

Axel BRAUN, Bielefeld und Albrecht STEINECKE, Trier

## **Der Reiseführer „Natur und Kultur – Auf neuen Wegen durch den Teutoburger Wald“: Vom Konzept zum Produkt**

**Bericht über ein Praxisprojekt an der Universität Bielefeld**

### **1. Einleitung**

Stadtteilerkundungen, länderkundliche Animationsprogramme und Studienreisen haben Hochkonjunktur. Ebenso wie die ständig steigende Zahl an historischen und naturkundlichen Lehrpfaden oder das rasant wachsende Angebot an heimatkundlicher Literatur und an Reiseführern (vgl. u. a. STEINECKE 1988) spiegeln sie das Interesse der Bürger, sich in Freizeit und Urlaub mehr als bisher ihre räumliche Umwelt zu erschließen und anzueignen. Die Renaissance des Heimatgefühles sowie der stabile Trend des Kulturtourismus (vgl. BECKER/STEINECKE 1993) werden für diese Entwicklung verantwortlich gemacht.

An den wissenschaftlichen Hochschulen wird die laienwissenschaftliche Erschließung der Umwelt (insbesondere der Alltagswelt) unter dem Stichwort „Spurenlesen-Konzept“ diskutiert. Sicherung, Lesbarkeit und Deutung von Spuren sind unter anderem Gegenstand theoretischer Reflexion. Andererseits wurde die praktische Umsetzung des Konzeptes — von wenigen Ausnahmen abgesehen — seitens der Hochschulen bislang kaum verfolgt. So spricht zum Beispiel ISENBERG (1987) von einer „Geographie ohne Geographen“, weil die Interpretation der räumlichen Freizeitumwelt weitgehend ohne geographische Beteiligung abläuft, obgleich entsprechende Kompetenzen vorhanden und fundierte fachliche Beiträge wünschenswert sind.

Vor diesem Hintergrund führten die Verfasser zusammen mit einer Gruppe von Geographie- und Pädagogik- sowie „Seniorenstudenten“ ein Praxisprojekt an der Universität Bielefeld mit der Zielsetzung durch, einen marktfähigen Reiseführer über den Teutoburger Wald zu konzipieren und zu realisieren. Das Projekt begann im Wintersemester 1989/90 und fand im April 1992 mit dem Erscheinen des Reiseführers „Natur und Kultur – Auf neuen Wegen durch den Teutoburger Wald“ seinen Abschluß (vgl. BRAUN/STEINECKE 1992).

## 2. Allgemeine Projektziele

Für das Projekt wurden zunächst einige grundlegende Ziele formuliert, die sich mit den Begriffen Praxisorientierung, Produktorientierung, Marktorientierung, Interdisziplinarität und Generationszusammenhang kurz umschreiben lassen. Sie werden im weiteren kurz erläutert.

### 2.1 Praxisorientierung

Wesentliches Ziel bei der Erstellung der Texte war es, eine populärwissenschaftliche Vermittlung von Fachwissen zu leisten. Es sollte also kein Sammelband mit wissenschaftlichen Beiträgen über die Region entstehen, sondern ein Reiseführer, der sich an den spezifischen Interessen und zeitlichen Möglichkeiten der Tagesausflügler und Touristen orientiert. Damit rückten Aufgaben in den Mittelpunkt, für die Pädagogik- und Lehrerstudenten eo ipso sensibilisiert sind: Fragen der Elementarisierung bzw. der didaktischen Reduktion, Bewältigung der Stofffülle oder Veranschaulichung durch Medien etc.

### 2.2 Produktorientierung

Ein weiteres Ziel des Projektes war es, ein Produkt vorzulegen, das veröffentlicht werden konnte. Mit diesem Ziel war für die Teilnehmer/innen eine hohe Verbindlichkeit der Arbeit und eine große Verantwortung verbunden (solides Recherchieren, sachlich-richtige Informationen). Zugleich stellte es eine wichtige Motivation im Prozeß der Konzeption und Realisierung dar. Die Arbeit umfaßte die Erstellung geeigneter Textentwürfe, die Anfertigung passender Kartenausschnitte und Fotos sowie die Auswahl von weiterführenden Literaturhinweisen. Das Endprodukt sollte so professionell gestaltet und ausgereift sein, daß es Verlagen zur Publikation angeboten werden konnte.

### 2.3 Marktorientierung

Parallel zur Projektdurchführung wurden Kontakte zu interessierten Verbänden bzw. potentiellen Verlagen aufgenommen. Damit wurde sichergestellt, daß das Produkt den Anforderungen des Marktes hinsichtlich Umfang, Stil und Gestaltung entspricht und somit konkurrenzfähig ist.

### 2.4 Interdisziplinarität

Ein Reiseführer, der Natur und Kultur in gleicher Weise berücksichtigen will, ist auf Fachleute verschiedener Disziplinen angewiesen. Die Projektteilnehmer/in-

nen brachten neben pädagogischen vor allem geographische, biologische, historische und literaturwissenschaftliche Kompetenzen ein. Zur Sicherstellung des gewünschten Standards wurden weitere Experten für das Projekt gewonnen – vornehmlich aus den Bereichen Kunst, Kunstgeschichte und Architektur.

## 2.5 Generationszusammenhang

Das Studienangebot für Senioren an der Universität Bielefeld bietet älteren interessierten Menschen (ab 50) die Gelegenheit, erstmals oder wieder unterschiedliche Bildungsinteressen an der Hochschule wahrzunehmen. In das Projekt wurden bewußt auch „Seniorenstudenten“ integriert. Für die Projektdurchführung war die Teilnahme der Senioren ein großer Gewinn. Neben berufsspezifischen Kompetenzen, die für die Realisierung des Reiseführers als äußerst hilfreich waren (z. B. Förster), wiesen die älteren Teilnehmer/innen auch umfassende heimatkundliche Kenntnisse auf, die wiederholt in die Texte einfließen.

## 3. Leitlinien des Reiseführers

Um ein gemeinsames Fundament für die Projektarbeit zu haben, wurden von Anfang an einige konzeptionelle Leitlinien vorgegeben. Diese beziehen sich auf die Zielgruppe, den zu behandelnden Raum, den Umfang, die Themenauswahl und die Gestaltung. Diese Leitlinien sollen im weiteren kurz erläutert werden.

### 3.1 Zielgruppe

Der Reiseführer wendet sich an mehrere touristische Zielgruppen: die Tagesausflügler (Einheimische, die ihre Heimatregion besser kennenlernen wollen), die Kurzurlauber (zumeist Wochenendbesucher) und die Touristen (jährlich besuchen zirka 500 000 Urlauber den Teutoburger Wald). Bei der Lektüre und Nutzung des Reiseführers werden keine Vorkenntnisse vorausgesetzt. Die Informationen müssen deshalb leicht verständlich sein und sollen einführenden Charakter haben.

### 3.2 Raum

Die Informationen beziehen sich überwiegend auf das Gebiet des Regierungsbezirks Detmold. Der Titel „Auf neuen Wegen durch den Teutoburger Wald“ ist insofern stark vereinfachend. Es ist aber zu bedenken, daß die potentiellen Käufer mit der Bezeichnung „Teutoburger Wald“ wesentlich mehr anzufangen wissen als mit administrativen Begriffen wie Regierungsbezirk Detmold oder

auch Ostwestfalen-Lippe. Im übrigen wird im Vorwort sowie durch die beiden Übersichtskarten auf den Umschlaginnenseiten der behandelte Raum näher gekennzeichnet.

### 3.3 Umfang

Der Reiseführer soll eine erste, aber breitgefächerte Einführung in Natur und Kultur der Region geben. Mit Fotos und Karten soll der Umfang 80 bis 100 Druckseiten betragen (diese Festlegung ergab sich unter anderem nach ersten Verlagskontakten und Kalkulationen).

### 3.4 Themenauswahl

Zentrales Ordnungsprinzip beim Aufbau des Reiseführeres ist nicht die Teilregion (wie sonst in vielen Reiseführern üblich), sondern der Themenbereich, für den dann jeweils besuchenswerte Objekte angegeben werden. Der Forderung nach umfassenden Informationen über die vielfältigen Sehenswürdigkeiten der Region entspricht deshalb auch eine umfangreiche Themenliste, die sich nicht auf historische und kunstgeschichtliche Informationsangebote beschränkt (vgl. 3.5). Insbesondere wird Wert darauf gelegt, die in der Regel stiefmütterlich behandelten Aspekte der Naturlandschaft stärker in den Vordergrund zu rücken.

### 3.5 Gestaltung

Gestalterische Elemente des Reiseführers sind Text, Karte und Foto. Sie bilden eine Einheit, das heißt sie beziehen sich aufeinander und sind miteinander verzahnt. Für die Gestaltung der Texte wurden die folgenden Grundsätze festgelegt, die auch für die Informationsvermittlung bei der Reiseleitung gelten (vgl. SCHMEER-STURM/SPRINGER 1987):

- sachlich richtig informieren,
- Bezüge zur Gegenwart herstellen,
- anschaulich vermitteln
- gegensätzliche Standpunkte darstellen
- exemplarisch vorgehen,
- Informationen personalisieren bzw. handelnde Gruppen als Träger der Geschichte darstellen,
- Daten/Informationen elementarisieren,
- Klischees/Vorurteile aufgreifen und richtigstellen,
- Informationen in Gesamtzusammenhänge einordnen,
- Quellen befragen.

Für die Anfertigung und Auswahl der Fotos galten die folgenden Vereinbarungen:

- Anzahl der Fotos: 40 bis 50,
- nur Farbfotos,
- ausgewogenes Verhältnis im Hinblick auf:
  - regelmäßige Verteilung,
  - Themenbereiche,
  - Aufnahme auch bislang unbekannter Objekte (z. B. Jugendstilhäuser, historische Dampfmaschine),
  - Fotos mit Menschen beleben,
  - auch Details fotografieren (neugierig machen).

#### 4. Projektdurchführung

Das Projekt wurde im Wintersemester 1989/90 mit zirka 30 Teilnehmern/innen durchgeführt. Nach der Vorstellung der Projektziele durch die Projektleiter wurden in den folgenden Sitzungen geeignete inhaltliche Themenbereiche festgelegt. Anschließend konstituierten sich Arbeitsgruppen (ein bis vier Studenten), die jeweils für einen Themenbereich verantwortlich waren (Literaturstudium, Recherchen vor Ort, Fotos etc.). Für die nicht gewählten Themenbereiche wurden externe Experten gewonnen.

Jede Arbeitsgruppe legte bis zum Jahresende einen ersten Textentwurf vor. Dieser wurde von den Projektleitern korrigiert und an die Gruppe zurückgegeben. Allgemeine Probleme wurden jeweils im Plenum diskutiert. Am Ende des Semesters wurden die endgültigen Textentwürfe zusammen mit geeigneten Fotos und Literaturhinweisen abgegeben. Die Texte wurden anschließend von den Projektleitern redigiert (zum Teil auch um- oder neugeschrieben). Parallel zu diesen Aktivitäten liefen Verhandlungen mit der Fachhochschule Bielefeld (zur Ergänzung der Bildangebote) sowie mit interessierten Verbänden und Verlagen. Im Herbst 1990 erfolgte eine vorläufige Zusage des Westfalen-Verlags (Bielefeld), Mitte 1991 war die Drucklegung gesichert.

#### 5. Das Produkt

Im Frühjahr 1992 erschien der Reiseführer „Natur und Kultur – Auf neuen Wegen durch den Teutoburger Wald“ im Westfalen-Verlag. Auf 112 Seiten enthält er 16 Kapitel zu unterschiedlichen Themenbereichen, zwei Übersichtskarten, fünf Innenstadtpläne, 52 Farbfotos, ein Literaturverzeichnis sowie ein alphabetisch geordnetes Personen-, Sach- und Ortsregister. Die 16 Themen lassen sich zu vier Gruppen zusammenfassen:

- Natur
  - Landschaftsgeschichte — Total verworfen
  - Wald und Wild — Vom Urwald zum Kulturwald
  - Moore — Die letzten Atemzüge einer Urlandschaft
  - Sand — Eine Wüste wird kultiviert
  
- Siedlungen/Baudenkmäler
  - Historische Stadtkerne
  - Haus und Hof — Vom Fachwerkbau zum Futtersilo
  - Heilbäder — Morgens Fango, abends Tango
  - Burgen und Schlösser — Wenn Bauen zur Lust wird
  - Klöster und Kirchen — Als Religion noch keine Privatsache war
  - Architektur des 20. Jahrhunderts — Vom Jugendstil zum „Super Studio“
  
- Industrie/Technik
  - Industrie und Industriedenkmäler — Am leinenen Faden
  - Dampfeisenbahnen und technische Museen — Endstation Sehnsucht
  
- Kultur
  - Literaturlandschaft Teutoburger Wald — Mythen, Märchen, Literaten
  - Kultur — „Eine Leidenschaft für die Kunst“
  - Feste und Feiern — „Wenn de Vadder mit de Modder op de Kirmes geht . . .“
  - Essen und Trinken — Mehr als Wurst und Schinken

Die Aufzählung macht deutlich, daß auch Themenbereiche berücksichtigt werden, die nicht zum gängigen Repertoire von Reiseführern gehören (z. B. Wald und Wild, Architektur des 20. Jahrhunderts, Industrie und Industriedenkmäler).

Die Kapitel sind folgendermaßen aufgebaut: Jedem Thema wird zunächst eine bestimmte Farbe zugeordnet, um eine schnelle Orientierung zu ermöglichen (farbiges Suchsystem; Farbbalken am oberen rechten Rand der ungeraden Seiten). Der Themeneinstieg erfolgt über ein großformatiges Farbfoto sowie einen kurzen, zusammenfassenden Text. Dann wird in einem knappen Überblick allgemein in das Thema eingeführt (Sachinformation).

Es folgen konkrete Hinweise auf ausgewählte Sehenswürdigkeiten und Informationen über die jeweiligen Öffnungszeiten, Telefonnummern und Anfahrtswege. Alle aufgeführten Sehenswürdigkeiten sind in der Übersichtskarte — in der Farbe des Kapitels — positionsgetreu eingetragen. Schließlich folgen Hinweise auf weiterführende Literatur. Eingebunden in diesen formalen Aufbau sind weitere ausgewählte Fotos, die Innenstadtpläne sowie thematische Kästen, die weiterführende Informationen zu besonderen Sehenswürdigkeiten enthalten. Die Kästen beschäftigen sich unter anderem mit den Externsteinen, dem Hermannsdenkmal, der ostwestfälischen Mühlenstraße sowie den Dinosaurierspuren.

Die Vermarktung des Reiseführers erfolgt durch den Westfalen-Verlag. Neben Werbekampagnen in den Medien der Region (Fernsehen, Rundfunk, Zeitung)

wurden die ostwestfälischen Buchhandlungen über das Erscheinen des Reiseführers informiert. Vor dem Hintergrund starker Konkurrenz (z. B. HB-Bildatlas Teutoburger Wald) und des relativ hohen Verkaufspreises (25 DM) ist die bisher erreichte Verkaufszahl von mehr als 2000 Exemplaren sicherlich als Erfolg zu werten.

## 6. Schluß

Das Projekt hat unter anderem gezeigt, daß die Fachdidaktiken — bislang fast ausschließlich auf schulische Belange fixiert — auch für außerschulische Aufgaben Kompetenzen besitzen und diese auch adäquat vermarkten können. Gerade Fächer wie die Geographie sollten ihre Chance nutzen und bei der Erschließung und Interpretation der räumlichen Freizeitumwelt mitwirken (vgl. in diesem Zusammenhang die geographischen Reise- bzw. Ausflugsführer von BECKER o. J., BECKER/MOLL 1990 und KOBERNUSS 1989). Ein besseres Verständnis in der Öffentlichkeit für das, was Geographen tun, sowie eine mittelfristige Imageaufwertung des Faches können wünschenswerte Folgen sein.

## Literatur

- BECKER, Chr. (Hrsg.) o. J.: Ausflüge in das Trierer Land. 17 inhaltsreiche Wander-, Fahrrad- und Bootstouren in die Umgebung von Trier. Hrsg. v. Eifelverein und Hunsrückverein, Düren.
- BECKER, Chr./MOLL, P. (Hrsg.) 1990: Geographischer Wanderführer für den Saar-Mosel-Ruwer-Raum. 30 Rundwanderungen zu Fuß, mit dem Rad und per Boot, Saarbrücken.
- BECKER, Chr./STEINECKE, A. (Hrsg.) 1993: Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen? Trier (ETI-Studien; Bd. 2).
- BRAUN, A./STEINECKE, A. (Hrsg.) 1992: Natur und Kultur. Auf neuen Wegen durch den Teutoburger Wald, Bielefeld.
- ISENBERG, W. 1987: Geographie ohne Geographen. Laienwissenschaftliche Erkundungen, Interpretationen und Analysen der räumlichen Umwelt in Jugendarbeit, Erwachsenenwelt und Tourismus, Osnabrück (Osnabrücker Studien zur Geographie; Bd. 9).
- KOBERNUSS, J.-F. 1989: Reiseführer als raum- und zielgruppenorientiertes Informationsangebot. Konzeption und Realisierung am Beispiel Kulturlandschaftsführer Lüneburger Heide, Göttingen (Praxis Kultur- und Sozialgeographie; Bd. 4).
- SCHMEER-STURM, M.-L./SPRINGER, W. 1987: Trainingsseminar für Gästeführer. Grundkurs zur Vorbereitung und Durchführung von Besichtigungen, Darmstadt (Touristik-Taschenbücher; o. Bd.).
- STEINECKE, A. 1988: Der bundesdeutsche Reiseführer-Markt: Leseranalyse - Angebotsstruktur - Wachstumsperspektiven, Starnberg.