52064	1
54309	1
56243	1
59425	1
60596	1
61239	1
61440	2
63263	1
63486	1
63599	1
63853	1
64720	1
65549	1
65719	1
66111	1
66440	1
68167	1
71101	1
71254	1
75433	1
76149	1
76229	1
76571	1
80802	1
81825	1
82008	1
84085	1
85737	1
87435	1
87634	1
90766	1
96047	1
96465	2
96476	1
Postleit- zahl	Häufig- keit

zahl	keit
97062	1
97070	3
97072	1
97074	1
97080	1
97421	2
97422	1
97424	1
97456	1
97464	2
97486	1
97490	1
97525	1
97528	1
97535	1
97588	1
97616	100
97618	68
97631	7
97633	11
97638	25
97640	12
97644	1
97645	37
97647	30
97650	29
97653	46
97654	16
97656	40
97657	17
97659	5
97688	44
97702	9
97705	40
97708	15
97711	4
Postleit- zahl	Häufig- keit

97714	4
97717	21
97720	8
97723	25
97724	3
97725	2
97727	3
97729	1
97762	21
97768	1
97769	12
97772	13
97775	1
97777	1
97779	4
97780	1
97786	4
97789	7
97792	7
97795	6
97797	5
97799	5
98574	2
98590	2
98596	1
98597	2
98617	25
98630	2
98631	2
98634	28
98639	1
98693	1
98711	1
99326	2
99708	1
99837	1

Tabelle 3: Abgabe zur Post-  
leitzahl

Eine übersichtlichere Darstellung der Herkunft der Teilnehmer zeigt die dazugehörige Karte (PDF-Datei).

### 3.2 Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise

#### *Wie wichtig ist Ihnen eine nachhaltige Lebensweise in der Rhön?*

Als Einstieg in eine Befragung wird gerne eine einfache und leicht verständliche Frage gestellt, um die Befragten nicht zu verunsichern oder gegebenenfalls abzuschrecken. Diese Frage wurde zudem ausgewählt, um einerseits die Teilnehmer an den Begriff der „Nachhaltigkeit“ – der für ein Biosphärenreservat als Modellregion nachhaltiger Entwicklung elementar ist – heranzuführen und darüber hinaus erste Erkenntnisse über die Position der Bewohner gegenüber einer nachhaltigen Lebensweise abzufragen.

Insgesamt haben n=1.705 diese Frage beantwortet (fehlend: 134). Die Berechnung der Häufigkeiten der jeweils angekreuzten Antwortmöglichkeiten ergibt folgende Werte (vgl. Tabelle 4):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	sehr wichtig	1.180	69,21
	wichtig	486	28,50
	weniger wichtig	32	1,88
	gar nicht wichtig	7	0,41
	Gesamt (n)	1.705	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	134	
Gesamt		1.839	

*Tabelle 4: Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise*

Die prozentualen Anteile richten sich jeweils nach n.

Knapp 70 % der befragten Rhöner ist eine nachhaltige Lebensweise in ihrer Heimat sehr wichtig. Nicht einmal ein Drittel empfinden sie als wichtig, während der Anteil derer, die „weniger wichtig“ oder „gar nicht wichtig“ angekreuzt haben verschwindend gering ist (vgl. Abbildung 3).

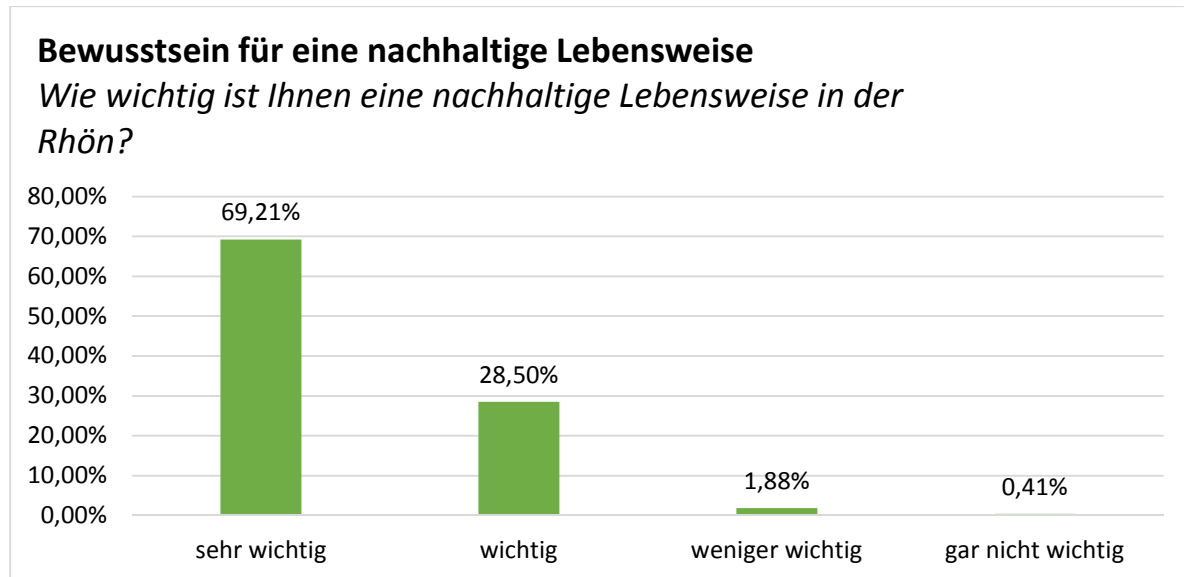


Abbildung 3: Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise

Damit lässt sich festhalten, dass das Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise bei der Rhöner Bevölkerung bereits angekommen ist. Besonders hervorzuheben ist dabei die starke Gewichtung der Antwortmöglichkeit „sehr wichtig“. Dieses Ergebnis könnte für die Einstellung der Bevölkerung gegenüber ihrer Region, die das Prädikat eines „UNESCO-Biosphärenreservats“ trägt, sprechen.

Die Häufigkeiten nach Geschlecht weichen leicht voneinander ab. So geben 66,7 % der Männer und 74,9 % der Frauen an, dass ihnen eine nachhaltige Lebensweise sehr wichtig ist. 30 % der Männer und 24 % der Frauen geben an, es sei ihnen wichtig.

Die Häufigkeiten nach Alter weichen ebenfalls leicht voneinander ab. 62 % der jüngeren Teilnehmer und 74,6 % der älteren Teilnehmer geben an, eine nachhaltige Entwicklung in der Rhön sei ihnen sehr wichtig.

### **3.3 Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten** *Das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön verbinde ich hauptsächlich mit... (vier Antwortmöglichkeiten)*

UNESCO-Biosphärenreservate verwirklichen nachhaltige Entwicklung, erhalten Lebensräume und werben zugleich für ein Zusammenleben von Mensch und Natur.

Basis für die zweite Frage bilden die Ziele, die UNESCO-Biosphärenreservate als Modellregion nachhaltiger Entwicklung verfolgen. Dazu gehören beispielsweise<sup>1</sup>:

- Sicherung ökologisch wertvoller Flächen
- Stärkung des nachhaltigen Tourismus
- Etablierung von Regionalvermarktungsstrukturen
- Umstieg auf ökologisch verträgliche Land- und Forstwirtschaft
- Arten- und Biotopschutzmaßnahmen
- Stärkung der Bildung für nachhaltige Entwicklung
- Umsetzung von Forschungs- und Monitoringprogrammen
- Internationale Kooperation
- Bewältigung der Probleme des Strukturwandels ländlicher Räume
- Klimaschutz
- etc.

Mit der Frage soll aus dieser Grundlage heraus festgestellt werden, ob die Bewohner die Rhön tatsächlich als UNESCO-Biosphärenreservat mit seinen Zielen wahrnehmen und in welchen Bereichen (Ökologie, Soziales, Klima etc.) die Schwerpunkte in der Wahrnehmung der Bevölkerung liegen.

---

<sup>1</sup> Siehe hierzu Deutsche UNESCO-Kommission  
(<https://www.unesco.de/wissenschaft/biosphaerenreservate/biosphaerenreservate-uebersicht/brziele.html>)

Die definierten Antwortmöglichkeiten lassen sich folgenden Zielen/Bereichen zuordnen (vgl. Tabelle 5):

<b>Antwortmöglichkeit</b>	<b>Ziel</b>
Heimat	Stärkung des Eigenimages der Bevölkerung für ihre Region
Biologische Vielfalt	Arten- und Biotopschutz, Sicherung ökologisch wertvoller Flächen
Urlaubsregion	Stärkung des touristischen Profils; Schutzgebiets-/Naturtourismus
Forschung	Umsetzung von Forschungs- und Monitoringprogrammen
Wandern	Stärkung des touristischen Profils; Schutzgebiets-/Naturtourismus
Infozentren	Stärkung der Bildung für nachhaltige Entwicklung
Schutz der Natur und Landschaft	Arten- und Biotopschutz, Sicherung ökologisch wertvoller Flächen
Dachmarke Rhön/regionale Produkte	Etablierung von Regionalvermarktungsstrukturen
Verwaltungsstellen	Internationale Kooperation, Forschung und Monitoring, Schutzgebietsmanagement
Elektromobilität	Klimaschutz, Mobilität im ländlichen Raum
Rhöner Kultur	Stärkung des Eigenimages der Bevölkerung für ihre Region
Einschränkung/Eingrenzung	Schutzgebietsmanagement, Zonierung

*Tabelle 5: Zuordnung der Antwortmöglichkeiten von Frage 2 zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten*

Diese Frage haben n=1.769 Teilnehmer beantwortet (fehlend: 70). Durch die Möglichkeit der Mehrfachnennung entstand eine Gesamtzahl an angekreuzten Antworten von 6.129.



Die Berechnung der Häufigkeiten ergibt folgende Werte (vgl. Tabelle 6):

Antwortmöglichkeit	Ausgewählt	Prozent	Nicht ausgewählt
Heimat	1.105	18,25	664
Biologische Vielfalt	812	13,41	957
Urlaubsregion	428	7,07	1.341
Forschung	65	1,07	1.704
Wandern	956	15,79	813
Infozentren	122	2,01	1.647
Schutz der Natur und Landschaft	1.158	19,12	611
Dachmarke Rhön/regionale Produkte	482	7,96	1.287
Verwaltungsstellen	100	1,65	1.669
Elektromobilität	32	0,53	1.737
Rhöner Kultur	634	10,47	1.135
Einschränkung/Eingrenzung	162	2,68	1.607
Sonstiges	73	1,19	1.696
Gesamtzahl der Antworten	6.129	100,00	16.868

Tabelle 6: Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten

Die Anzahl der ausgewählten Antworten (Spalte 2) wurde jeweils durch die Gesamtzahl der der Antworten (6.129) geteilt, wodurch die Prozentzahl (Spalte 3) die jeweilige Größe des Anteils an der Gesamtzahl angibt. Dadurch wird die Gewichtung der Nennungen deutlich.

Von den insgesamt 6.129 ausgewählten Antworten entfallen knapp 20 auf die Antwortmöglichkeit „Schutz der Natur und Landschaft“. Zusammen mit der „Biologischen Vielfalt“, die gut 13 % ausmacht, wird deutlich, dass die Mehrheit der Befragten die ökologische Komponente von Biosphärenreservaten wahrnehmen. Bemerkenswert ist außerdem der „Heimatbegriff“, der 18 % ausmacht. Somit kann man davon ausgehen, dass das Identitätsgefühl der Rhöner für ihre Heimat auf einem hohen Niveau liegt. Nicht zu unterschätzen ist außerdem der Tourismus, der in den Auswahlmöglichkeiten „Wandern“ mit knapp 16 %, „Urlaubsregion“ mit knapp 7 % sowie darüber hinaus in der „Dachmarke Rhön/regionale Produkte“ mit knapp 8 % zum Ausdruck kommt. Positiv zu vermerken ist außerdem, dass nur ein geringer Anteil das Biosphärenreservat als „Einschränkung/Eingrenzung“ wahrnehmen. Negativ fallen der „Forschungsgedanke“ und die „Elektromobilität“ auf, wobei anzumerken ist, dass gerade die Elektromobilität in ihrer Gesamtheit vielleicht grundsätzlich eher selten mit dem Begriff „Biosphärenreservat“ in Verbindung gebracht wird (vgl. Abbildung 4).

## Verbindung zu den Zielen von UNESCO- Biosphärenreservaten

*Das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön verbinde ich hauptsächlich mit...*

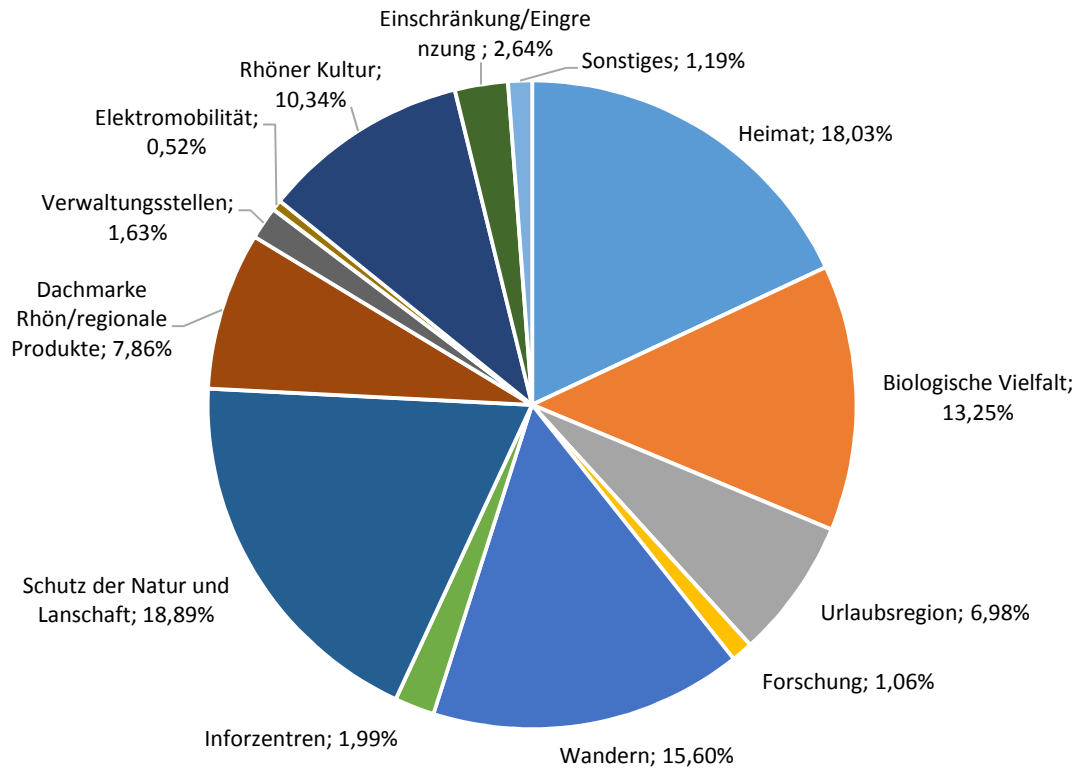


Abbildung 4: Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten

Unter „Sonstiges“ wurden folgende weitere Begriffe genannt (Tabelle 7):

Begriff	Häufigkeit
Mountainbiken, Fahrradfahren	12
Gesundheit	3
Gleitschirmfliegen	3

Sternenpark	3
Bergsport	2
Länderübergreifende Zusammenarbeit	2
Nachhaltigkeit	2
Abwanderung	1
Arbeit und Leben	1
Arbeitsplätze	1
Bäuerliche Landwirtschaft	1
Baukultur	1
Belastung	1
Betretungsverbote	1
Erhalt der Natur	1
Freies Wandern nicht mehr möglich	1
Gleitschirmfliegen	1
Jäger: halten Regeln nicht ein	1
Keine zukunftsfähigen Arbeitsplätze	1
Klingt nicht authentisch	1
Landwirtschaft	1
Liebe	1
Motorräder minimieren	1
Nachhaltige Nutzung von Natur & Landschaft	1
Nachhaltige Weiterentwicklung	1
Nachhaltiger Tourismus	1
Fauna & Flora	1
Natur-Erlebnis	1
Natürliche Umgebung	1
Naturschönheit	1
Naturschutzbürokratie	1
Neubau von Schweinemastanlagen	1
Offene Fernen	1
Ökologische Landwirtschaft	1
Partnerschaft zu K2C	1
Joggen	1
Radwege/Wanderwege	1
Regionale Produkte pflanzlich	1
Reservat	1
Rhönschaf	1
Schildern	1
Segelflug	1
Sport	1
Sport in der Natur	1
Sterne	1
Steuerverschwendung	1

Ursprünglichkeit	1
Verkehr	1
Versuch Hochrhönstraße zu sperren	1
Viele Vorgaben	1
Wasserkuppe	1
Wenig Wirtschaft/Arbeitsplätze	1
Werbung für die Rhön	1
Zögerliche Energiewende	1
Zusammenhalt über Ländergrenzen	1

*Tabelle 7: Sonstige genannte Begriffe zu den Zielen von Biosphärenreservaten*

### 3.4 Bewertung der nachhaltigen Entwicklung

#### *Wie bewerten Sie die nachhaltige Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön in den letzten Jahren?*

Die Antwortmöglichkeiten der nächsten Frage bauen auf den Dimensionen der Nachhaltigkeit auf:

Meiner Meinung nach...

- ...entwickelte sich das UNESCO-Biosphärenreservat in den letzten Jahren positiv (Einstiegsfrage);
- ...werden hier Landschaften, Lebensräume, Tiere und Pflanzen besonders geschützt und erhalten (Ökologische Dimension);
- ...wird hier das Miteinander in den Gemeinden gefördert (Soziale Dimension);
- ...wird hier die regionale Wirtschaft zukunfts- und leistungsfähig gestaltet (Ökonomische Dimension).

Damit sollen Rückschlüsse zur Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens in den letzten Jahren im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, einer Modellregion für nachhaltige Entwicklung, getroffen werden.

Die Zahl der Teilnehmer variiert hier je Antwortmöglichkeit:

- Einstiegsfrage: n=1.576 (fehlend: 263)
- Ökologische Dimension: n=1.577 (fehlend: 262)
- Soziale Dimension: n=1.555 (fehlend: 284)
- Ökonomische Dimension: n=1.561 (fehlend: 278)

Aus diesem Grund wäre ein direkter Vergleich der Häufigkeiten untereinander methodisch nicht einwandfrei. Außerdem sollen die einzelnen Ergebnisse schlussendlich zu den einzelnen Gliederungspunkten des Rahmenkonzeptes zugeordnet werden. Die Antwortmöglichkeiten werden deshalb im Folgenden separat voneinander betrachtet.

Die prozentualen Anteile richten sich jeweils nach n.

**Meiner Meinung nach entwickelte sich das UNESCO-Biosphärenreservat in den letzten Jahren positiv (Einstiegsfrage)**

Die Ermittlung der Häufigkeiten ergibt folgende Werte (Tabelle 8):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Trifft völlig zu	303	19,23
	Trifft zu	806	51,14
	Teils/Teils	387	24,56
	Trifft nicht zu	58	3,68
	Trifft gar nicht zu	22	1,40
	Gesamt (n)	1.576	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	130	
	System	133	
	Gesamt	263	
Gesamt		1.839	

Tabelle 8: Allgemeine Bewertung der nachhaltigen Entwicklung

Insgesamt wird deutlich, dass die Entwicklungen der letzten Jahre im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön als positiv zu bewerten sind. Die Hälfte der Befragten und weitere knapp 20 % bestätigten die Aussage mit „Trifft zu“ oder gar „Trifft völlig zu“. Weitere 20 % zeigten sich unentschlossen („Teils/Teils“), während die negative Bestätigung dieser Aussage vernachlässigbar ist (vgl. Abbildung 5).

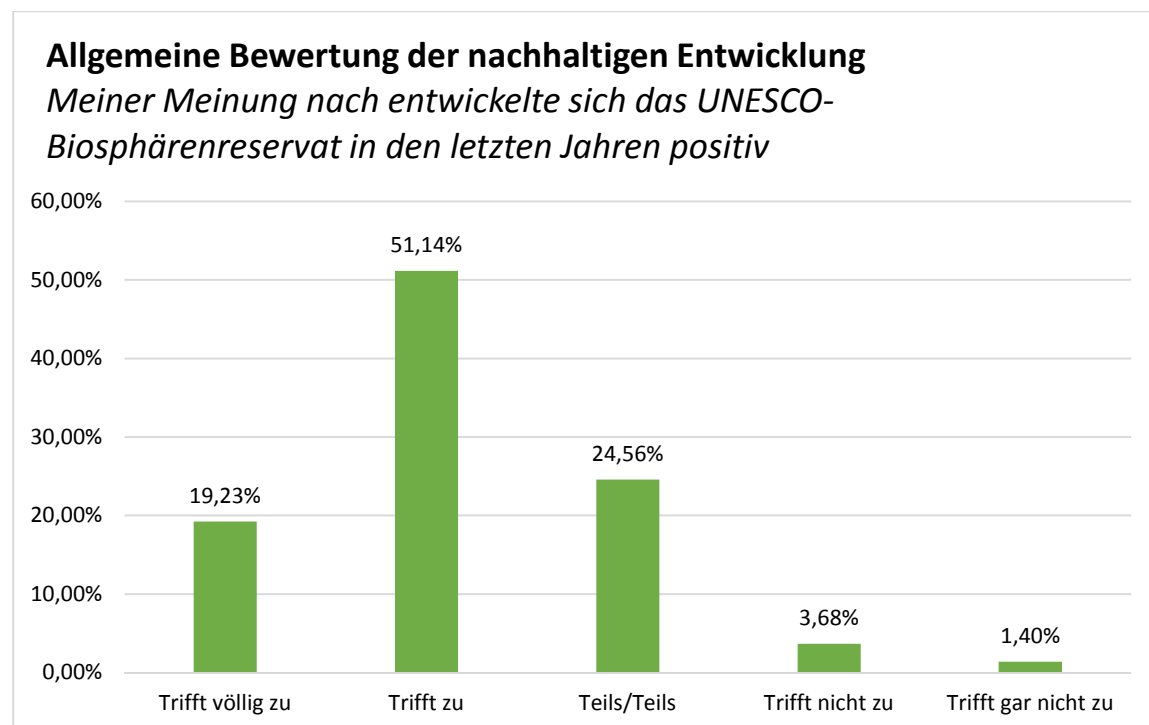


Abbildung 5: Allgemeine Bewertung der nachhaltigen Entwicklung

**Meiner Meinung nach werden hier Landschaften, Lebensräume, Tiere und Pflanzen besonders geschützt und erhalten (Ökologische Dimension)**

Die Ermittlung der Häufigkeiten ergibt folgende Werte (Tabelle 9):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Trifft völlig zu	390	24,73
	Trifft zu	845	53,58
	Teils/Teils	289	18,33
	Trifft nicht zu	35	2,22
	Trifft gar nicht zu	18	1,14
	Gesamt (n)	1.577	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	129	
	System	133	
	Gesamt	262	
<b>Gesamt</b>		<b>1.839</b>	

Tabelle 9: Bewertung der ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung

Die ökologische Dimension der nachhaltigen Entwicklung wurde ähnlich bewertet wie die nachhaltige Entwicklung insgesamt (Einstiegsfrage). Auch hier bewerten die Befragten die Entwicklung als durchaus positiv. Etwas mehr als die Hälfte hat an, dass es zutrifft, dass Landschaften, Lebensräume, Tiere und Pflanzen im Biosphärenreservat besonders geschützt und erhalten werden. Knapp ein Viertel gab an, dass es sogar völlig zutrifft. Unentschlossen zeigten sich knapp 20 % der Befragten, wobei auch hier die negative Bewertung wieder vernachlässigbar ist (vgl. Abbildung 6).

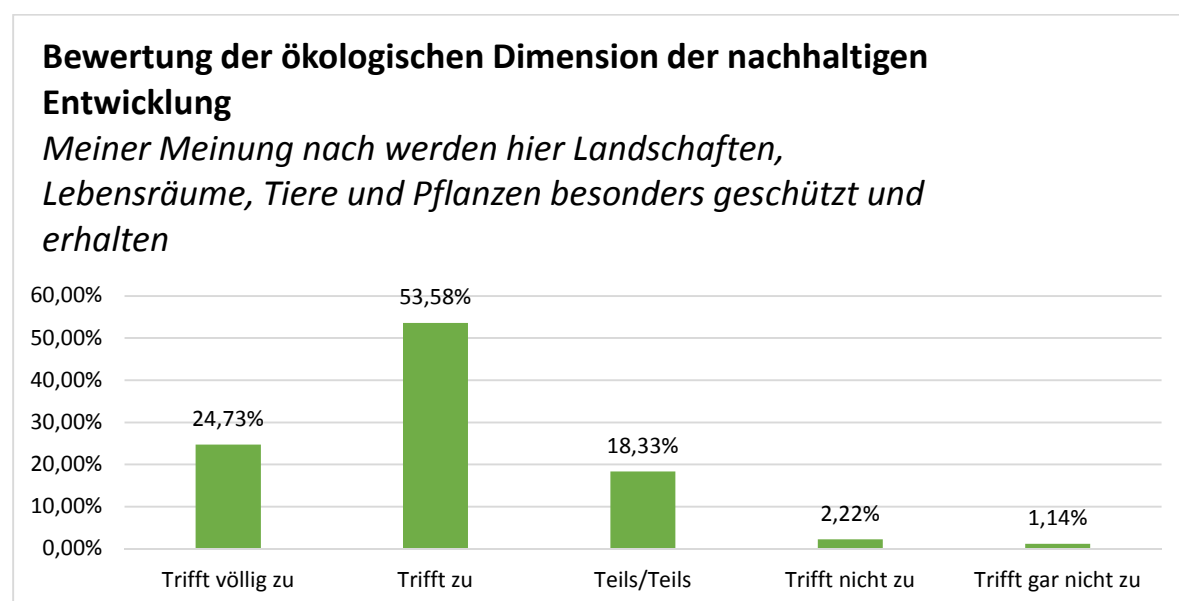


Abbildung 6: Bewertung der ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung

## **Meiner Meinung nach wird hier das Miteinander in den Gemeinden gefördert (Soziale Dimension)**

Die Ermittlung der Häufigkeiten ergibt folgende Werte (Tabelle 10):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Trifft völlig zu	112	7,20
	Trifft zu	488	31,38
	Teils/Teils	701	45,08
	Trifft nicht zu	203	13,05
	Trifft gar nicht zu	51	3,28
	Gesamt (n)	1.555	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	151	
	System	133	
	Gesamt	284	
Gesamt		1.839	

Tabelle 10: Bewertung der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung

Die Bewertung der sozialen Dimension zeigt ein etwas anderes Bild. Hier zeigt sich die Mehrheit der Befragten unentschlossen, indem sie der Aussage „Meiner Meinung nach wird hier das Miteinander in den Gemeinden gefördert“ nur teilweise zustimmen. Immerhin geben dennoch knapp ein Drittel an, dass diese Aussage zutreffe. Bemerkenswert ist außerdem, dass mehr Befragte mit „Trifft nicht zu“ (13 %) als mit „Trifft völlig zu“ (7 %) bewertet haben (vgl. Abbildung 7).

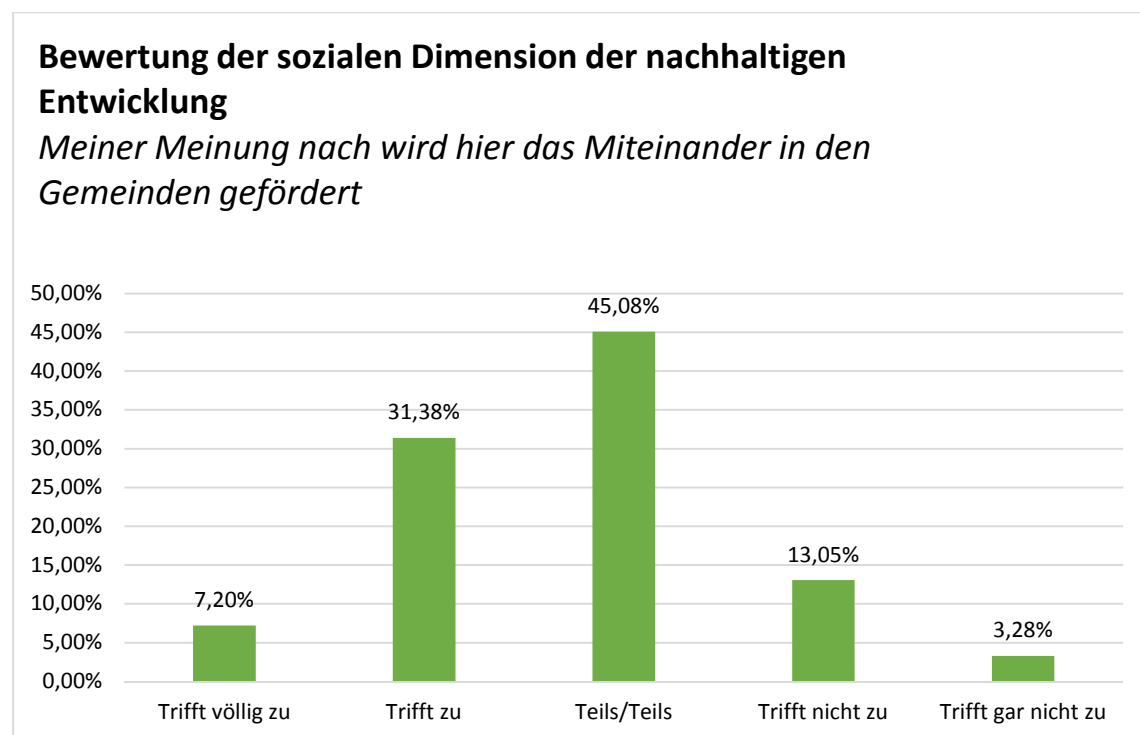


Abbildung 7: Bewertung der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung



**Meiner Meinung nach wird hier die regionale Wirtschaft zukunfts- und leistungsfähig gestaltet (Ökonomische Dimension)**

Die Ermittlung der Häufigkeiten ergibt folgende Werte (Tabelle 11):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Trifft völlig zu	118	7,56
	Trifft zu	496	31,77
	Teils/Teils	646	41,38
	Trifft nicht zu	207	13,26
	Trifft gar nicht zu	94	6,02
	Gesamt (n)	1.561	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	145	
	System	133	
	Gesamt	278	
Gesamt		1.839	

Tabelle 11: Bewertung der ökonomischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung

Die Bewertung der ökonomischen Dimension wiederum verhält sich ähnlich wie die der sozialen. Auch hier gibt die Mehrheit der Befragten an, der Aussage „Meiner Meinung nach wird hier die regionale Wirtschaft zukunfts- und leistungsfähig gestaltet“ nur teilweise zuzustimmen. Ebenso geben knapp ein Drittel an, der Aussage zuzustimmen. Wieder stimmten mehr Befragte mit „Trifft nicht zu“ (13 %) als mit „Trifft völlig zu“ (7,5 %) ab (vgl. Abbildung 8).

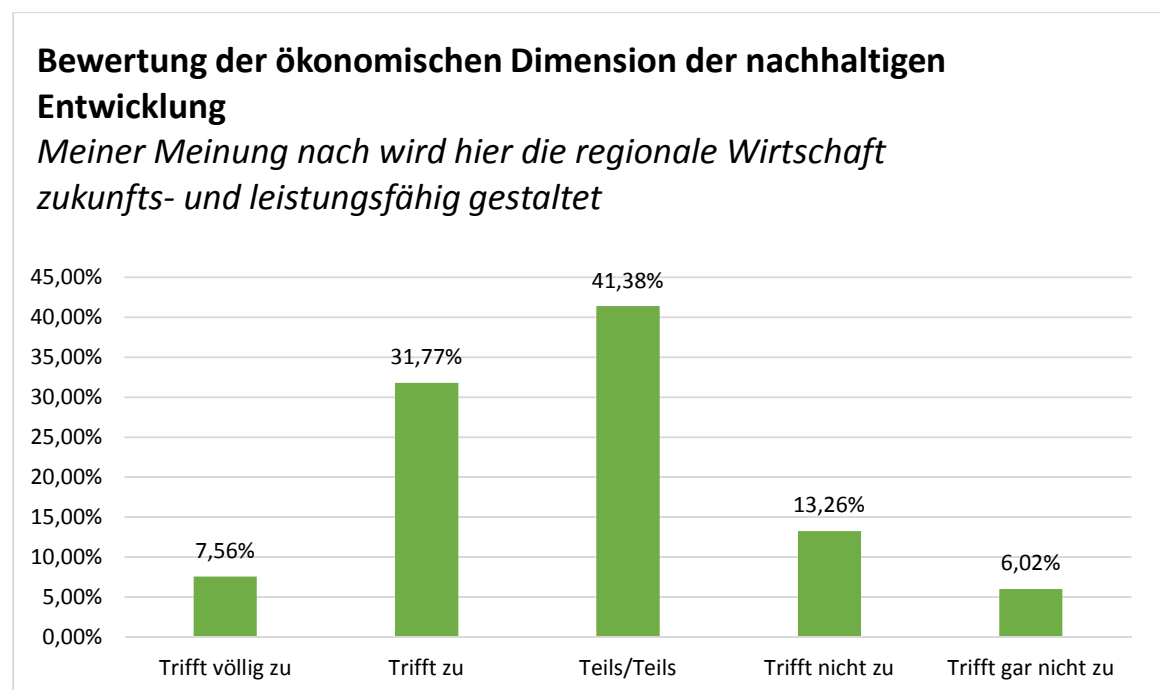


Abbildung 8: Bewertung der ökonomischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung

Die Ergebnisse dieser Frage lassen bemerkenswerte Rückschlüsse für die Entwicklungen im Biosphärenreservat zu. Der Fokus der letzten Jahre in der Entwicklung der Region lag wohl auf Aspekten des Naturschutzes und der Landschaftspflege – so die Bewertung der Befragten. Das Biosphärenreservat als solches steht bei den meisten wohl für ein klassisches Schutzgebiet. Aktivitäten im Bereich der Förderung des sozialen Lebens und der regionalen Wirtschaft werden weniger wahrgenommen. Für die Zukunft könnte dieses Ergebnis ein Anhaltspunkt sein, vermehrt auf die soziale und ökonomische Komponente der nachhaltigen Entwicklung im Biosphärenreservat einzugehen. Durch explizitere Öffentlichkeitsarbeit in diese Richtung könnten Ungereimtheiten in der Wahrnehmung der Bevölkerung angegangen werden.

Eine differenzierte Betrachtung nach Geschlecht und Alter zeigt nur geringe Unterschiede in den prozentualen Werten der Angaben. Frauen bewerten die nachhaltige Entwicklung im Biosphärenreservat Rhön insgesamt in allen drei Dimensionen ein wenig positiver als Männer. Die Häufigkeiten der „jüngeren“ und „älteren Teilnehmer“ unterscheiden sich noch weniger von den Zahlen der Gesamtbetrachtung, wodurch man hier keinerlei weiteren Rückschlüsse ziehen kann.

### 3.5 Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen

#### *Kennen Sie Projekte, Initiativen oder Aktionen, die in den letzten Jahren im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön umgesetzt wurden?*

Anhand dieser Frage soll deutlich werden, ob Maßnahmen und Projekte zur nachhaltigen Entwicklung im Biosphärenreservat in den letzten Jahren bei der Bevölkerung sichtbar wurden. Des Weiteren können dadurch Rückschlüsse auf eventuelle Defizite bei der Öffentlichkeitsarbeit gezogen werden.

Insgesamt haben n=1584 (fehlend: 255) diese Frage beantwortet. Die Ermittlung der Häufigkeiten ergibt folgende Werte (Tabelle 12):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	1.114	70,33
	Nein	470	29,67
	Gesamt (n)	1.584	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	110	
	System	145	
	Gesamt	255	
Gesamt		1.839	

Tabelle 12: Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen

Die Auswertung zeigt, dass insgesamt eine hohe Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen im Biosphärenreservat besteht. Knapp drei Viertel der Befragten gaben an, solche zu kennen (vgl. Abbildung 9).

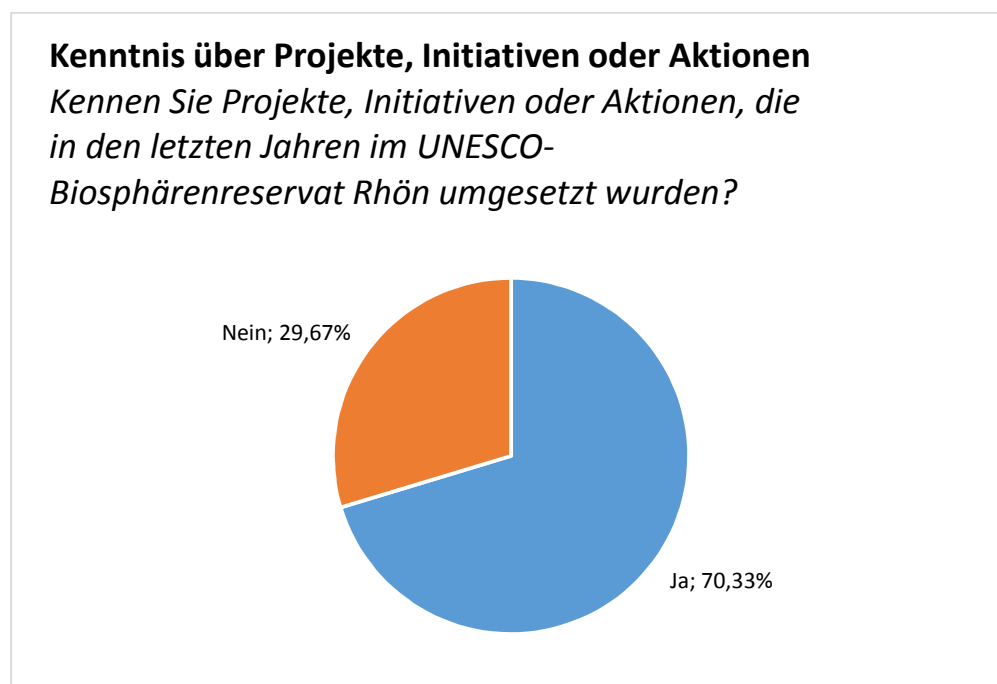


Abbildung 9: Kenntnis über Projekte, Initiativen oder Aktionen

In der darauf aufbauenden Frage (Filterfrage: Weiterleitung nur bei „Ja“) „*Welche waren für Sie die wichtigsten?*“ wurden die Befragten zur expliziten Nennung von Projekten, Initiativen oder Aktionen gebeten. Die folgende Tabelle zeigt die meistgenannten und ihre jeweilige Häufigkeit (vgl. Tabelle 13):

<b>Projekt, Initiative oder Aktion</b>	<b>Häufigkeit</b>
Sternenpark Rhön	134
Dachmarke Rhön/regionale Produkte	127
Rotmilanprojekt Rhön	88
Birkwild in der Rhön	60
Rhönschaf-Projekt	59
Ausweisung und Erweiterung von Kernzonen	53
Projekte des Naturschutzes und der Landschaftspflege	53
Bekämpfung invasiver Arten (v.a. Lupinen)	47
Waldumbau	43
Der Hochrhöner	36
Rhöner Apfelinitiative	33
Die Wildkatze in der Rhön	29
Erweiterung des Biosphärenreservats	26
Artenschutzprojekte	25
Projekte der Bildung für nachhaltige Entwicklung + Umweltbildung (insb. Schulen + Kindergärten)	24
Streuobst-Projekte	20
Thüringer Rhönhutungen	19
Umweltbildungsstätten	19
Projekte zum Schutz der Moore	18
Ausweisung des Biosphärenreservats zur Umsetzung nachhaltiger Entwicklung	16
Arche Rhön	15
Ausbau von Wanderwegen	15
Rhöner Charme	15
Rassige Raritäten	12
Quellen der Rhön	12
Grünlandprojekt Rhön	11
Beweidung	10

Tabelle 13: Meistgenannte Projekte, Initiativen und Aktionen

Unterschiedliche Schreibweisen oder Formulierungen wurden in der Auswertung jeweils zusammengefasst. Die weiteren genannten Projekte, Initiativen und Aktionen sind in Anhang 4 aufgelistet.

### 3.6 Information und Beteiligung

#### *Beim Thema „nachhaltige Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön“ fühle ich mich...*

Hier wurden den Teilnehmern zwei Antwortmöglichkeiten vorgegeben:

- ...ausreichend informiert.
- ...ausreichend beteiligt.

Die Verwaltungsstellen des Biosphärenreservats in Bayern, Hessen und Thüringen können die Ergebnisse der Auswertung dieser Frage als Feedback für ihre Arbeit in den letzten Jahren sehen. Darüber hinaus können sie künftige Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligung gegebenenfalls ausbauen und verbessern.

Die Zahl der Teilnehmer variiert je Antwortmöglichkeit:

- Information: n=1425 (fehlend: 414)
- Beteiligung: n= 1396 (fehlend: 470)

Die Ermittlung der Häufigkeiten zur Frage nach der Information ergibt folgende Werte (vgl. Tabelle 14):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Trifft völlig zu	84	5,89
	Trifft zu	402	28,21
	Teils/Teils	619	43,44
	Trifft nicht zu	263	18,46
	Trifft gar nicht zu	57	4,00
	Gesamt (n)	1.425	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	118	
	System	296	
	Gesamt	414	
Gesamt		1.839	

Tabelle 14: Information über die nachhaltige Entwicklung

Besonders auffallend ist hier, dass die Mehrheit der Befragten diese Frage mit „Teils/Teils“ beantwortet haben. Auch die negative Beantwortung der Frage ist mit knapp 20 % bei „Trifft nicht zu“ und 4 % bei „Trifft gar nicht zu“ nicht vernachlässigbar (vgl. Abbildung 8). Dies lässt zwei Rückschlüsse zu: Zum einen könnte man dieses Ergebnis dahingehend interpretieren, dass schlicht Informationsmaterial zu Themen der „nachhaltigen Entwicklung“ fehlen. Zum anderen kann dieses Ergebnis auch eine Mitschuld der Bewohner an befriedigendem Kenntnisstand implizieren.

Auf der anderen Seite geben jedoch knapp ein Drittel an, sich ausreichend informiert zu fühlen und sogar knapp 6 % stimmen dieser Aussage völlig zu (vgl. Abbildung 10). Damit lässt sich festhalten, dass auf der einen Seite die Öffentlichkeitsarbeit zu diversen Themen der „nachhaltigen Entwicklung im UNESCO- Biosphärenreservat Rhön“ noch ausbaufähig ist, den Bewohnern im Großen und Ganzen in der Vergangenheit Informationsmaterial zur Verfügung gestellt wurde und diese sich damit informiert haben.

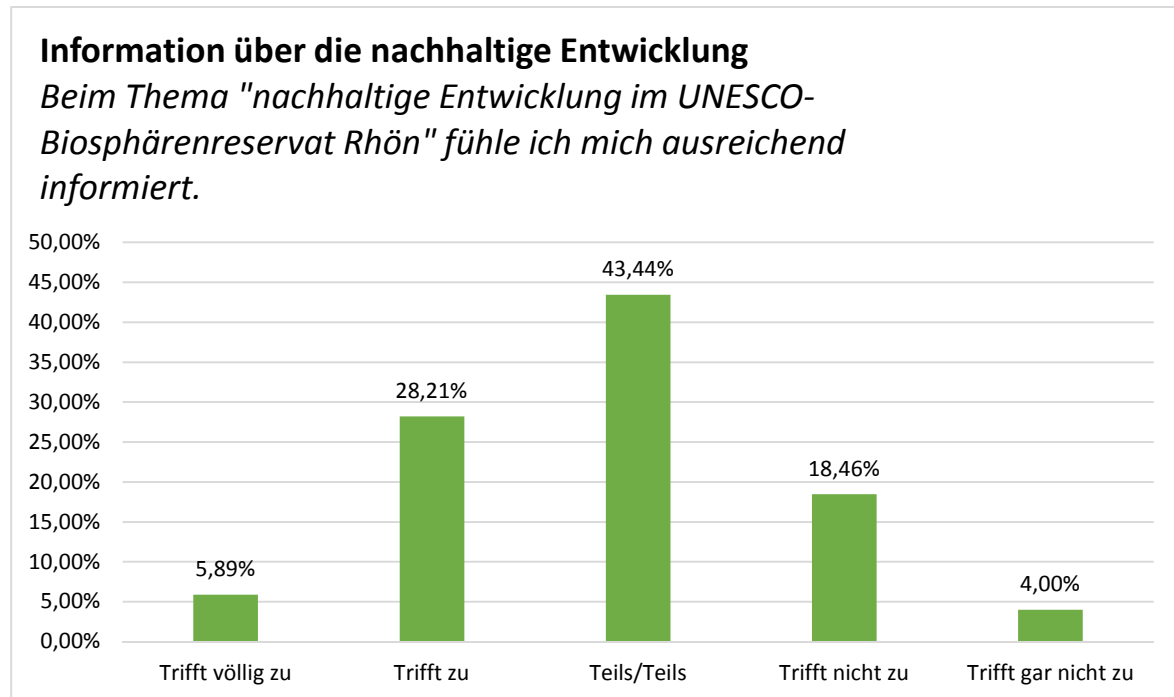


Abbildung 10: Information über die nachhaltige Entwicklung

Die Auswertung zur Beteiligung an der nachhaltigen Entwicklung ergibt folgende Werte (vgl. Tabelle 15):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Trifft völlig zu	41	2,94
	Trifft zu	236	16,91
	Teils/Teils	502	35,96
	Trifft nicht zu	437	31,30
	Trifft gar nicht zu	153	10,96
	Gesamt (n)	1.396	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	174	
	System	296	
	Gesamt	470	
Gesamt		1.839	

Tabelle 15: Beteiligung an der nachhaltigen Entwicklung

Aus den ersten Blick scheinen die beiden Diagramme ein ähnliches Bild abzugeben. Betrachtet man die Werte jedoch genauer, muss man feststellen, dass die Beteiligung an der nachhaltigen Entwicklung insgesamt negativer bewertet wurde. Die Mehrheit der Antworten wurde auch hier wieder bei „Teils/Teils“ gegeben. Diesmal sind es mit gut einem Drittel jedoch deutlich weniger als bei der erstgenannten Frage zur Information. Des Weiteren ist das Ergebnis zu „Trifft nicht zu“ mit knapp einem Drittel ähnlich hoch. Außerdem geben knapp 11 % an, der Aussage gar nicht zuzustimmen. Auf der anderen Seite fühlen sich trotzdem noch 17 % beteiligt und 3 % sehr beteiligt (vgl. Abbildung 11).

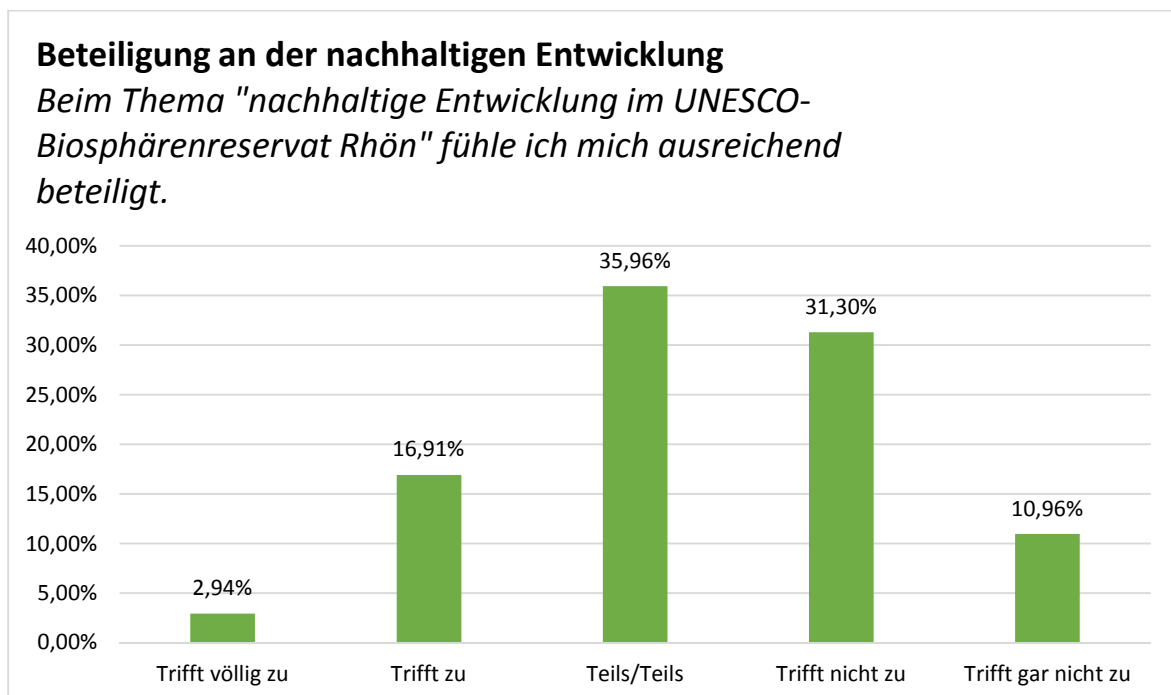


Abbildung 11: Beteiligung an der nachhaltigen Entwicklung

Insgesamt lässt sich daraus schließen, dass die Bürgerbeteiligung seitens der Verwaltungsstellen ausbaufähig ist. Man sollte trotzdem nicht außer Acht lassen, dass diese Umfrage definitiv als Bürgerbeteiligung einzuordnen ist. In Zukunft sollten bei Aktionen wie diesen den Bürgern die Idee dahinter vielleicht verstärkt klargestellt werden.

Eine differenzierte Betrachtung nach Geschlecht und Alter lässt keine allzu bedeutsamen Rückschlüsse zu. Frauen zeigen sich in beiden Fragen mit ca. 6 % mehr Prozentpunkten bei „Teils/Teils“ etwas unentschlossener als Männer, während sich ältere Teilnehmer ein wenig besser informiert fühlen.

### 3.7 Vermarktung der Befragungs-Aktion

#### *Über welches Medium haben Sie von unserem Fragebogen erfahren?*

Grundsätzlich soll mit dieser Frage herausgefunden werden, über welche Kanäle man die meisten Bürger im Biosphärenreservat erreicht. Dies ist auch im Hinblick auf die Vermarktung künftiger Projekte und Aktionen von großer Bedeutung. In dieser Frage wurden ausschließlich Medien als Antwortmöglichkeit zur Verfügung gestellt, über die tatsächlich vermarktet wurde.

Insgesamt haben n= 1.318 (fehlend: 521) diese Frage beantwortet. Die Häufigkeiten setzen sich wie folgt zusammen (vgl. Tabelle 16):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Zeitung	162	12,29
	Homepage des Biosphärenreservats Rhön	109	8,27
	Sonstige Homepage	134	10,17
	Facebook	362	27,47
	Newsletter	61	4,63
	Amtsblatt/Gemeindeblatt	140	10,62
	Freundes- /Bekanntenkreis	173	13,13
	Sonstiges	177	13,43
	Gesamt (n)	1.318	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	111	
	System	410	
	Gesamt	521	
Gesamt		1.839	

Tabelle 16: Vermarktung der Befragungs-Aktion

Eine herausragende Stellung nimmt Facebook bei diesem Ergebnis ein. 27 % der Befragten haben über das Soziale Medium von der Befragungs-Aktion erfahren. Alle anderen Medien sind mit Prozentwerten zwischen 10 und 14 ungefähr gleichauf. Über Newsletter konnten die wenigsten Teilnehmer für die Befragung gewonnen werden (vgl. Abbildung 12).



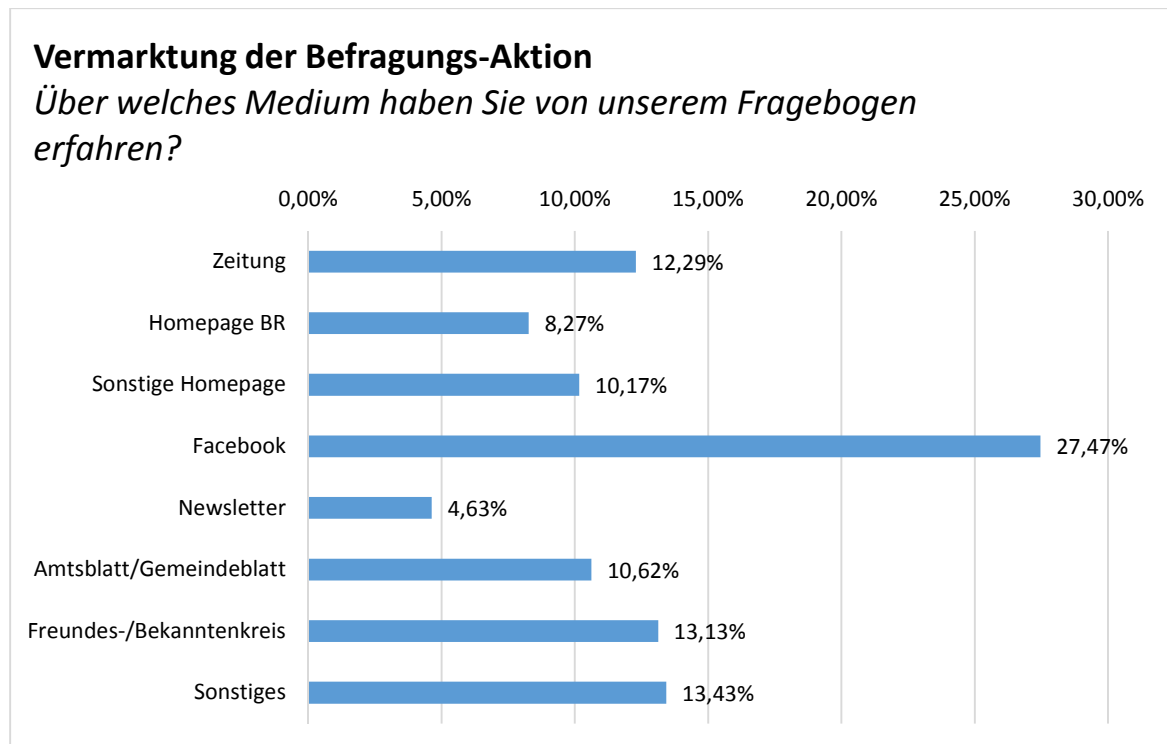


Abbildung 12: Vermarktung der Befragungs-Aktion

Ein klares und vielleicht auch zu erwartendes Bild zeigt sich bei einer differenzierten Auswertung der Frage nach Alter. Wesentlich mehr junge Teilnehmer haben über Facebook von der Befragungs-Aktion erfahren (39,5 %; im Vergleich dazu die älteren Teilnehmer: 21,2 %). Die älteren Teilnehmer wiederum haben deutlich häufiger als die jüngeren über die Zeitung von der Befragung erfahren. Interessant ist auch, dass die Homepage des UNESCO-Biosphärenreservat Rhön mehr ältere als jüngere Teilnehmer angesprochen hat.

Über folgende weitere Internetauftritte („Sonstige Homepages“) haben die Teilnehmer von der Fragebogen-Aktion erfahren (vgl. Tabelle 17):

Homepages	Häufigkeit
Osthessen-News	24
Sonstige Gemeinden (ohne genaue Angaben)	5
Gemeinde Ehrenberg	4
Marktgemeinde Eiterfeld	4
Rhönklub e.V.	4
Stadt Bad Kissingen	4
Dachmarke Rhön	3
Gemeinde Ebersburg	3
Gemeinde Dermbach	2

Gemeinde Nüsttal	2
Gemeinde Unsleben	2
Hilders News	2
Kreuzbergallianz	2
Landkreis Bad Kissingen	2
Landkreis Rhön-Grabfeld	2
MainPost	2
Markt Burkardroth	2
Ort Kleinsassen	2
Stadt Fladungen	2
Stadt Ostheim v.d. Rhön	2
Bund Naturschutz	1
Eisenach Online	1
Gemeinde Aura a.d. Saale	1
Gemeinde Hausen	1
Gemeinde Hofbieber	1
Gemeinde Hohenroth	1
Gemeinde Künzell	1
Gemeinde Motten	1
Gemeinde Rasdorf	1
Gemeinde Salz	1
Gemeinde Sondheim v.d. Rhön	1
Kunststation Kleinsassen	1
Markt Diedorf	1
Marktgemeinde Hilders	1
Minigolf Künzell	1
Rhoenline	1
Rhönforum e.V.	1
Sonstige Landratsämter (ohne genaue Angaben)	1
Verkehrsgesellschaft Wartburgkreis mbH	1
VG Dermbach	1
VG Fladungen	1

Tabelle 17: Sonstige genannte Homepages

Über folgende weitere Medien („sonstiges“) haben die Teilnehmer von der Befragungs-Aktion erfahren (vgl. Tabelle 18):

<b>Sonstiges Medium</b>	<b>Häufigkeit</b>
E-Mail	49
Boxen am Ostheimer Wurstmarkt	18
Boxen im Infozentrum der Wasserkuppe	18
Direkte Ansprache durch Personal des Biosphärenreservats	11

Bürgermeister, Gemeindeintern	9
Flyer	9
Osthessen News	9
Arbeitskollege	7
Information vom BUND Naturschutz	6
Newsletter	6
Homepage der Gemeinde	5
Amtsblatt	3
Dachmarke	2
WhatsApp	2
Zufall, eigenes Interesse	2
Facebook	1
Grünen	1
Internet	1
LAG Bad Kissingen	1
Landratsamt	1
Miteinander Füreinander Oberes Fuldata	1
Online-Umfrage des Biosphärenreservats	1
Rhoen.de	1
Stadtmagazin	1
Tageszeitung	1

Tabelle 18: Sonstige genannte Medien

Herausragend ist hier der E-Mail-Verkehr, durch den einige weitere von der Fragebogen-Aktion erfahren haben. Dabei handelte es sich vor allem um Anschreiben der Verwaltungsstellen an deren Verteiler oder Weiterleitungen an Dritte. Auch durch die aufgestellten Boxen zum Einwurf von gedruckten Fragebögen auf dem Ostheimer Wurstmarkt und an der Wasserkuppe konnten einige Fragebögen gewonnen werden.

Wie der Tabelle zu entnehmen, wurden Teilweise unter „Sonstiges“ Angaben zum Medium gemacht, obwohl dieses als Auswahlmöglichkeit grundsätzlich gegeben war (z.B. „Facebook“). Da es sich hierbei lediglich um Einzelfälle handelt, wird dadurch die Auswertung insgesamt nicht maßgeblich beeinträchtigt. Manche Angaben wiederum wären der Frage nach der „Sonstigen Homepage“ (z.B. „Osthessen News“) zuzuordnen gewesen. Einige Aussagen sind im Kontext der Fragestellung leider unverständlich (z.B. „Grünen“).

### 3.8 Ermittlung des Heimatgefühls

#### *Würden Sie sich als Rhöner bezeichnen?*

Diese Frage ist zunächst als Einstieg in die Fragen zur Statistik zu sehen. Darüber hinaus soll damit zum einen überprüft werden, ob tatsächlich – wie vorgesehen – Rhöner an der Befragung teilgenommen haben. Zum anderen ist der Aspekt des „Heimatgefühls“ ebenso interessant.

Insgesamt haben n=1.265 (fehlend: 574) diese Frage beantwortet. Subtrahiert man von der Gesamtzahl der eingegangenen Fragebögen (1.839) die fehlenden im System (431), so erhält man nun an dieser Stelle die Gesamtzahl der schlussendlich abgeschlossenen Interviews (1.408). Die Häufigkeiten setzen sich wie folgt zusammen (vgl. Tabelle 19):

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	1.019	80,55
	Nein	246	19,45
	Gesamt (n)	1.265	100,00
Fehlend	nicht beantwortet	143	
	System	431	
	Gesamt	574	
Gesamt		1.839	

Tabelle 19: Ermittlung des Heimatgefühls

Die Ergebnisse zeigen, dass etwas mehr als 80 % der Teilnehmer sich als Rhöner bezeichnen würden (vgl. Abbildung 13)

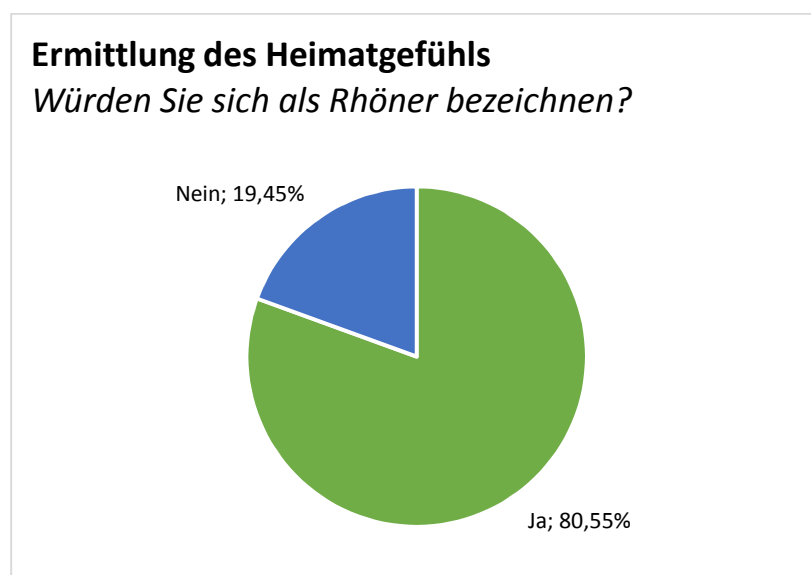


Abbildung 13: Ermittlung des Heimatgefühls

## 4 Auswertung der offenen Fragen

Wie bereits einleitend angesprochen wurden die Antworten zu den offenen Fragen jeweils den Gliederungspunkten des neuen Rahmenkonzeptes zugeordnet. Diese sind in Anhang 5 einzusehen.

### 4.1 Erwartungen an die Zukunft

***Was erwarten Sie sich von der nachhaltigen Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön in den nächsten 10 Jahren?***

#### *Themenfeld Leistungen und Schutz von Ökosystemen*

Schon alleine die hohe Anzahl an Aussagen, die zum Themenfeld „Leistungen und Schutz von Ökosystemen“ eingegangen sind, zeigt, dass sehr vielen Befragten der Schutz der Natur und der Lebensräume besonders wichtig ist. Nahezu alle Aussagen hierzu betreffen die heimische Pflanzen- und Tierwelt und insgesamt den Artenschutz. Hierzu werden vereinzelt konkrete Tiere wie das Birkhuhn, die Wildkatze oder der Luchs genannt. Auch auf die Lupinenbekämpfung wird an mancher Stelle wiederholt eingegangen, die bereits bei der Abfrage der Projekte der letzten Jahre oft genannt wurde. Viele wünschen sich einen Erhalt der – wie oft geschrieben – „einzigartigen“ Natur. Darüber hinaus wird häufig der Wunsch zu einer Verbesserung oder stärkeren Fokussierung des Naturschutzes geäußert.

Kritische Äußerungen sind hier nahezu gar nicht zu vermerken. Einzelne wollen keine weiteren Verbote oder Einschränkungen in der „eigentlich freien Natur“.

#### *Themenfeld Landschaftsbild*

Konkret auf das Landschaftsbild im engeren Sinne gehen nur wenige Befragte ein. Manche verwenden den Begriff der „Kulturlandschaft“ synonym zur „Naturlandschaft“, wobei man an der Aussage insgesamt herauslesen kann, dass letztere gemeint wird. Nur dreimal wird explizit der Begriff des „Landschaftsbildes“ genannt, hierbei vor dem Hintergrund der Rhön als „Land der offenen Fernen“.

Grundsätzlich betreffen nahezu alle Aussagen den Landschaftserhalt, den sich viele auch für die Zukunft wünschen.

### *Themenfeld Wirtschaft, Handwerk, Handel und Gewerbe*

Sehr viele Rhöner wünschen sich für die Zukunft eine positive wirtschaftliche Entwicklung ihrer Region. In diesem Zusammenhang wird beispielsweise der Wunsch nach einer „Stärkung der heimischen Wirtschaft“ genannt, während andere von „wirtschaftlichen Vorteilen“ oder „Fortschritten“ sprechen. Viele weitere Aussagen führen in diese Richtung. Häufig wird die Problematik des Mangels an Arbeitsplätzen angesprochen und wünschen „mehr Arbeitsplätze“ oder die „Sicherung von Arbeitsplätzen“. Einige sind der Meinung, dass dadurch einer Abwanderung der jungen Bevölkerung entgegengewirkt werden kann. Weiteren ist eine Sicherung ihrer Lebensgrundlagen hinsichtlich der Arbeitsmöglichkeiten wichtig. Oft wird auch auf die Betriebe eingegangen, für die man sich ebenfalls eine „Stärkung“ oder „Förderung“ für die Zukunft wünscht“.

Interessant ist auch, dass viele den Aspekt der „nachhaltigen“ wirtschaftlichen Entwicklung nennen. Auch die Regionalität wird häufig angesprochen und damit die Stärkung der regionalen Wirtschaftskreisläufe.

### *Themenfeld Landwirtschaft und Fischerei*

Zum Themenfeld „Landwirtschaft und Fischerei“ wurden viele verschiedene Aspekte angesprochen, wobei die Fischerei bei keinem Teilnehmer thematisiert wurde. Insgesamt wünschen sich viele eine Förderung der Landwirtschaft, auch im Hinblick auf Ökolandbau oder nachhaltige Bewirtschaftung.

Häufig wird außerdem auf die Lebensmittelproduktion eingegangen, zu der sich viele mehr Regionalität und Nachhaltigkeit oder Bioprodukte und Direktvermarktung wünschen. Auch der Verzicht auf Pestizide, Pflanzenschutzmitteln, Düngern und Gentechnik wird in diesem Zusammenhang genannt. Darüber hinaus gehen dabei einzelne auf den Einsatz von Gülle auf Feldern und eine damit verbundene Sicherstellung des Grundwasserschutzes ein. Die Förderung der bäuerlichen Betriebe ist ein weiterer wichtiger Aspekt für viele. Im weiteren Sinne wird der Landwirtschaft des Öfteren eine tragende Bedeutung zum Erhalt der Naturlandschaft zugesprochen.

### *Themenfeld Forstwirtschaft und Jagd*

Zur Forstwirtschaft im Biosphärenreservat Rhön wird häufig Kritik geäußert. Viele sind unzufrieden mit dem momentanen Zustand der Wälder und wünschen sich für die Zukunft eine nachhaltigere Waldbewirtschaftung. Einige sprechen dabei von „Raubbau“, „unnatürlichen Abholzungen“, „Kahlschlägen“ oder gar „Zerstörung der Wälder“ und wünschen sich „gesunde Wälder“ für die Zukunft. Schon

alleine die Wortwahl einiger Befragter zeigt wie bedeutend die künftige Entwicklung von Lösungsmöglichkeiten für die Forstwirtschaft zu sein scheinen. Auch Waldumbaumaßnahmen werden oft angesprochen. Einige äußern auf der einen Seite sich gegen Abholzungen von Nadelhölzern, während sich andere wiederum mehr Buchenwälder wünschen. Damit zeigt sich das ambivalente Meinungsbild der Rhöner Bevölkerung zur Forstwirtschaft.

Auf die Jagd als solches wird weniger eingegangen. Nur drei Teilnehmer äußerten sich dazu, indem sie schrieben, dass die Jagd nichts bringen und besser abgeschafft werden soll. Zu den Wildtieren an sich schrieben weitere, dass Wolf und Luchs in Zukunft akzeptiert werden sollen.

### *Themenfeld Tourismus, Gastronomie und Erholung*

Auf den Tourismus im Biosphärenreservat Rhön wird häufig eingegangen. Auch hier herrscht zu Teilen ein ambivalentes Meinungsbild, allerdings weniger stark als bei der Forstwirtschaft.

Auf der einen Seite wünschen sich viele einen Ausbau des Tourismus. Dieser sollte nach Möglichkeit „sanft“, „ökologisch“ „naturverträglich“ oder „nachhaltig“ erfolgen. Viele wünschen sich ebenfalls eine Steigerung der Touristenzahlen und eine Förderung des Tourismus insgesamt. Möglichkeiten zur Stärkung des Tourismus sehen einige im Ausbau von Rad- und Wanderwegen, Übernachtungsmöglichkeiten oder Sportarten, wie beispielsweise Schneeschuhlaufen.

Auf der anderen Seite jedoch geben viele an, sich insgesamt ein geringeres Touristenaufkommen zu wünschen. Manche sprechen sogar vom Massentourismus, während hierbei auch das Beispiel „Wasserkuppe“ genannt wird, und führen an, dass dieser nicht im Einklang mit der Natur stünde.

Auf die Gastronomie wird eher selten, aber doch an manchen Stellen eingegangen. Hierbei wünschen sich die Teilnehmer insgesamt eine Stärkung der Betriebe und eine bessere Einbindung in den Tourismus. An zwei Stellen wird von einem „Sterben“ der Gastronomiebetriebe gesprochen, dem entgegengewirkt werden sollte.

### *Themenfeld Konsum*

Zu Themen, die den öffentlichen und privaten Konsum betreffen, wird bei dieser Frage wenig eingegangen. Insgesamt spielt der Aspekt der nachhaltigen Entwicklung auch hier wieder eine tragende Rolle. Zwei Teilnehmer wünschen sich für die Zukunft einen vernünftigen Umgang mit Abwasser. Auch der Wunsch nach weniger Müll wird geäußert. Außerdem wird der Konsum regionaler Produkte angesprochen, der aus Sicht der Befragten als wesentlich angesehen wird.

### *Themenfeld Energie, Umwelt- und Klimaschutz*

Themen der Energie, des Umwelt- und Klimaschutzes scheinen ebenfalls einigen Rhönern sehr wichtig zu sein. Insgesamt wünschen sich viele eine Fokussierung auf nachhaltige und regionale Möglichkeiten der Energieerzeugung und damit einen Beitrag zum Klimaschutz insgesamt. Interessant ist, dass für sehr viele die Energieerzeugung durch Windkraft hierbei jedoch definitiv nicht in Frage kommt. Häufig schreiben die Befragten hierzu schlicht „keine Windkraftanlagen“ oder „keine Windräder“. Auch Stromtrassen kommen nicht gut bei der Bevölkerung an und sollten nach deren Meinung am besten verhindert werden.

Während durch die häufige Meinungsäußerung zu Windkraft überwiegend auf die Stromerzeugung eingegangen wird, wird die Energieerzeugung durch Brennstoffe nur an zwei Stellen angesprochen. Beide Aussagen umschließen wieder den Aspekt der nachhaltigen Energieerzeugung, unter anderem unter Einbindung der lokal ansässigen Firmen.

Damit eine nachhaltige Energieerzeugung in Zukunft möglich ist, sehen manche das Verfassen von Energiekonzepten als essenziell an.

### *Themenfeld Bevölkerung, Demographie und Migration*

Die Angst vieler Rhöner besteht unter anderem in der Abwanderung der Menschen aus dem Gebiet. Viele wünschen sich deshalb eine Bindung der Menschen an die Region, wobei dabei – in Rückbezug auf die wirtschaftliche Entwicklung – an manchen Stellen die Schaffung von Arbeitsplätzen genannt wird. Es gilt soziale Strukturen, Angebote und Möglichkeiten für die Zukunft zu schaffen. Vor allem die Jugend wird hierbei von vielen thematisiert. Jugendliche und junge Menschen sollen vermehrt einbezogen und damit an die Region gebunden werden. Die Rhön als „Heimat“ für die dort lebenden und arbeitenden Menschen sollte erhalten und die Lebensqualität insgesamt gestärkt werden.

Auch das Miteinander in der Gemeinschaft ist für einige Befragte ein wesentlicher Bestandteil für eine nachhaltige Entwicklung der Region. Hierbei wird beispielsweise von einem „Wir-Gefüge“ gesprochen, das als Maßnahme auch gegen aussterbende Dörfer essenziell sei.

Auf das Themenfeld Migration wird nur an einer Stelle eingegangen mit dem Wunsch, Flüchtlinge in Dörfern mit hohen Abwanderungszahlen anzusiedeln, zu fördern und über Naturschutz und nachhaltige Bewirtschaftung zu schulen.



### *Themenfeld Kommunale Entwicklung*

Im Bereich der dörflichen Entwicklung wünschen sich einige den Erhalt alter Bausubstanz sowie damit einhergehend die Wahrung der Identität der Rhöner Dörfer und gegebenenfalls Dorferneuerungsmaßnahmen. In diesem Zusammenhang sollten auch Menschen bei der Sanierung alter Häuser unterstützt werden. Auch Innenentwicklungsmaßnahmen und die Nutzung von Baulücken sind dabei für manche wichtig.

Was die Flächen der Kommunen anbelangt, äußern sich einige gegen eine Versiegelung dieser, z.B. durch neue Wohn- und Industriegebiete, und für einen vernünftigen Umgang mit Bebauungsplänen.

Einige wünschen sich eine adäquate Daseinsvorsorge für die Zukunft, um weiterhin sorgenfrei in ihrer Kommune leben zu können. Dies umfasst neben dem Ausbau des Internets auch die ärztliche Versorgung. Ältere Menschen sollten dabei nicht vernachlässigt werden.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist für viele die Kooperation mit anderen Kommunen und auch innerhalb der Kommune. Dabei wird beispielsweise das „Zusammenwachsen der Gemeinden“ oder der „Zusammenschluss von Kommunen zu Allianzen“ genannt.

### *Themenfeld Mobilität und Verkehr*

Für viele Befragte ist der Ausbau des ÖPNV ein wichtiges Thema. Alles in allem herrscht hier außerdem Einigkeit bei den Befragten, wonach viele die schlechte Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel kritisieren und sich beispielsweise länderübergreifende oder kostengünstige Angebote im Busverkehr wünschen. Ein Teilnehmer nennt hierbei beispielsweise die Möglichkeit des Aufbaus eines Verkehrsbundes, der den ÖPNV der gesamten Rhön koordinieren könnte.

Auch der Straßenverkehr sollte für viele in Zukunft stärker fokussiert werden. Dieser sollte für einige in Zukunft verringert werden. Aussagen wie „Verkehrsberuhigung“, „keine neuen Straßen“ oder „Reduzierung des Durchgangsverkehrs“ sind hier zu nennen.

Die Elektromobilität und deren Ausbau wird ebenfalls an manchen Stellen angesprochen. Fokus der Wünsche der Rhöner Bevölkerung liegt jedoch in erster Linie auf den Ausbau eines adäquaten ÖPNV-Systems.

### *Themenfeld Kultur*

An von den Befragten benutzen Begriffen wie „Heimat“, „Tradition“ oder „Brauchtum“ kann man erkennen, dass der Erhalt der Rhöner Kultur für viele wesentlich ist. Viele wünschen sich deshalb eine Pflege ihrer Kultur und eine Förderung der Traditionen. Alleinstellungsmerkmale sollten herausgestellt werden, wie beispielsweise der Dialekt oder die „einfache bäuerliche, fränkische Küche“. Für einige wird dadurch insgesamt wiederum die Identität und das Heimatgefühl gestärkt.

### *Themenfeld Bildung*

Aspekte der Bildung und damit der Bewusstseinschaffung für nachhaltige Themen sind für viele Befragte sehr wichtig. Ein wesentlicher Aspekt ist für viele dabei die Umweltbildung von Kindern und Jugendlichen. Viele wünschen sich verstärkt Kooperationen mit Schulen und Kindergärten in der Bildungsarbeit.

Wichtig an dieser Stelle zu betonen ist es aber, dass für viele die Erwachsenenbildung nicht außer Acht gelassen werden sollte. Demnach sei es wichtig, die breite Bevölkerung des Biosphärenreservats hinsichtlich der Grundidee der Nachhaltigkeit und darüber hinaus des Biosphärenreservats zu sensibilisieren und aufzuklären. Informations- und Bildungsangebote sollten für jedermann zugänglich gemacht werden.

Als konkrete Umsetzungsmöglichkeiten für Maßnahmen der Umweltbildung werden beispielsweise „Exkursionen“, „Führungen für Kinder und Jugendliche“ oder „Kurz-Wanderungen zum Aufklären“ genannt.

### *Themenfeld Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation*

Schon allein die Anzahl der Aussagen zum Themenfeld „Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation“ zeigt, dass dieser Bereich vielen sehr wichtig ist. Dabei werden Aspekte zu allen hier angeschnittenen Teilbereichen von den Befragten genannt.

Viele Befragte wünschen sich eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit seitens der Verwaltungsstellen des Biosphärenreservats und mehr Informationen zu diversen Themen. Damit einhergehend äußern viele den Wunsch, sich vermehrt an Prozessen oder Projekten beteiligen zu können.

Außerdem wünschen sich viele eine bessere und stärkere Vermarktung der Region, aber auch regionaler Produkte. Dies ist für einige ein wesentlicher Bestandteil in

der Attraktivitätssteigerung der Region, unter anderem auch in der touristischen Vermarktung.

### *Themenfeld Forschung und Monitoring*

Das Themenfeld „Forschung und Monitoring“ scheint für die meisten Befragten keine allzu große Bedeutung zu spielen. Nur acht Aussagen können insgesamt diesem Gliederungspunkt zugeordnet werden. Diese Befragten wünschen sich verstärkte wissenschaftliche Forschungen, insbesondere im Bereich der Ökosysteme und des Naturschutzes.

### *Themenfeld Zusammenarbeit in der Rhön*

Zur Zusammenarbeit in der Rhön ist vor allem der Aspekt der Neugliederung der Verwaltungsstellen zu nennen. Einige Aussagen greifen den Aspekt der verbesserten Zusammenarbeit der drei Länder auf und darüber hinaus die Zusammenlegung der drei Verwaltungsstellen des Biosphärenreservat Rhön.

Manche loben die Arbeit der Verwaltungsstellen mit Aussagen wie „so weitermachen wie bisher“, während andere wiederum das Biosphärenreservat als „Irrsinn“ und „Steuerverschwendung“ ansehen.

Auch auf die Idee der Ausweisung eines Nationalparks wird eingegangen, insbesondere mit dem Wunsch, das zu unterbinden.

## 4.2 Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung

### ***Was möchten und können Sie zu einer nachhaltigen Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön beitragen?***

#### *Themenfeld Leistungen und Schutz von Ökosystemen*

Viele Rhöner möchten mit ihrem Verhalten in der Natur einen Beitrag zu Umwelt- und Naturschutz leisten. Sie möchten auch in Zukunft die einzigartige Flora und Fauna schätzen und achtsam mit ihr umgehen. Dazu gehört beispielsweise Müll zu vermeiden oder aufzusammeln oder Naturschutzvorschriften einzuhalten. Einige sind auch dazu bereit, sich gezielt in Umweltschutzprojekten zu engagieren, wie beispielsweise bei der Lupinenbekämpfung oder beim BUND Naturschutz.

#### *Themenfeld Landschaftsbild*

Manche möchten mit der Bewirtschaftung von Streuobstwiesen einen Beitrag zur Landschaftspflege leisten. Auch die Zusammenarbeit mit Landschaftspflegeverbänden wird an dieser Stelle genannt.

#### *Themenfeld Wirtschaft, Handwerk, Handel und Gewerbe*

Als Beitrag zur nachhaltigen ökonomischen Entwicklung nennen die Befragten verschiedene Möglichkeiten. Einige wollen durch ihr Verhalten, wie beispielsweise den Kauf von Produkten in der Region, lokale Unternehmen unterstützen und somit regionale Wirtschaftskreisläufe stärken. Andere wiederum geben an, Inhaber von Dachmarken-Betrieben zu sein und dies auch weiter ausbauen möchten. Auch „Arbeitsplätze“ wurden genannt, wohl – unter Anbetracht der Frage – welche zu schaffen.

#### *Themenfeld Landwirtschaft und Fischerei*

Auch im Bereich der Landwirtschaft würden viele einen Beitrag für die Zukunft leisten. Einige geben an, Gärten oder Streuobstwiesen nachhaltig zu bewirtschaften. Auch Landwirte oder Experten in diesem Bereich (durch die Anonymität der Befragung nicht explizit ersichtlich) geben an, durch beispielsweise Züchtung alter Haustierrassen oder dem Betreiben von Biolandwirtschaft zur nachhaltigen Entwicklung der Region beitragen zu wollen.

### *Themenfeld Forstwirtschaft und Jagd*

Zum Thema Forstwirtschaft sind nur wenige Ideen eingegangen. Ein Waldbesitzer schreibt beispielsweise den Waldbau auf heimische Hölzer auch im privaten Bereich umsetzen zu wollen, während sich ein weiterer in Bergwaldprojekten einsetzen möchte.

### *Themenfeld Tourismus, Gastronomie und Erholung*

Die meisten Befragten, die sich zu diesem Themenfeld geäußert haben, möchten weiterhin oft ihre Freizeit in der Rhöner Natur verbringen. Dabei wollen sie sich an Vorschriften halten, um den Schutz der Natur auch künftig gewährleisten zu können. Außerdem geben manche an, künftig Informationen an Gäste durch beispielsweise Wanderungen zu geben. Insgesamt soll dadurch der Tourismus gestärkt und gefördert werden.

### *Themenfeld Konsum*

Eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Befragten sind sich in einem Punkt des öffentlichen und privaten Konsums einig: Sie wollen in Zukunft vermehrt regionale Produkte kaufen. Auch Abfallvermeidung oder Ernährungsumstellung zugunsten der Umwelt werden unter diesem Themenfeld genannt.

### *Themenfeld Energie, Umwelt- und Klimaschutz*

Die meisten Aussagen zu diesem Themenfeld gehen in Richtung einer Umstellung auf alternative Energien, wie beispielsweise Solarenergie, LED-Leuchtmittel oder Holz. Insgesamt gilt es, möglichst wenig Energie zu verschwenden, auch beispielsweise im Bereich der Mobilität.

### *Themenfeld Bevölkerung, Demographie und Migration*

Nahezu alle Aussagen, die dem Themenfeld „Bevölkerung, Demographie und Migration“ zuzuordnen sind, beziehen sich auf den Verbleib der Rhöner in der Region. Interessant ist auch die Aussage, einer würde in Zukunft mehr Verbundenheit mit der Region zeigen.

### *Themenfeld Kommunale Entwicklung*

Viele Befragten wollen sich durch ehrenamtliches Engagement mehr in ihre Kommune einbinden. Dazu gehören unter anderem Nachbarschaftshilfe, Mitarbeit in Vereinen, Verbänden oder Projekten.

### *Themenfeld Mobilität und Verkehr*

Hier besteht allgemeiner Konsens darin, in Zukunft überlegter das Auto zu nutzen und nach Möglichkeit auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen. Manche äußern außerdem Überlegungen, Elektroautos zu nutzen.

### *Themenfeld Kultur*

Manche möchten künftig einen Beitrag zum Erhalt der Rhöner Kultur durch Besuch von Veranstaltungen oder Ausstellungen leisten. Auch ihren Dialekt wollen manche beibehalten und weiterhin sprechen.

### *Themenfeld Bildung*

Viele möchten zur Sensibilisierung und Ausklärung von Gästen und Einheimischen beitragen, zum Beispiel durch Führungen oder die Arbeit mit Kindern. Außerdem möchten manche selbst mehr Wissen über den Natur- und Lebensraum Rhön erlangen.

### *Themenfeld Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation*

Viele Befragten wollen in Zukunft vermehrt Werbung für die Region machen und so Besucher für das Biosphärenreservat gewinnen. Außerdem wollen sie sich an Projekten beteiligen, Veranstaltungen besuchen oder Aufklärungsarbeit betreiben.

### *Themenfeld Forschung und Monitoring*

Als Beitrag zur Forschung wird hier die Mitarbeit an beispielsweise Tierzählungen, Kartierungsmaßnahmen oder Beobachtungen genannt.

### *Themenfeld Zusammenarbeit in der Rhön*

Hier werden sehr unterschiedliche Aussagen gemacht, die an sich schwierig zusammenzufassen sind. Während sich jemand gegen einen Nationalpark einsetzen will, befürwortet ein anderer wiederum. Insgesamt ist herauszulesen, dass manche sich in irgendeiner Weise an der Arbeit im Biosphärenreservat beteiligen möchten, beispielsweise durch Arbeit in Gremien oder Teams.

## 5 Fazit

Die lokale Bevölkerung in Prozesse zur Entwicklung einer Region einzubinden, ist aus Sicht der Raumentwicklung gerade für ländlich periphere Regionen wie die Rhön elementar. Die Befragungs-Aktion war ein wichtiger Schritt, die Menschen vor Ort, also genau diejenigen, die durch das Leben in ihrer Heimat ihre Erfahrungen am besten wiedergeben können, in den Prozess der Erstellung des neuen länderübergreifenden Rahmenkonzeptes einfließen zu lassen. Unterstrichen werden kann diese Theorie durch einen Wunsch, der in der Befragung häufig geäußert wurde: Mehr Möglichkeiten der Beteiligung an verschiedenen Prozessen, die ihre Region betreffen. Nachholbedarf besteht damit in der Öffentlichkeitsarbeit. Viele Befragte fühlen sich unzureichend informiert oder beteiligt und wünschen sich für die Zukunft eine stärkere Einbindung. Auf der anderen Seite möchten hierzu jedoch viele ihren Beitrag leisten, beispielsweise durch die Vermarktung des Biosphärenreservats bei Freunden oder Bekannten.

Grundsätzlich kann man jedoch aus der Befragung schließen, dass die nachhaltige Entwicklung der letzten Jahre im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön als durchaus positiv bewertet wird. Bereits die Einstiegsfrage zeigt, dass den Bewohnern die nachhaltige Lebensweise in ihrer Heimat wichtig ist. Später, zur Frage, was sie zur nachhaltigen Entwicklung beitragen können, wird deutlich, dass die Rhöner ihr Verhalten stets reflektiert und bewusst zum Erhalt des Natur- und Lebensraums Rhön ausrichten möchten. Beachtlich ist hierbei auch die Parallelität zu der Verbindung zu den Zielen von UNESCO-Biosphärenreservaten, wonach die Mehrheit der Befragten die „Heimat“ und den „Schutz der Natur und Landschaft“ wahrnimmt. Dass das Biosphärenreservat mit seinen Leitbildern und Zielen bei der Bevölkerung schon in weiten Teilen angekommen ist, zeigen auch die vielen Projekte, die genannt wurden. An der zahlreichen Nennung von Tierschutz-Projekten wird wiederholt der Naturschutz-Gedanke erkennbar.

Alles in allem war die Befragung eine gute Möglichkeit, die Bevölkerung in den Prozess der Erstellung des Rahmenkonzeptes einzubeziehen. Darüber hinaus zeigte sich die Verwaltung des Biosphärenreservats offen für die Belange der Bevölkerung.





## Anhang 1: Der Fragebogen zur Online-Befragung

### Einleitungstext:

Vor 25 Jahren wurde die Rhön als UNESCO-Biosphärenreservat und damit als Modellregion für nachhaltiges Wirtschaften und Handeln anerkannt. **Doch wie hat sich unsere Heimat in den letzten Jahren entwickelt?** Wie können wir unsere gemeinsame Zukunft gestalten? Das wollen wir - die Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön in Bayern, Hessen und Thüringen - mit Ihrer Unterstützung herausfinden.

Bitte nehmen Sie sich wenige Minuten Zeit und teilen Sie uns mit der Beantwortung von zehn Fragen mit, wie Sie die Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön bewerten und **welche Anregungen Sie für die Zukunft haben.**

Ihre Angaben werden selbstverständlich absolut vertraulich behandelt.  
Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

### 1. Wie wichtig ist Ihnen eine nachhaltige Lebensweise in der Rhön?

sehr wichtig    wichtig    weniger wichtig    gar nicht wichtig

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

### 2. Das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön verbinde ich hauptsächlich mit... (vier Antwortmöglichkeiten)

- Heimat
- Biologische Vielfalt
- Urlaubsregion
- Forschung
- Wandern
- Infozentren
- Schutz der Natur und Landschaft
- Dachmarke Rhön/regionale Produkte
- Verwaltungsstellen
- Elektromobilität
- Rhöner Kultur
- Einschränkung/Eingrenzung
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

### 3. Wie bewerten Sie die nachhaltige Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön in den letzten Jahren?

Meiner Meinung nach...

	Trifft völlig zu	Trifft zu	Teils/Teils	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
...entwickelte sich das UNESCO-Biosphärenreservat in den letzten Jahren positiv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...werden hier die Landschaften, Lebensräume, Tiere und Pflanzen besonders geschützt und erhalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...wird hier das Miteinander in den Gemeinden gefördert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...wird hier die regionale Wirtschaft zukunfts- und leistungsfähig gestaltet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 4. Kennen Sie Projekte, Initiativen oder Aktionen, die in den letzten Jahren im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön umgesetzt wurden?

JA

Welche beiden waren für Sie die wichtigsten? \_\_\_\_\_

NEIN

### 5. Beim Thema „nachhaltige Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön“ fühle ich mich...

	Trifft völ- lig zu	Trifft zu	Teils/Teils	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
...ausreichend in- formiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ausreichend betei- ligt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Was erwarten Sie sich von der nachhaltigen Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön in den nächsten 10 Jahren?**

\_\_\_\_\_

**7. Was möchten und können Sie zu einer nachhaltigen Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön beitragen?**

\_\_\_\_\_

**8. Über welches Medium haben Sie von unserem Fragebogen erfahren?**

- Zeitung
- Homepage des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön
- weitere Homepages
- Facebook
- Newsletter
- Bekanntenkreis
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

**9. Würden Sie sich als Rhöner bezeichnen?**

- ja  
 nein

**10. Abschließend bedanken wir uns für die Angabe Ihres Alters und Geschlechts sowie Ihrer Postleitzahl, um einordnen zu können, woher Sie kommen.**

Postleitzahl: \_\_\_\_\_

Sind sie...

- männlich oder  
 weiblich?

Alter:

- unter 14 Jahre  
 14 – 17 Jahre  
 18 – 25 Jahre  
 26 – 39 Jahre  
 40 – 55 Jahre  
 56 – 67 Jahre  
 älter als 67 Jahre

**Abschlusstext:**

Herzlichen Dank für Ihr Engagement und Ihr Interesse am UNESCO-Biosphärenreservat Rhön!

Ihre Anregungen werden in den Entwurf des neuen Rahmenkonzepts eingearbeitet. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dipl.-Geoökol. Ulrike Schade

Bayerische Verwaltungsstelle Biosphärenreservat Rhön

Oberwaldbehringer Straße 4

97656 Oberelsbach

E-Mail: [ulrike.schade@reg-ufr.bayern.de](mailto:ulrike.schade@reg-ufr.bayern.de)

Ihre Antworten wurden gespeichert. Sie können das Browser-Fenster nun schließen oder...

- wenn Sie volljährig sind -

beim Gewinnspiel mitmachen und eine der 6 Rhönwiese Geschenkboxen (eine Initiative der Dachmarke Rhön) gewinnen!

Zum Gewinnspiel

## Anhang 2: Der Fragebogen zum Gewinnspiel

### Einleitungstext:

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Umfrage!

Jetzt haben Sie die Chance, eine der 6 Rhönwiese Geschenkboxen zu gewinnen!

1. Preis: Rhönwiese „Spezialitäten-Truhe“
2. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Genuss-Kollektion“
3. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Bunte Vielfalt“
4. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Prozentiges“
5. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „BIO“
6. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Kleinigkeit“

Mitmachen lohnt sich!

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Hiermit stimme ich den Teilnahmebedingungen zu.

Teilnahmebedingungen:

Die Teilnahme am Gewinnspiel ist kostenlos und freiwillig. Teilnahmeberechtigt sind alle Personen, die das 18. Lebensjahr vollendet haben. Nicht teilnahmeberechtigt sind Mitarbeiter der drei Verwaltungsstellen des Biosphärenreservats Rhön und Personen, die mit der Durchführung des Gewinnspiels betraut sind und deren jeweilige Angehörige. Eine Barauszahlung, Änderung oder ein Umtausch der Gewinne ist nicht möglich. Gewinnansprüche sind nicht übertragbar. Die Gewinner des Gewinnspiels werden per E-Mail benachrichtigt. Sollte eine Teilnahme des Gewinners aus rechtlichen oder tatsächlichen Gründen nicht möglich sein oder sollte der Gewinner nicht innerhalb von 21 Tagen auf die Gewinnbenachrichtigung antworten, verfällt der Gewinn und ein Ersatzgewinner wird ausgelost. Im Übrigen gelten unsere Bestimmungen zum Datenschutz: Die Angabe der Daten ist freiwillig. Die Daten werden vertraulich und gemäß den gesetzlichen Datenschutzbestimmungen behandelt und in Zusammenhang mit diesem Gewinnspiel gespeichert. Der Teilnehmer ist jederzeit berechtigt, der Speicherung bzw. Nutzung seiner Daten für das Gewinnspiel zu widersprechen. In diesem Fall ist ein Widerspruch an folgende Adresse zu richten:

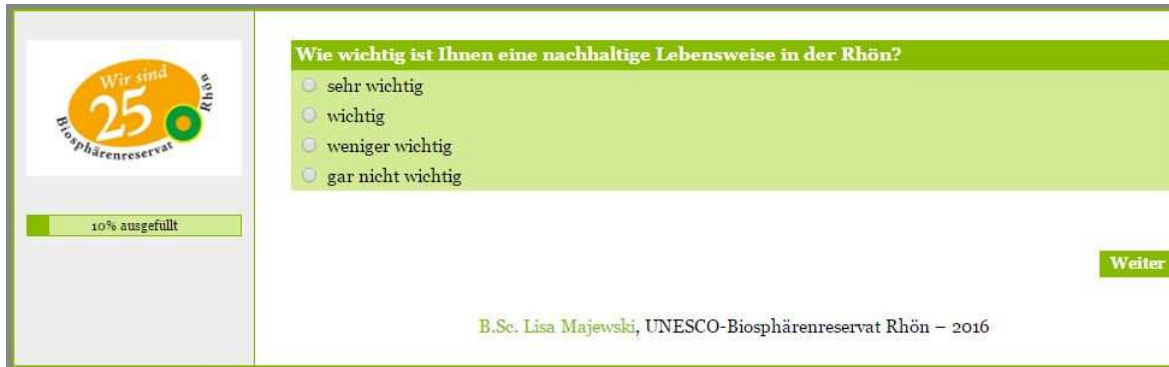
Bayerische Verwaltungsstelle Biosphärenreservat Rhön, Oberwaldbehringer Str. 4, 97656 Oberelsbach

### Abschlusstext:

Wir wünschen Ihnen viel Glück!

Ihre Angaben wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen oder direkt auf unserer Homepage [www.biosphaerenreservat-rhoen.de](http://www.biosphaerenreservat-rhoen.de) weiterstöbern.

## Anhang 3: Der Fragebogen in der Online-Version – Beispiele



The screenshot shows a survey interface. On the left, there is a logo for 'Wir sind 25 Biosphärenreservat Rhön' and a progress bar indicating '10% ausgefüllt'. The main content area has a green header with the question: 'Wie wichtig ist Ihnen eine nachhaltige Lebensweise in der Rhön?'. Below the question are four radio button options: 'sehr wichtig', 'wichtig', 'weniger wichtig', and 'gar nicht wichtig'. A 'Weiter' button is located at the bottom right. At the bottom center, the text reads: 'B.Sc. Lisa Majewski, UNESCO-Biosphärenreservat Rhön – 2016'.

Die erste Frage



The screenshot shows a survey interface with a thank you message and a contest announcement. On the left, there is a logo for 'Wir sind 25 Biosphärenreservat Rhön'. The main content area has a green header with the text: 'Herzlichen Dank für Ihr Engagement und Ihr Interesse am UNESCO-Biosphärenreservat Rhön!'. Below the header, there is a paragraph: 'Ihre Anregungen werden in den Entwurf des neuen Rahmenkonzepts eingearbeitet. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an: Dipl.-Geoökol. Ulrike Schade, Bayerische Verwaltungsstelle Biosphärenreservat Rhön, Oberwaldbehringer Str. 4, 97656 Oberelsbach, E-Mail: ulrike.schade@reg-ufr.bayern.de'. Below this, there is another paragraph: 'Ihre Antworten wurden gespeichert. Sie können das Browser-Fenster nun schließen oder... - wenn Sie volljährig sind -'. At the bottom, there is a green link: 'Zum Gewinnspiel'. At the bottom center, the text reads: 'B.Sc. Lisa Majewski, UNESCO-Biosphärenreservat Rhön – 2016'.

Die letzte Seite



## Vielen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Umfrage!

Jetzt haben Sie die Chance, eine der 6 Rhönwiese Geschenkboxen zu gewinnen!

1. Preis: Rhönwiese „Spezialitäten-Truhe“
2. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Genuss-Kollektion“
3. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Bunte Vielfalt“
4. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Prozentiges“
5. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „BIO“
6. Preis: Rhönwiese Geschenkbox „Kleinigkeit“

### Mitmachen lohnt sich!



Weiter

B.Sc. Lisa Majewski, UNESCO-Biosphärenreservat Rhön – 2016

Die Einleitung des Gewinnspiels



## Anhang 4: Weitere genannte Projekte, Initiativen und Aktionen

Projekt, Initiative oder Aktion	Häufigkeit
Ausbau von Radwegen/MTB-Wegen	9
Rhönwiese Produkte	9
Junior-Ranger, Wanderratten	9
Ausbau eines einheitlichen Erscheinungsbildes	8
Ausbau der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit	8
Geführt Wanderungen	8
(Natur-)Lehrpfade	8
Rahmenkonzept	8
Projekte und Wanderungen der Rhön-Ranger	7
Regionalmarketing	7
Revitalisierung von Fließgewässern	7
Rhöner Wurstmarkt	7
Seminare, Workshops und Veranstaltungen der Verwaltungen des Biosphärenreservats	7
Projekte zum Erhalt der historischen Kulturlandschaft	6
Aktionen gegen Windkraft	6
Interkommunale Kooperationen	6
Der Deutsche Edelkrebs in der Rhön	6
Rhöner Biosphärenrind	6
Aktionen gegen die Stromtrasse Südlink	5
LIFE-Projekte	5
Direktvermarktung	5
Kreuzbergallianz	5
Förderung und Ausbau eines naturnahen Tourismus	5
Wir sind Rhöner Bier!	5
LIFE-Berggrünland	5
Bienen-Projekte	4
Netzwerk Rhönbotanik	4
Elektromobilität	4
Fledermaus-Projekt	4
Freilandmuseum Fladungen	4
Infozentren	4
Die Rhönholzveredler	4
Schwarzstorch-Projekt	4
Einschränkungen/Eingrenzungen	4
Aussichtsturm Hohe Geba	3
Bergwaldprojekt Rhön	3

Haus der langen Rhön	3
Ökologische, nachhaltige Landwirtschaft	3
Informationsmaterial, Informationstafeln	3
Erhalt Schloss Aschach	2
Eat In	2
Rhönpaulus-Wald Ibengarten	2
Jedem Kind sein Rhönschaf	2
Marktplatz Rhön	2
Milch- und Honigmarkt	2
Filmvorstellungen	2
Öko-Modellregionen	2
FFH-Gebiete	2
Flowtrail am Kreuzberg	2
Geldverschwendung	2
Haus der Schwarzen Berge	2
Neuordnung der Tourismusstruktur (Rhön GmbH)	2
Verhinderung von Straßenbau	2
Abschaffung der Kreuzberghütten	1
Aussichtsturm Schwarzes Moor	1
Beschränkung der Parkmöglichkeiten	1
Best of Biosphäre Rhön	1
Biodiversitätsmonitoring	1
Treffen aller Anrainer	1
Erlebniswelt Rhönwald	1
Förderprogramme	1
Förderung der Generationenvereine	1
Frankens Saalestück	1
Fulda-Moscho-Projekt	1
Gelbe Rübe	1
Grabfelder Regionalgeld	1
Grundwasserschutz	1
Holunderanbauprojekt Bionade	1
Insekten-Hotels	1
Mitfahrzentrale	1
NABU Haus Rotes Moor	1
Rhöner Holzkunstroutenweg	1
Schneider-Projekt	1
Kooperation mit Südafrika	1
25-Jahrfeier	1
Rhöner Brennholztag	1
Bundesjuniorrangertreffen	1
Online-Umfrage	1
Lama-Touren	1

Extratour Milseburg	1
Familienzentrum Hofbieber	1
Haus am Schwarzen Moor	1
Kelten auf der Milseburg	1
Nationale Naturlandschaften	1
Ausweisung eines Nationalparks	1
Naturparke	1
Zentrum Dreiländereck	1
Ökostrom vom Überlandwerk Rhön	1
Ökotoip Wildflecken	1
Innenentwicklungsprojekte	1
Rhön Atlas	1
Rhöner Durchblick	1
Sinnallianz	1
Infrastrukturprojekte	1
Kooperation mit RhönSprudel	1
Kreuzotter-Projekte	1
Rhöner Mundart	1
Biber-Projekte	1
Monitoring von Luchs + Wolf	1
Rhöner Wandertag	1

## Anhang 5: Gliederungspunkte des neuen Rahmenkonzepts

Gliederungsebene 1	Gliederungsebene 2
<b>1 - Unser UNESCO-Biosphären-reservat</b>	<b>1.1 Einleitung</b>
	<b>1.2 Rahmenbedingungen</b>
	<b>1.3 Eckdaten</b>
<b>2 - Unsere Natur und Landschaft</b>	<b>2.1 Themenfeld Leistungen und Schutz von Ökosystemen</b>
	<b>2.2 Themenfeld Landschaftsbild</b>
<b>3 - Unsere Wirtschaftsweise</b>	<b>3.1 Themenfeld Wirtschaft, Handwerk, Handel und Gewerbe</b>
	<b>3.2 Themenfeld Landwirtschaft und Fischerei</b>
	<b>3.3 Themenfeld Forstwirtschaft und Jagd</b>
	<b>3.4 Themenfeld Tourismus, Gastronomie und Erholung</b>
	<b>3.5 Themenfeld Konsum</b>
	<b>3.6 Themenfeld Energie, Umwelt- und Klimaschutz</b>
<b>4 - Unser soziales Leben</b>	<b>4.1 Themenfeld Bevölkerung, Demographie und Migration</b>
	<b>4.2 Themenfeld Kommunale Entwicklung</b>
	<b>4.3 Themenfeld Mobilität und Verkehr</b>
	<b>4.4 Themenfeld Kultur</b>
	<b>4.5 Themenfeld Bildung</b>
<b>5 - Unser Wissen</b>	<b>5.1 Themenfeld Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation</b>
	<b>5.2 Themenfeld Forschung und Monitoring</b>
<b>6 - Unsere Zusammenarbeit</b>	<b>6.1 ...im Weltnetz</b>
	<b>6.2 ...national</b>
	<b>6.3 ...in der Rhön</b>