



## Vorstellung

- Transdisziplinäres Systemmodell zur Auswahl ländlicher Denkmäler
- Denkmal-Auswahl in der Projektregion
- LD-Beispiel aus Österreich

## Prezentace

- Transdisciplinární systémový model pro výběr venkovských památek
- Výběr památek v oblasti projektu
- Příklad LD z Rakouska

# Transdisziplinarität ...

zur Entwicklung gesellschaftlich robuster und praxistauglicher Lösungen und Ansätze

## Merkmale von Transdisziplinarität in Forschung und Lehre:

### Kollektive Intelligenz Problemlösungskompetenz von Gruppen

- Fähigkeit des gegenseitigen  
Perspektivenwechsels
- Gemeinsames Problemverständnis

- \* Verbindet Forschung und Praxis
- \* Inter- und Multidisziplinarität
- \* **Gleichberechtigte Zusammenarbeit** zwischen verschiedenen Fach-Disziplinen
- \* Befasst sich mit „realweltlichen Problemen“, meist anhand von **Fallstudien** (z.B. Identifikation von Kriterien für Ländliche Denkmäler ; )

Steiner, G., & Scholz, R. W. (2015). The real type and ideal type of transdisciplinary processes: Part I—theoretical foundations. *Sustainability Science*, 10(4), 527–544.  
<https://doi.org/10.1007/s11625-015-0326-4>

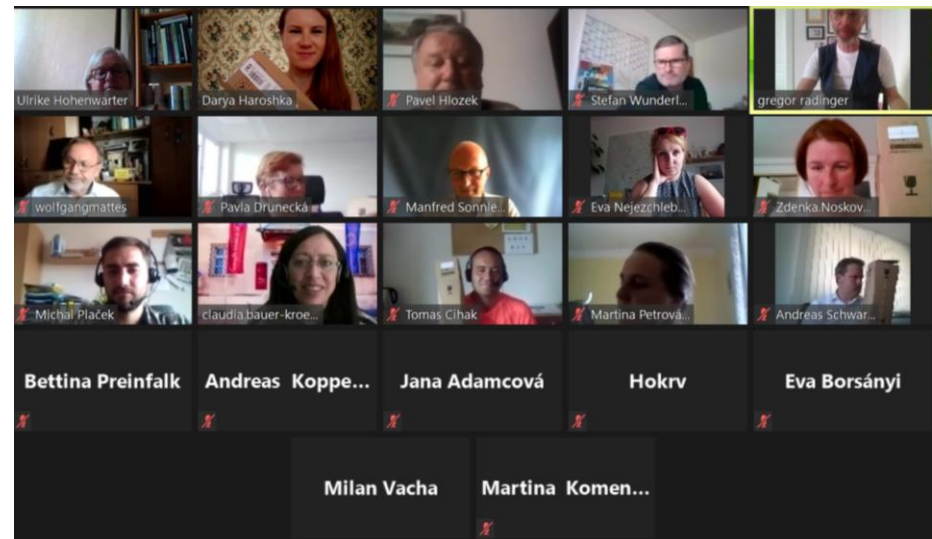
*"Ich habe nicht die besten Spieler (...) nominiert, sondern (...) die richtigen (...).  
Und das müssen nicht immer die Besten sein.*

*J. Hickersberger, Fußballtrainer*

# Forschungsworkshop Krems 24.6.2021

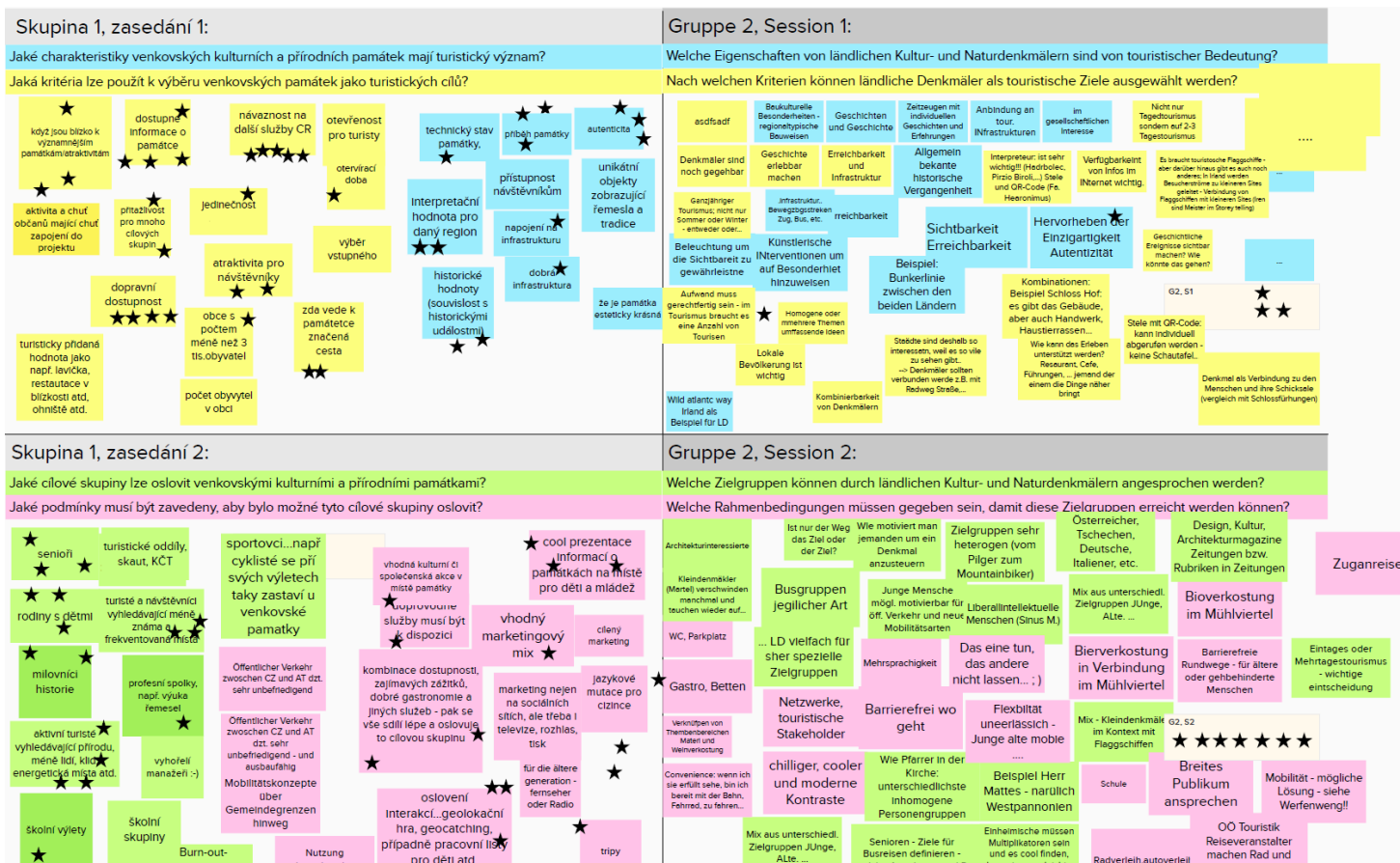
## Projektteam und Gäste aus Wissenschaft und Praxis

- Tourismusforschung (IMC Krems)
- Lokal-Tourismus (Fremdenführerin bzw. Kunsthistorikerin)
- Management von Kulturlandschaften (BOKU Wien)
- Gemeindevertretungen (Bgm. Nove Hradý)
- Volkuskundewissenschaft (ehrenamtl. Historiker)



## Impulsvorträge & Gruppenworkshops

Skupina 1, zasedání 1:	Gruppe 2, Session 1:
Jaké charakteristiky venkovských kulturních a přírodních památek mají turistický význam?	Welche Eigenschaften von ländlichen Kultur- und Naturdenkmälern sind von touristischer Bedeutung?
Skupina 1, zasedání 2:	Gruppe 2, Session 2:
Jaké cílové skupiny lze oslovit venkovskými kulturními a přírodními památkami?	Welche Zielgruppen können durch ländlichen Kultur- und Naturdenkmälern angesprochen werden?





Skupina 1, zasedání 1:	Gruppe 2, Session 1:
Jaké charakteristiky venkovských kulturních a přírodních památek mají turistický význam?	Welche Eigenschaften von ländlichen Kultur- und Naturdenkmälern sind von touristischer Bedeutung?
Skupina 1, zasedání 2:	Gruppe 2, Session 2:
Jaké cílové skupiny lze oslovit venkovskými kulturními a přírodními památkami?	Welche Zielgruppen können durch ländlichen Kultur- und Naturdenkmälern angesprochen werden?

Eigenschaften von LD	Auswahlkriterien für LD	Zielgruppen	Rahmenbedingungen
<b>Gruppe 2</b>			
Baukulturelle Besonderheiten	Geegnet für mehrtägige Besuche	Architekturinteressierte	Informationen müssen im I-Net verfügbar gemacht werden
Geschichten und Geschichte	Denkmäler sind begehbar (in gutem Zustand)	Sehr heterogene Zielgruppen	Kunstinstallationen könnten den Bekanntheitsgrad steigern
Zeitzeugen können über LD berichten	Erreichbarkeit und Vorhandensein von Infrastruktur	Vom Pilger zum Mountainbiker	Präsenz der LD in Medien (Zeitungen, Architekturmagazine...)
Anbindung an Verkehrsinfrastruktur	Verfügbarkeit	Was ist das Ziel, das Ziel oder der Weg?	Anreisemöglichkeit mit dem Zug
Gesellschaftliche Interesse am LD	Es bracht Flaggschiffe, die erster Anlaufpunkt für Touristen sind	Öster, Tschechen Italiener, Deutsche	Kombination mit Bier- Wein Whisky-Verkostungen
LD haben Geschichte, die erlebbar gemacht werden kann	Ganzjähriger Tourismus muss möglich sein (nicht nur Sommer-/Wintertourismus)	Design- und Kulturinteressierte	Gastronomie und Betten müssen vorhanden sein
Interpretier: es gibt Menschen/Zeitzeugen, die berichten können	Lage an Bevergungstrecken (Zug, Bus...)	Busgruppen jeglicher Art	Das eine tun, das andere nicht lassen
Sichtbarkeit (Lage des Denkmals und Beleuchtung)	(Barrierefreie) Erreichbarkeit wichtig	Junge Menschen	Bierverkostungen im Mühlviertel
Einzigartigkeit (USP des Projektes - Bunkerlinie zwischen CZ und AT)	Kunstprojekte, die die Bedeutung unterstreichen (Lichtinstallationen in der Wachau)	Junge Menschen die für öffentl. Verkehr mobilisiert werden können	Flexibilität ist sehr wichtig, man muss sich auf Zielgruppe einstellen können
Einzigartigkeit und Authentizität	Kombinierbarkeit von Themenbereichen	Sinus-Milieus beobachten	Barrierefreiheit
Geschichte, die sichtbar gemacht werden kann		Liberalintellektuelle	Erreichbarkeit für Rollstuhlfahrer
Potenzial für größerer Besucherzahl muss gegeben sein		Zielgruppenmix (Junge, Alte...)	Flexibel für Mehrsprachigkeit
Thematische Vielfalt (Beispiel Schloss Hof: Baukultur, Gartenkunst, Tierarten, Handwerk, usw.)		Breites Publikum ansprechen	Flaggschiffe sind notwendig
Stücke sind wegen ihrer thematischen Vielfalt sehr interessant		Entscheidung für Ein- und Mehrtagestouristen	Vielnützige Mobilitätslösungen finden - siehe Werfenweg
Kombinierbarkeit von Themenbereichen		Schüler (Schulandrachten)	Anbindung an öff. Verkehr - Komfort darf nicht eingeschränkt werden
Beispiel: Vld atlantic way in land - storytelling sehr wichtig		Pensionisten (u. a. Bunttouristen)	Beitrag: Erreichbarkeit braucht es Service, der die Vorteile des Autos ausgleicht
Es braucht jemanden, der den Touristen die Dinge näher bringt		Zielgruppenmix (Junge, Alte...)	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen (Weinverkostung...)
Verbindung zu Menschen und ihren Schicksalen sollte hergestellt werden können		Zielgruppenmix Vergleich mit Gläubigen in der Kirche	Convenience muss erfüllt sein...
Beispiele: Stele, QR Code, Infos können individuell abgerufen werden		Für die Zielgruppen könnten bestimmte Zielgruppen definiert und vorgeschlagen werden	Öffentl. Verkehr kann ein USP sein
			Einheimische müssen Multiplikatoren sein - LD müssen cool sein
			Beispiel Reiseführer Vespas: Optionen: Möglichkeiten für untersch. Zielgruppen werden gezielt aufgezeigt
			Radverleih, Autoverleih, Gepäckservice
			Zuganreise
<b>Gruppe 1</b>			
wenn sie sich in der Nähe von wichtigen Denkmälern/Attraktionen befinden	Authentizität	Touristen und Besucher, die weniger bekannte und frequentierte Orte suchen	Kombination aus Barrierefreiheit, interessanten Erlebnissen, guter Gastronomie und anderen Services - dann wird alles besser geteilt und es spricht die Zielgruppe an
verfügbare Informationen zum Denkmal	Geschichte des Denkmals	Aktivtouristen auf der Suche nach Natur, weniger Menschen, Ruhe, Kraftplätzen usw.	Interaktionen ansprechen - Geolokalisierungsspiel, Geocaching, evtl. Arbeitsblätter für Kinder, etc.
Anbindung an andere touristische Dienstleistungen	Interpretationswert für die Region	Familien mit Kindern	passender Marketing-Mix
Öffentlichkeit für Touristen	historische Werte (Zusammenhang mit historischen Ereignissen)	Senioren	geeignete kulturelle oder gesellschaftliche Veranstaltung am Ort des Denkmals
Öffnungszeiten	technischer Zustand des Denkmals	Geschichtsliebhaber	coole Präsentation von Informationen zu den Sehenswürdigkeiten auf der Seite für Kinder und Jugendliche
Verkehrverfügbarkeit	gute Infrastruktur	Berufsverbände, z. B. Lehrberufe	Sprachvariationen für Ausländer
Attraktivität für viele Zielgruppen	Zugänglichkeit für Besucher	Sportler, z. B. die Radfahrer, die auch auf ihren Ausflügen Halt an einem ländlichen	Marketing nicht nur in sozialen Netzwerken, sondern auch in Fernsehen, Radio, Presse, z.B. für die ältere
Attraktivität für Besucher	einzigartige Objekte, die Handwerk und Traditionen darstellen	Burn-outmanagers - Sehnsucht nach Natur	Öffentlicher Verkehr zwischen CZ und AT dzt. sehr unbefriedigend und ausbaufähig
Zulassungsauswahl (?)	dass das Denkmal ästhetisch schön ist	Schulausflüge	Mobilitätskonzepte über Gemeindegrenzen hinweg
Einzigartigkeit		touristische Abschnitte, Pfadfinder	gezieltes Marketing
ein markierter Weg führt zum Denkmal			Begleitservices müssen verfügbar sein
Einwohnerzahl in der Gemeinde			Nutzung bestehender Verkehrsinfrastruktur
Gemeinden mit weniger als 3.000 Einwohnern			Reisen
Aktivität und Wunsch der Gemeinde am Projekt teilzunehmen			

Skupina 1, zasedání 1:

Jaké charakteristiky venkovských kulturních a přírodních památek mají turistický význam?

Skupina 1, zasedání 2:

Jaké cílové skupiny lze oslovit venkovskými kulturními a přírodními památkami?

Gruppe 2, Session 1:

Welche Eigenschaften von ländlichen Kultur- und Naturdenkmälern sind von touristischer Bedeutung?

Gruppe 2, Session 2:

Welche Zielgruppen können durch ländlichen Kultur- und Naturdenkmälern angesprochen werden?

Eigenschaften von LD	Auswahlkriterien für LD	Zielgruppen
<b>Gruppe 2</b>		
Baukulturelle Besonderheiten	Geeignet für mehrtägige Besuche	Architekturinteressierte
Geschichten und Geschichten	Denkmäler sind begehr (in gutem Zustand)	Sehr heterogene Zielgruppen
Zeitraum können über LD berichten	Erreichbarkeit und Vorhandensein von Infrastruktur	Vom Pilger zum Mountie anbieter
Anbindung an Verkehrsinfrastruktur	Verfügbarkeit	Was ist das Ziel, das Ziel oder der Weg?
Gesellschaftliche Interesse an LD	Erbschaft Pflanzung, die einen Anreizpunkt für Touristen sind	Ökonomie, Technologie, Natur, Deutsche
LD haben Geschichte, die erlebbar gemacht werden kann	Ganzjähriger Tourismus muss möglich sein (nicht nur Sommer-/Minertourismus)	Design- und Kulturinteressierte
Interpretation: es gibt Menschen/Zeitraum, die berichten können	Lage an Bewegungstrecken (Zug, Bus, ...)	Berggruppen jeglicher Art
Sichtbarkeit (Lage des Denkmals und Beleuchtung)	(Barrierefrei) Erreichbarkeit wichtig	Junge Menschen
Einzigartigkeit (USP des Projektes - Bunkerlinie zwischen CZ und AT)	Kunstprojekte, die die Bedeutung unterstreichen (Lichtinstallationen in der Nacht)	Junge Menschen die für öffentl. Verkehr mobilisiert werden
Erregungsgut und Aktivität	Kombinierbarkeit von Themenbereichen	Senior-Milieu beobachten
Geschichte, die sichtbar gemacht werden kann		Literarische/ethnische
Potenzial für größere Besucherzahl muss gegeben sein		Zielgruppen (Junge, Alte, ...)
Thematische Vielfalt (Beispiel Schloss Hof, Baukultur, Gartenkunst, Tiergarten, Handwerk, usw.)		Breites Publikum ansprechen
Städte sind wegen ihrer thematischen Vielfalt sehr interessant		Entscheidung für Ein- und Mehrtagestouristen
Kombinierbarkeit von Themenbereichen		Schüler (Schulandrachten)
Beispiel: Wilderndes wasser in Hand - vorstellung sehr wichtig		Personen (z.B. Busreisen)
Es braucht jemanden, der den Touristen die Dinge näher bringt		Zielgruppen (Junge, Alte, ...)
Verbindung zu Menschen und ihren Schicksalen sollte hergestellt werden können		Zielgruppenvergleich mit Glaubigen in der K...
Beispiele: Stele, QR Code, Infos können individuell abgerufen werden		Für die Zielgruppen können bestimmte Zielgru...
<b>Gruppe 1</b>		
wenn sie sich in der Nähe von wichtigen Denkmälern/Aktionen befinden	Authentizität	Touristen und Besucher, die weniger bekannte o...
verfügbare Informationen zum Denkmal	Geschichte des Denkmals	Aktivtouristen auf der Suche nach Natur, weniger...
Anbindung an andere touristische Dienstleistungen	Interpretationswert für die Region	Familien mit Kindern
Offenheit für Touristen	Historische Werte (Zusammenhang mit historischen Ereignissen)	Sensoren
Öffnungszeiten	technischer Zustand des Denkmals	Geschichte/Lehrer
Wirklichkeitsbezug	gute Infrastruktur	Benutzer/Lehrer, z.B. Lehrkräfte
Relevanz für viele Zielgruppen	Zugänglichkeit für Besucher	Sportler, z.B. die Radfahrer, die auch auf ihren Ausflug...
Attraktivität für Besucher	einzigartige Objekte, die Handwerk und Traditionen darstellen	Burn-out-managers - Sehnsucht nach Natur
Erregungsgut (z.B. T...	ästhetischer Schönheits...	Schulausflüge
Beispiel: weniger als 1000 Einwohner		touristische Abschnitte, Pfadfinder
Wohnort/Verkehrsmittel/Service am Projekt teilnehmen		

## Abgeleitete Auswahlkriterien

- \* **ZUSTAND**
- \* **AUTHENTIZITÄT**
- \* **ÖFFENTL. ERREICHBARKEIT** (Anbindung an Verkehrsinfrastruktur)
- \* **KOMBINIERBARKEIT** (Integrierbarkeit in bestehende Tourismusangebote, untersch. Zielgruppen)
- \* **WEGANBINDUNG** (Erschließung durch tour. Weginfrastruktur)
- \* **STORYTELLING** (Zusammenhang mit kulturellen, historischen u.a. Besonderheiten)
- \* **NEUIGKEITSWERT**



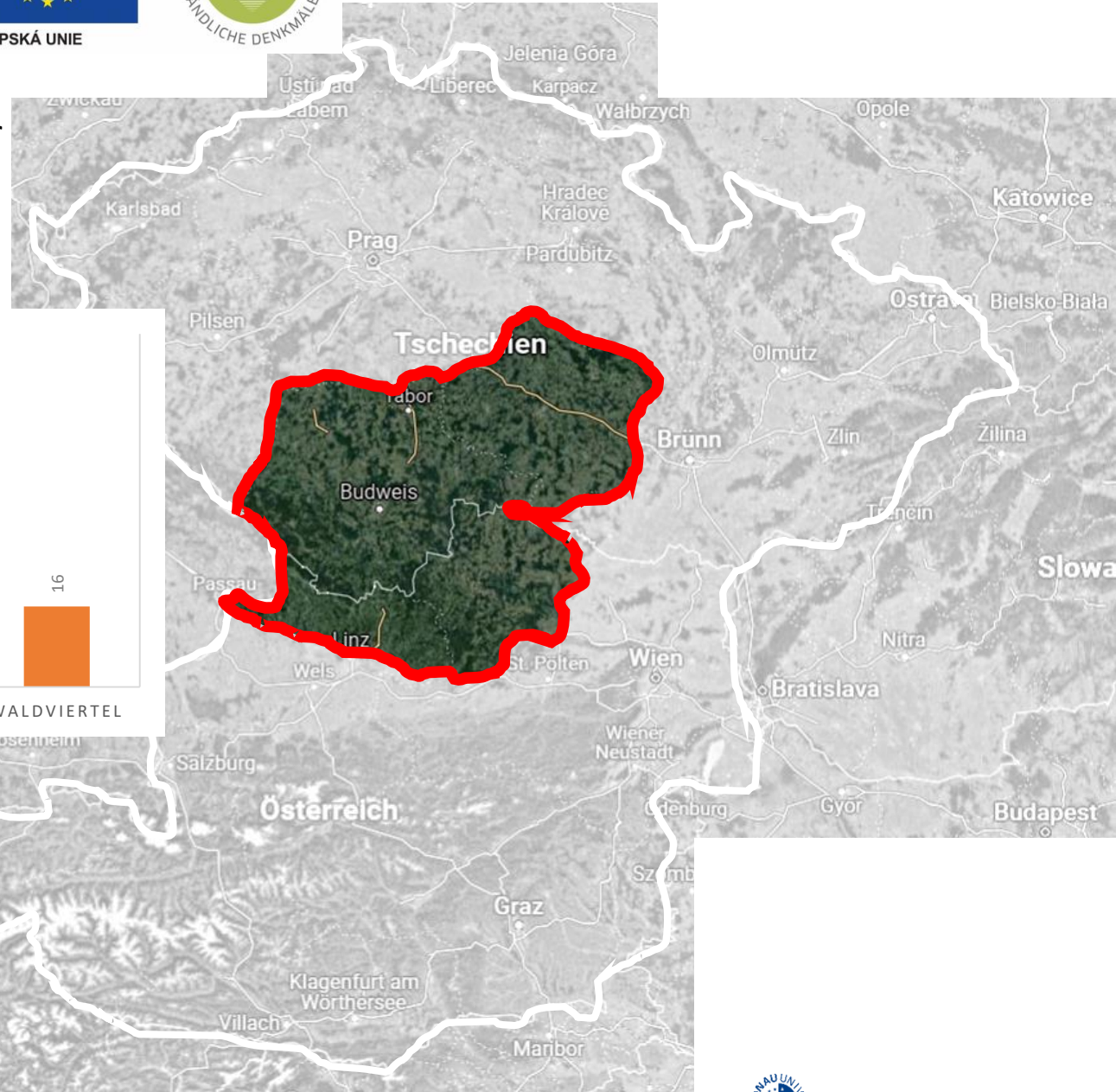
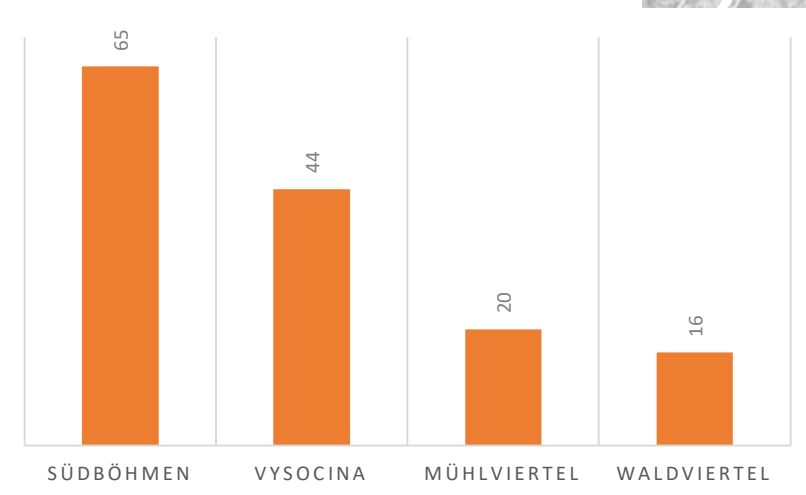
# Systemmodell



## Abgeleitete Auswahlkriterien

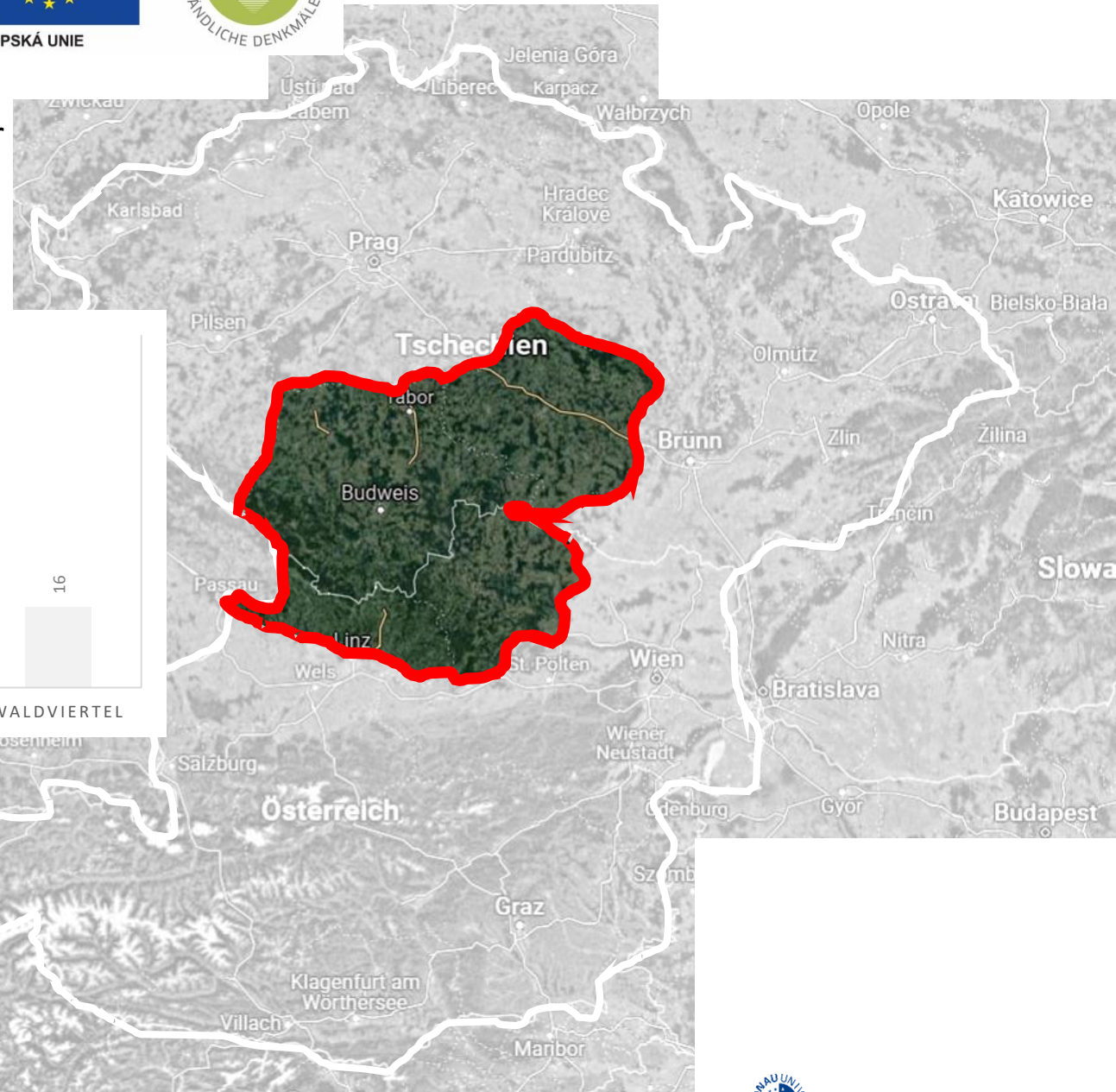
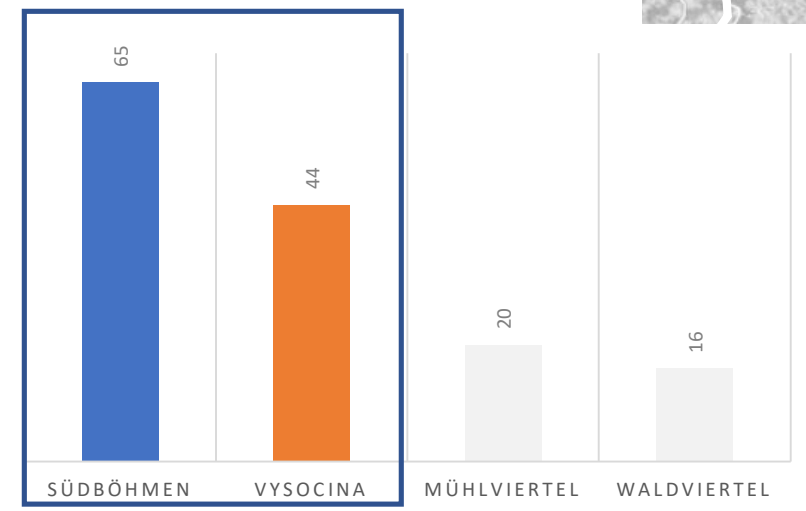
- \* **ZUSTAND**
- \* **AUTHENTIZITÄT**
- \* **ÖFFENTL. ERREICHBARKEIT** (Anbindung an Verkehrsinfrastruktur)
- \* **KOMBINIERBARKEIT** (Integrierbarkeit in bestehende Tourismusangebote, untersch. Zielgruppen)
- \* **WEGANBINDUNG** (Erschließung durch tour. Wegeinfrastruktur)
- \* **STORYTELLING** (Zusammenhang mit kulturellen, historischen u.a. Besonderheiten)
- \* **NEUIGKEITSWERT**

# Auswahl und Anzahl der (bisher) genannten Denkmäler $\Sigma = 145$



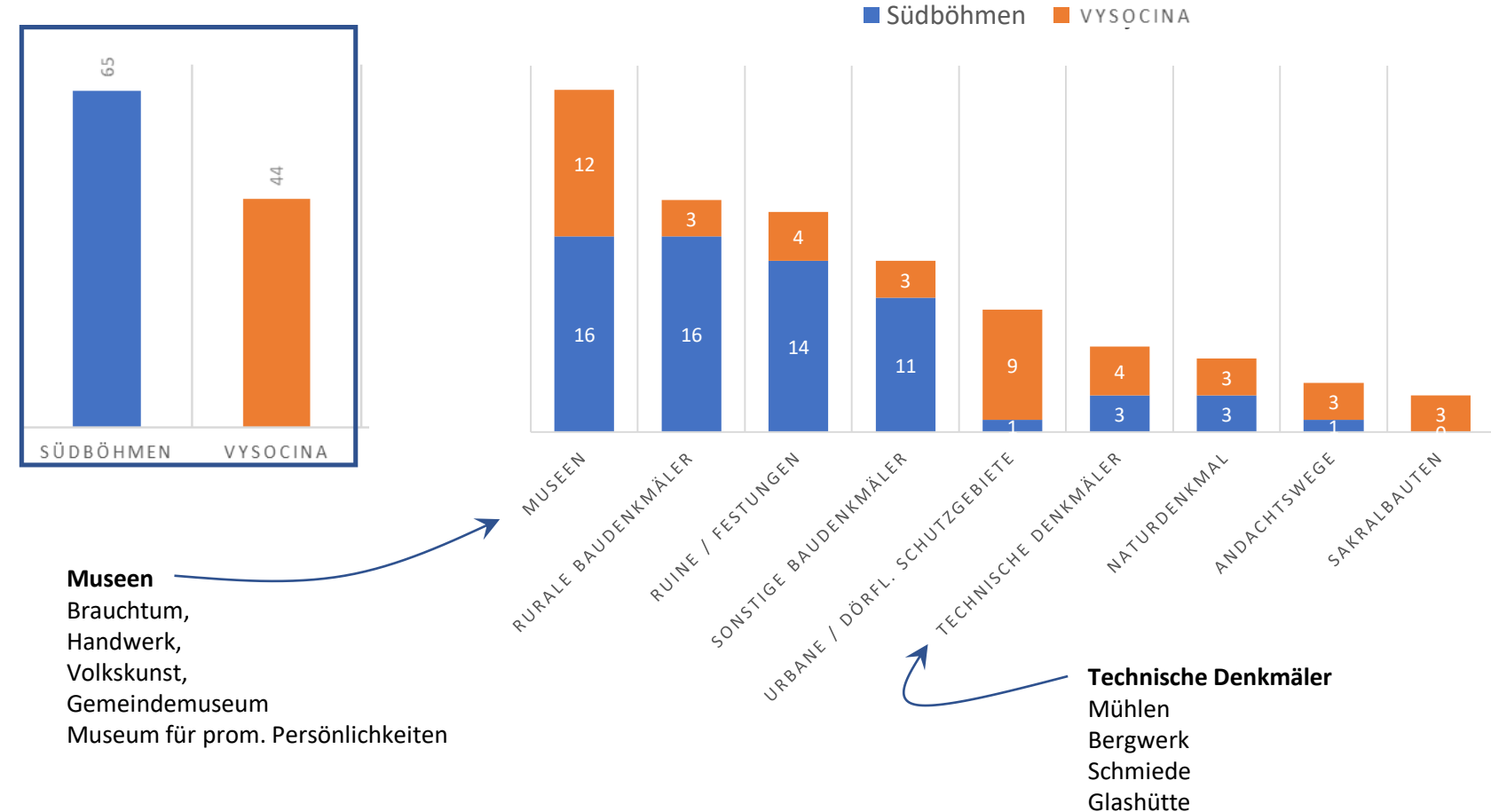


# Auswahl und Anzahl der (bisher) genannten Denkmäler $\Sigma = 109$



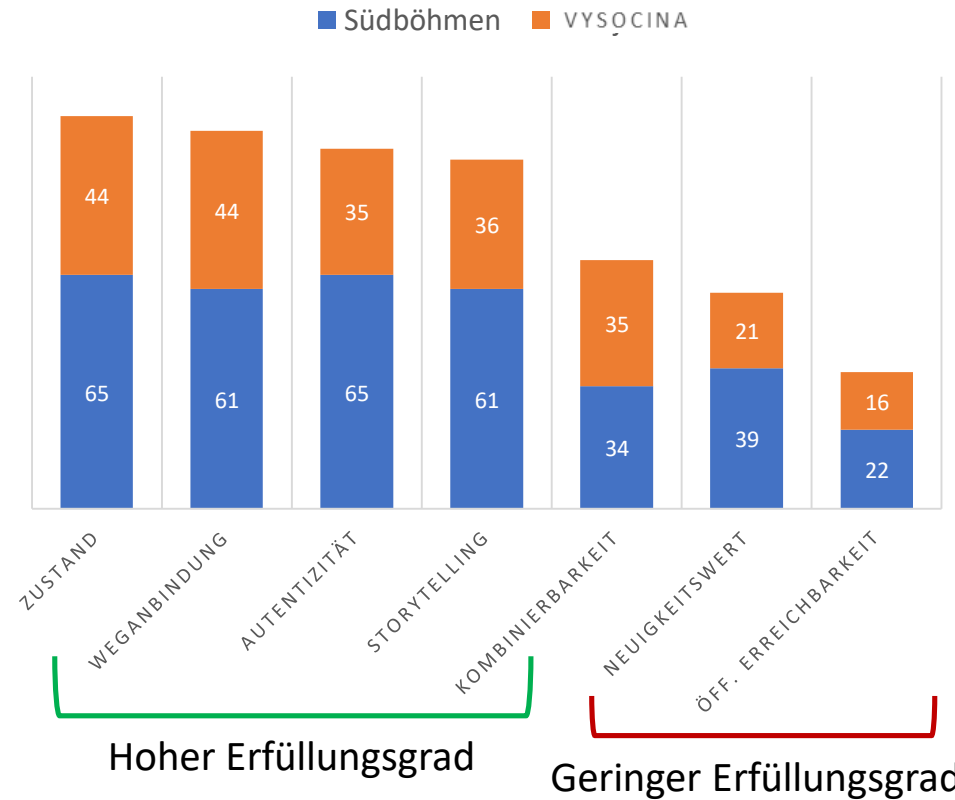
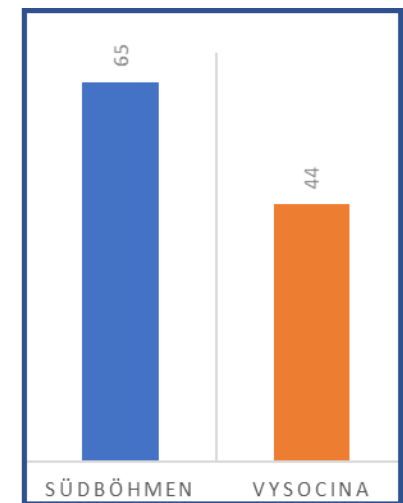
# Auswahl und Anzahl der (bisher) genannten Denkmäler $\Sigma = 109$

## Art der Denkmäler



**Anzahl** der (bisher)  
 ausgewählten Denkmäler  
 $\Sigma = 109$

## Erfüllung der Auswahlkriterien



# LD-Beispiel – Schlossaltar Mautern mit dem Lokalhistoriker Josef Hadrbolec

→ Beispiel für **Storytelling** und Integration von Kenntnissen lokaler Wissensträger\*innen



# Workshop



Von	Bis	Dauer	Aufgabe
14:00	14:15	00:15	Ablaufklärung, Vorstellung der Leitfrage und Gruppeneinteilung
14:15	14:45	00:30	Individuelle Beantwortung der Leitfrage
14:45	15:15	00:30	Gruppeninterne Vorstellung und Clusterung der Antworten (incl. Übersetzung)
15:15	15:30	00:15	Gegenüberstellung der Gruppenergebnisse
15:30	16:00	00:30	„Gallerywalk“ (Markierung der wichtigsten Outcomes) und Abschlussdiskussion

			Úkol
14:00	14:15	00:15	Vysvětlení postupu, představení návodné otázky a rozdělení do skupin
14:15	14:45	00:30	Individuální odpověď na hlavní otázku
14:45	15:15	00:30	Skupinová prezentace a seskupení odpovědí (včetně překladu)
15:15	15:30	00:15	Srovnání výsledků skupin
15:30	16:00	00:30	„Gallerywalk“ (s vyznačením nejdůležitějších výsledků) a závěrečná diskuse

## Leitfrage

**Wie können *Ländliche Denkmäler* in die Tourismusentwicklung der Region Südböhmen und Vysočina einbezogen werden?**

Denken Sie dabei an z.B. an folgende Aspekte

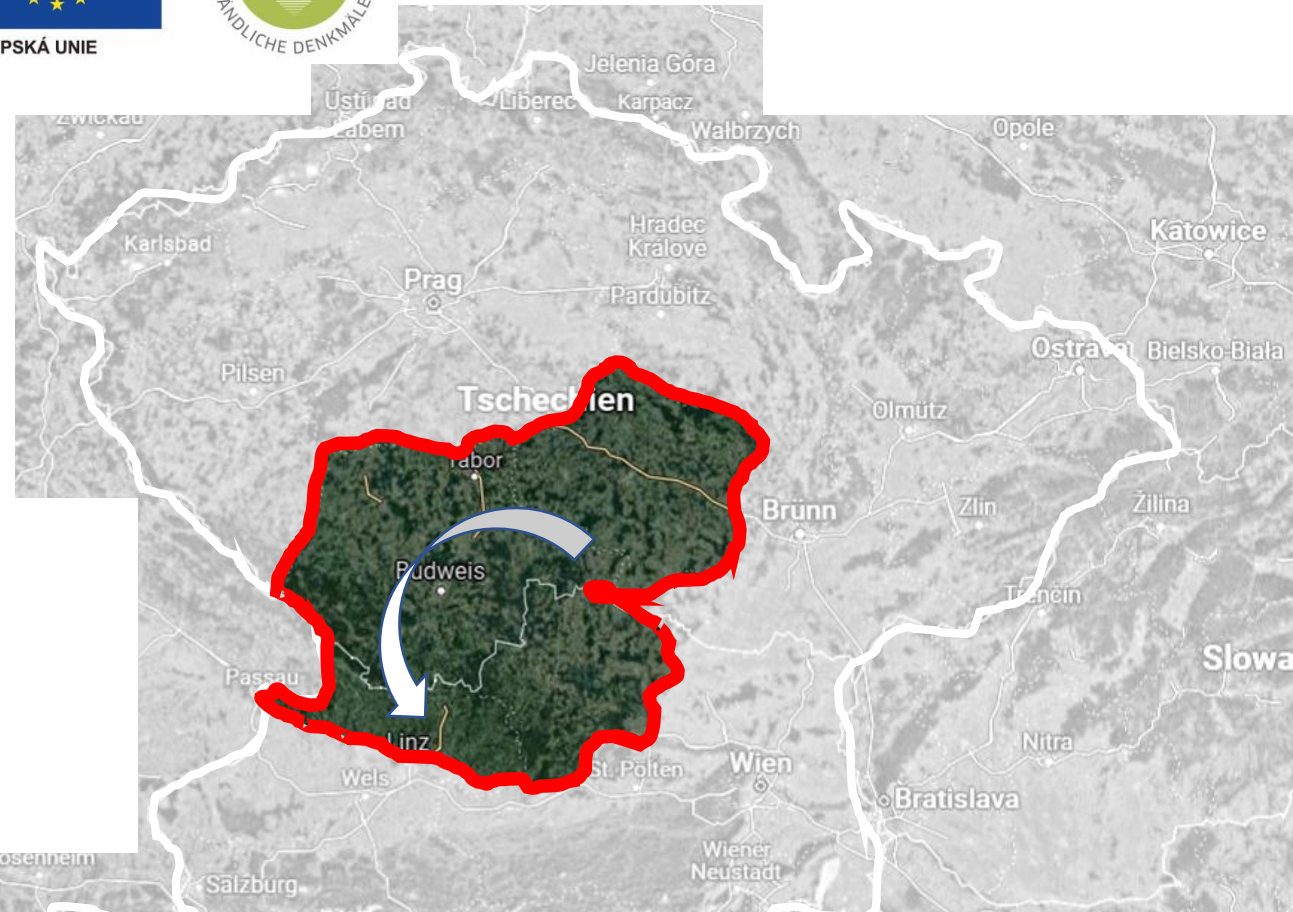
- Wo liegen die Stärken und Schwächen der Tourismusregion?
- Welches sind die speziellen Anreize für Besuche in der Region? (USP)
- ...

## Klíčová otázka

**Jak lze zapojit venkovské památky do rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a na Vysočině?**

Zamyslete se například nad následujícími aspekty.

- Jaké jsou silné a slabé stránky turistického regionu?
- Jaké jsou zvláštní pobídky pro návštěvu regionu? (USP)
- ...



Herzlichen Dank! Auf Wiedersehen in  
→ Freistadt : )

Děkuji mnohokrát! Uvidíme se v  
→ Freistadt : )