



„Blaues Band Oberweser– Potenziale erkennen, Maßnahmen initiieren“

Kommunikation für mehr Flussnatur an der Oberweser: Transparente Information, Beteiligung und Naturerlebnis



Projektname:

Voruntersuchung Blaues Band Oberweser – Potenziale erkennen, Maßnahmen initiieren

Projektträger:

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), Landesverband Niedersachsen e.V.

Förderkennziffer (FKZ):

3522110200

Laufzeit des Projektes:

15.02.2023 -30.04.2025

Das Projekt wurde gefördert im Bundesprogramm „Blaues Band Deutschland“ (Förderprogramm Auen) durch das Bundesamt für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV).



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz



Bundesamt für
Naturschutz

Inhalt

1. Einleitung	3
2. Analyse der aktuellen Situation	3
2.1. Interessensgruppen an der Oberweser	4
2.2. Herausforderungen.....	5
2.2.1. Landwirtschaft.....	5
2.2.2. Tourismus.....	5
2.2.3. Schifffahrt.....	5
2.2.4. Industrie.....	5
2.2.5. Weitere Herausforderungen.....	6
2.3. Synergien und Einbindung bestehender Konzepte	6
3. Ziele der Kommunikation.....	8
4. Maßnahmenvorschläge für die Zielerreichung: Regelmäßig und transparent informieren	9
4.1. Durchführung von Informationsveranstaltungen zum Projekt.....	9
4.2. Teilnahme an externen Veranstaltungen	10
4.3. Durchführung von Veranstaltungen zu Wissensvermittlung.....	10
4.4. Erstellung von Printprodukten	11
4.5. Erstellung von Online-Informationen	11
4.6. Mediale Begleitung des Projektes.....	12
4.7. Pressearbeit	12
Allgemeine Empfehlungen.....	13
5. Maßnahmenvorschläge für die Zielerreichung: Beteiligung ermöglichen	13
5.1. Einrichtung eines neutralen Veranstaltungsformates.....	13
5.2. Gemeinsame Entwicklung von Erlebnis-/Informationsangeboten.....	14
Allgemeine Empfehlungen.....	14
6. Maßnahmenvorschläge für die Zielerreichung: Naturerlebnis ermöglichen	14
6.1. Naturerlebnisangebote am Fluss entwickeln	14
6.2. Entwicklung von Erlebnisräumen	15
6.3. Stärkung des muskelbetriebenen Wassersports	15
6.4. Mitwirkung an Veranstaltungen zum Flusserleben	15
Allgemeine Empfehlungen:.....	15
Quellenverzeichnis:.....	16

1. Einleitung

Die gesellschaftliche Akzeptanz von Konzepten, Instrumenten und Maßnahmen des Naturschutzes hängt in hohem Maße davon ab, wie diese in der Öffentlichkeit positioniert und kommuniziert werden. Information- und zielgruppenorientierte Kommunikation sind für eine erfolgreiche Naturschutzarbeit daher unentbehrliche Instrumente. (BfN 2023))

Das hier vorliegende Kommunikationskonzept steht im Kontext des seit Februar 2023 laufenden, im Bundesprogramm Blaues Band Deutschland geförderten Projekt, dem „Blauen Band Oberweser“. Dieses Projekt umfasst im engeren Sinne ein naturschutzfachliches Entwicklungskonzept zur Revitalisierung der Auen an der Oberweser (UIH Planungsbüro & BUND 2026) sowie das hier vorliegende Kommunikationskonzept.

Das Kommunikationskonzept soll in erster Linie als Basis für ein an die Vorstudie anschließendes Hauptvorhaben dienen, in dem Maßnahmen an der Oberweser umgesetzt werden. Dabei fließen die Erkenntnisse aus den Dialogformaten der Vorstudie mit ein.

Das Projektgebiet erstreckt sich über 205 Flusskilometern zwischen Hannoversch Münden und Minden. Die Oberweser fließt in diesem Bereich durch die Bundesländer Hessen, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. Das Bundesamt für Naturschutz (BfN) stuft die Auen dieses Flussabschnitts als deutlich, überwiegend sogar als stark verändert ein (BfN 2021).

Die Weser ist hauptsächlich durch intensive landwirtschaftliche Nutzung geprägt. Auwälder, naturnahe Stillgewässer, artenreiche Grünlandbereiche und natürliche Flutrinnen sowie Uferabschnitte fehlen, viele natürliche Lebensräume gefährdeter Tier- und Pflanzenarten sind aufgrund von Flussausbau und intensiver Nutzung der Aue größtenteils verschwunden. Gemeinsam mit der ebenfalls stark (Ufer) bis sehr stark (Sohle und Umfeld) veränderten Gewässerstruktur im Plangebiet kennzeichnet der aktuelle Auenzustand den hohen Handlungsbedarf zur an der Renaturierung der Oberweser.

Das nachdrückliche Engagement der Mitglieder des Initiativkreises mündete 2023 in der Bewilligung dieses Projektes, dessen Erfolg auch in hohem Maße von Instrumenten und Maßnahmen einer zielgruppenorientierten Kommunikation abhängig ist.

2. Analyse der aktuellen Situation

Die Oberweser-Auen unterliegen einer intensiven Nutzung. Dadurch entstehen verschiedene Nutzungskonflikte, die im Rahmen der Revitalisierung berücksichtigt werden müssen. Diese spezifischen Herausforderungen sollen identifiziert und konkrete Maßnahmen abgeleitet sowie priorisiert werden. Das betrifft neben dem Arbeitsbereich Naturschutz ebenfalls die Kommunikation. Gleichzeitig lassen sich durch die ökologische Aufwertung der Flussauen auch Synergien zu anderen Bereichen feststellen.

2.1. Interessensgruppen an der Oberweser

Ein konstruktiver Dialog und die Zusammenarbeit mit allen relevanten Stakeholdern sind entscheidend, um eine ganzheitliche und nachhaltige Revitalisierung der Oberweser-Auen zu erreichen. Zu den wichtigsten Stakeholdern gehören:

Anrainergemeinden und Bürger*innen: Die Bewohner*innen der Region, insbesondere die Gemeinden entlang der Oberweser, sind von den Veränderungen und Maßnahmen betroffen. Es ist wichtig, ihre Anliegen, Bedenken und Meinungen zu berücksichtigen und sie in den Entscheidungsprozess einzubeziehen.

Behörden und Entscheidungsträger*innen: Dazu gehören unter anderem staatliche und regionale Behörden, die für Umweltschutz, Flussmanagement und Raumplanung zuständig sind. Sie spielen eine wichtige Rolle bei der Festlegung und Umsetzung von Richtlinien, Gesetzen und Maßnahmen zur Revitalisierung der Oberweser.

Hervorzuheben ist die **Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung (WSV)**, die nicht nur für den Verkehr auf den Bundeswasserstraßen, sondern auch für die Erreichung gewässerökologischer Ziele zuständig ist. Zuständig für die Unterhaltung und den Betrieb der Bundeswasserstraße Weser ist das Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt Weser (WSA Weser).

Im Detail ist die WSA für den Funktionsraum „Gewässer“ und „Uferzone“ (Böschungsoberkante bzw. mittlere Hochwasserlinie) verantwortlich. Im Funktionsraum „Aue“ setzen Dritte Maßnahmen mit dem Förderprogramm Auen um. Überschneidungen der Zuständigkeiten gibt es im Funktionsraum „Uferzone“.

Naturschutzverbände und Umweltorganisationen: Organisationen wie der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) spielen eine entscheidende Rolle bei der Förderung des Naturschutzes und der Revitalisierung der Oberweser. Sie setzen sich für den Schutz der Flussökosysteme ein und können mit Fachwissen sowie Erfahrung wichtige Beiträge leisten.

Bildungssektor: Um das Bewusstsein für den Naturschutz zu stärken, Wissen zu vermitteln und langfristige Veränderungen herbeizuführen ist die Zusammenarbeit mit Kindern, Jugendliche und Erwachsenen über informelle oder formelle Bildung wichtig. Die Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe am Standort Höxter kann ein wichtiger Partner im Projekt werden.

Landwirtschaft: Da intensive landwirtschaftliche Nutzung einen großen Einfluss auf die Entwicklung der Oberweser-Auen hat, sind Landwirt*innen ein wichtiger Stakeholder. Um nachhaltige Lösungen zu finden, müssen sowohl landwirtschaftliche Bedürfnisse, Interessen und Anliegen berücksichtigt werden.

Freizeit, Erholung und Tourismus: Die Oberweser ist ein beliebtes Ziel für Freizeitaktivitäten wie Angeln, Boot- und Radfahren. Die Interessen dieser Nutzer*innengruppen müssen miteinbezogen werden, um den Schutz der Natur mit den Bedürfnissen des Tourismus in Einklang zu bringen. Diese Gruppen haben ein starkes Eigeninteresse, da ihre Aktivitäten von intakter Natur in hohem Maße abhängig sind. Eine Förderung des naturnahen Tourismus ist im Bundesprogramm Blaues Band Deutschland explizit vorgesehen.

Fischerei: Die Fischerei setzt sich für die Berücksichtigung von fischereilichen Belangen und die Stärkung der Wirtschaftskraft der Fischereibetriebe ein. Damit einher geht der Schutz der

Fischbestände und der Einsatz für die Fischgesundheit. Hierzu wird u.a. die Sicherung und Wiederherstellung von Fischwanderwegen sowie die Förderung von Fischlebensräumen und deren dauerhafte aquatische Erreichbarkeit angestrebt.

Die hier aufgeführten Stakeholder stellen dabei keine abschließende Liste der Stakeholder dar, sondern wurden im Rahmen des Kommunikationskonzeptes und aufgrund der Erfahrungen aus der Vorstudie (Durchführung von Regionalgesprächen) als die wichtigsten Stakeholder identifiziert. Darüber hinaus kann der Anlage 1 eine Liste aller eingeladenen Stakeholder, die zu den Regionalgesprächen der Vorstudie eingeladen wurden, entnommen werden.

2.2. Herausforderungen

2.2.1. Landwirtschaft

Die intensive landwirtschaftliche Nutzung der Auenflächen führt zu einem Konflikt mit der Notwendigkeit, naturnahe Lebensräume wiederherzustellen. Intensive landwirtschaftliche Praktiken, wie zum Beispiel Entwässerung und Düngung, haben dazu geführt, dass die Auen ökologisch stark verändert sind.

Ein wichtiger Aspekt bei der Revitalisierung ist die Förderung einer nachhaltigen Landwirtschaft, die sowohl landwirtschaftliche Bedürfnisse als auch ökologische Anliegen berücksichtigt.

2.2.2. Tourismus

Eine weitere Herausforderung besteht in der Freizeitnutzung der Oberweser-Auen. Durch touristische Aktivitäten wie Bootfahren, Angeln und Radfahren entstehen Spannungen zwischen den Bedürfnissen der Erholungssuchenden und dem Schutz der natürlichen Lebensräume.

Maßnahmen, die eine Balance zwischen Freizeitaktivitäten und dem Schutz der sensiblen Ökosysteme herstellen, sind besonders relevant und sollen daher bevorzugt entwickelt werden.

2.2.3. Schifffahrt

Im Zusammenhang mit der Schifffahrt auf der Oberweser bestehen weitere Nutzungskonflikte. Durch den Ausbau der Weser als Bundeswasserstraße wurde die Aue weitreichend beeinflusst.

Nun gilt es, die Anforderungen der Schifffahrt mit den Zielen des Naturschutzes in Einklang zu bringen, um den Schutz der Flussökosysteme auf der einen Seite aber auch die Nutzung der Oberweser als Bundeswasserstraße zu gewährleisten.

2.2.4. Industrie

Kiesabbau: Die Entnahme von Kies aus dem Fluss führt zum Verlust von Lebensräumen insbesondere im Wasser lebenden Organismen. Der Kiesabbau kann zu einer Verschlechterung der Wasserqualität führen. Zudem können sich durch die Freisetzung von Sedimenten und die Veränderung der Fließgeschwindigkeit Schadstoffe im Wasser ansammeln und die Wasserqualität beeinträchtigen.

Kalibergbau: Die Krankheits- bzw. Schädigungsraten in den Fischbeständen der Oberweser und Werra sind mit 4,1 % bzw. 11,3 % (Mittelwert der letzten zwölf Jahre) als relativ hoch einzuschätzen. Die infolge der Salzabwassereinleitungen der Kaliindustrie in der Werra derzeit auftretenden Ionenkonzentrationen, haben negative Effekte auf den Gesundheitszustand und den Reproduktionserfolg von Süßwasserfischen (FGG Weser 2024).

2.2.5. Weitere Herausforderungen

Allgemeine Herausforderungen, die bei großen Naturschutzprojekten bestehen, sind:

- Der Beteiligungsprozess wird als „Pseudopartizipation“ gewertet. Die großen Ziele im Projekt sind bereits festgelegt und werden sich im Verlauf nicht ändern lassen. Das kann zu Unmut bei den involvierten Interessengruppen führen.
- Die länderübergreifende Struktur des Projektes führt zu einem Mehraufwand in der Bearbeitung, da unterschiedliche Abläufe und Zuständigkeiten zu berücksichtigen sind.
- Als Ansprechpersonen vor Ort wird das Projektteam gegebenenfalls zusätzlich mit anderen Themen des Naturschutzes konfrontiert, zu denen sie keine ausreichenden Kompetenzen oder Entscheidungsbefugnis haben.

2.3. Synergien und Einbindung bestehender Konzepte

Im Rahmen des hier dargestellten Kommunikationskonzeptes können sich Synergien auf mehreren Ebenen ergeben: thematisch, interessengruppenbezogen und strukturell / organisatorisch.

Thematische Synergien:

Infolge der zunehmenden Extremereignisse aufgrund der Klimakrise wie gravierende Starkregen und Dürren müssen Lösungen in den Vordergrund rücken, mit denen Synergien zwischen Klimaschutz und Klimafolgenanpassung erreicht werden. Den Flüssen wieder mehr Raum zu geben, bietet genau diese Synergien, denn intakte Auen können nicht nur Hochwasserspitzen abpuffern und Wasser in niederschlagsarmen Phasen speichern, sondern bieten gleichzeitig Raum als natürliche Kohlenstoffspeicher und als wertvolle Lebensräume und können so dem Klima- und Biodiversitätsschutz gleichermaßen dienen. Zudem bieten intakte Gewässer und Auen umfangreiche Möglichkeiten der Erholung und Freizeitgestaltung und haben einen hohen ästhetischen und emotionalen Wert.

Die Auswertung aktueller Review-Studien zu Flusslandschaften zeigt, dass Flüsse und ihre angrenzenden Auen eine breite Palette von mindestens 40 Ökosystemleistungen (Beiträge der Natur zum menschlichen Wohlbefinden) erbringen, die nicht nur von ökologischem Wert sind, sondern auch einen bedeutenden gesellschaftlichen Nutzen haben (Schmidt et al. 2025).

Dieser gesellschaftliche Nutzen und die inhaltlichen Synergien sind uns oftmals nicht unmittelbar bewusst. Die Umsetzung der Maßnahmen des Kommunikationskonzeptes (vgl. Kap. 4, 5 und 6) kann dazu beitragen, dass ein entsprechendes Bewusstsein entwickelt wird.

Interessengruppenbezogene Synergien:

Grundsätzlich sollte versucht werden die unterschiedlichen Interessensgruppen bei der Umsetzung der Maßnahmen (sowohl naturschutzfachliche als auch Maßnahmen zur Information- und Beteiligung sowie im Rahmen der Umweltbildung) einzubeziehen.

Demnach ist laut einer aktuellen Studie ein Schlüssel zum erfolgreichen und wirksamen Schutz der Biodiversität unserer Flüsse die sogenannte „Koproduktion“ – die gemeinsame

Entwicklung von Lösungen durch Forschung, Politik, und andere lokale Gruppen, die direkt von der Flussnutzung profitieren. Dieser Ansatz verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse mit lokalem Wissen und berücksichtigt sowohl ökologische als auch gesellschaftliche Bedürfnisse. Dadurch können Konflikte reduziert und die Akzeptanz von Maßnahmen erhöht werden (Haase et al. 2025).

Im Folgenden wird für die einzelnen Interessengruppen dargestellt, welche Synergien im Kommunikationskonzept genutzt werden können oder sich aus diesem (und den darin enthaltenen Maßnahmen) ergeben:

Bürger*innen: Die Weser ist in weiten Teilen der Bevölkerung ein wichtiges Identitäts- und Identifikationsmerkmal, ebenso ein prägendes Element der Regionalgeschichte. Viele Menschen vor Ort haben aus ihrer regionalen Verbundenheit heraus den Wunsch die Flussnatur der Weser zu schützen und wieder aufzuwerten. Die im Konzept vorgeschlagenen Beteiligungsformate fördern das Umweltbewusstsein und die Akzeptanz und helfen dabei die gemeinsame Identifikation mit der Region („unsere Weser“) nach außen darzustellen.

Behörden und Entscheidungsträger*innen: Eine gemeinsame Kommunikation sollte angestrebt werden: Synergien durch abgestimmte Kommunikation (z.B. Hochwasserschutzplanung, Bildungsarbeit). Auch können gemeinsame Veranstaltung durchgeführt werden.

Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung (WSV): Die WSV ist für den Funktionsraum „Gewässer“ und „Uferzone“ (Böschungsoberkante bzw. mittlere Hochwasserlinie) verantwortlich (vgl. Kap. 2.1). Da Fluss und Aue eine räumliche und funktionale Einheit darstellen, sollten Projekte, alle Funktionsräume (Gewässer, Uferzone und Aue) umfassen. Abstimmungen und Kooperationen mit der WSV sind daher anzustreben. So können Auenrenaturierungsmaßnahmen mit erforderlicher Anbindung an den Fluss gemeinsam mit der Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung entwickelt und umgesetzt werden.

Naturschutzverbände und Umweltorganisationen: Unterstützung bei der Durchführung von Bildungs-/ Erlebnis-/Informationsangeboten.

Bildungssektor: Verbindung von naturwissenschaftlichem Unterricht mit der Praxis, indem Renaturierungsmaßnahmen als außerschulische Lernorte genutzt werden. Transfer von Forschungsergebnissen in verständliche Bildungsangebote (Citizen Science-Projekte). Unterstützung bei der Entwicklung von Erlebnis-/Informationsangeboten.

Landwirtschaft: Förderung der Kommunikation über nachhaltige Bewirtschaftungsformen, ökologische Ausgleichsmaßnahmen, Kooperation in Auenpflege und Hochwasserschutz.

Freizeit, Erholung und Tourismus: Synergien zwischen Umweltbildung und naturnahen Tourismus können gefördert werden (z.B. durch Lehrpfade, interaktive Apps, gezielte Besucherlenkung). Ggf. Unterstützung bei der Entwicklung von Erlebnis-/Informationsangeboten.

Fischerei: gemeinsame Planung von Projekten und Erfahrungsaustausch zu Erkenntnissen aus laufenden Projekten (z.B. Quappenprojekt). Ggf. Unterstützung bei der Entwicklung von Erlebnis-/Informationsangeboten.

Strukturelle / organisatorische Synergien:

Es sollten Kooperationen und Netzwerke mit Naturparks, Schulen, Umweltzentren, Tourismusverbänden angestrebt werden und ggf. eine gemeinsame Kommunikationsplattform etabliert werden (Projektfortschritte und Mitmachangebote bündeln).

Einbindung bestehender Konzepte:

Folgende Projekte, Konzepte, Planungen sind von besonderer Relevanz:

- Erlebnisraum Weserlandschaft: Eine gesamträumliche Strategie zur nachhaltigen Entwicklung des Weserraumes: <https://www.urbanland-owl.de/projekte/erlebnisraum-weserlandschaft/>

Das Rahmenkonzept "Erlebnisraum Weserlandschaft" entstand im Zuge der neunten REGIONALE des Landes Nordrhein-Westfalen. Das Rahmenkonzept zielt darauf ab, die Region Ostwestfalen-Lippe durch die Entwicklung und Aufwertung der Weserlandschaft als Lebens- und Erholungsraum zu stärken. Die Weser und ihre Nebenflüsse werden dabei nicht nur als bedeutende Natur- und Kulturräume, sondern auch zentrale Elemente für die Identität der Region gesehen. Das Konzept umfasst eine Vielzahl von Projekten, die sich auf die Verbesserung der Mobilität, die Förderung des Tourismus, den Naturschutz und die Stärkung der regionalen Identität konzentrieren. Die Ergebnisse sollten bei weiteren Planungen berücksichtigt und aufgegriffen werden.

3. Ziele der Kommunikation

Die **zwei übergeordneten Ziele der Kommunikation** für das „Blaue Band Oberweser“ bestehen darin,

- das **Bewusstsein für die Revitalisierung der Oberweser-Auen zu stärken** sowie
- die **Wiederherstellung und nachhaltige Nutzung der Flussökosysteme (durch die Interessengruppen) aktiv zu fördern**.

Zur Zielerreichung werden folgende Unterziele definiert, auf die sich konkrete Maßnahmen beziehen:

A: Regelmäßig und transparent informieren
1. Informationen bereitstellen: Alle relevanten Informationen über den Zustand der Oberweser-Auen, die Bedeutung der Revitalisierung und die geplanten Maßnahmen werden den verschiedenen Interessengruppen zugänglich gemacht.
2. Wissen vermitteln: Die Bedeutung von natürlichen Flussökosystemen, die Herausforderungen und Möglichkeiten der Revitalisierung sowie bewährte Praktiken und Erfolgsgeschichten kommunizieren, um das Verständnis und die Akzeptanz für die geplanten Maßnahmen zu fördern.

B: Beteiligung ermöglichen

1. Engagement fördern: Bürger:innen, Entscheidungsträger:innen und Landnutzer:innen dazu ermutigen, aktiv an der Revitalisierung teilzunehmen und Maßnahmen zur Wiederherstellung und nachhaltigen Nutzung der Flussökosysteme zu unterstützen.

2. Dialog ermöglichen: Einen offenen Dialog zwischen allen relevanten Interessengruppen fördern, um deren Anliegen und Lokalwissen einzubeziehen und gemeinsame Lösungen zu finden.

C: Naturerlebnis ermöglichen

1. Emotionale Bindung stärken: Durch direkte Naturerlebnisse können Menschen eine persönliche Verbindung zur Natur aufbauen und ein tieferes Verständnis für ihre Schönheit, ihren Wert und ihre Verletzlichkeit entwickeln. Die Begeisterung kann dazu beitragen, dass Menschen eine starke Bindung zur Natur entwickeln und sich für ihren Schutz engagieren.

2. Naturnahen Tourismus fördern: Ein explizites Anliegen des Bundesprogramm „Blaues Band Deutschland“ ist, den Naturtourismus am Fluss zu stärken. Natur in ihrer Vielfalt sollen erlebbar sein. Das kann dazu beitragen, das Bewusstsein für die Schönheit und den Wert der Natur zu stärken.

Vorhaben mit ähnlicher Zielsetzung in der Projektregion und darüber hinaus sollten in den Austausch kommen und voneinander profitieren.

4. Maßnahmenvorschläge für die Zielerreichung: Regelmäßig und transparent informieren

Die im Folgenden dargestellten Maßnahmen können als Grundlage für zukünftige Projekte an der Oberweser (u.a. dem Hauptvorhaben) dienen. Die Angaben zur „Häufigkeit“ können dabei als Referenzwert für ein 10-jährigen Projektzeitraum angenommen werden, müssen aber projektspezifisch ausgearbeitet werden.

4.1. Durchführung von Informationsveranstaltungen zum Projekt

Projektbegleitende Arbeitsgruppe (PAG): Die PAG übernimmt beratende, vernetzende und multiplizierende Funktionen, z.B.:

- Begleitung und fachliche Beratung des Projekts auf Basis der Erfahrungen aus den jeweiligen Arbeitsbereichen der PAG-Mitglieder (Expertenwissen)
- Unterstützung bei der Projektumsetzung
- Einbringen von Lösungsvorschlägen
- Berücksichtigung von Bedarfen, spezifischen Fragestellungen und Sichtweisen der Expertinnen und Experten
- Bewertung der Projektergebnisse sowie Erarbeitung von Empfehlungen für die weitere Umsetzung
- Konsens- und Kontaktbildung zwischen wichtigen Akteuren

Häufigkeit: 1x pro Jahr über die gesamte Laufzeit hinweg. Zielgruppe: v.a. Entscheidungsträger, Behörden, Fachplaner

Infoveranstaltungen: Vorstellung von geplanten und in Umsetzung befindlichen Projekten, ggf. mit Involvierung der Anwesenden durch geeignete Methoden. Der Einsatz von digitalen Abstimmungstools lockert auf und ist für große Gruppen geeignet. Eine Hybridveranstaltung bietet sich bei einem so großen Projektgebiet an. Alternativ können die Veranstaltungen in verschiedene regionale „Abschnitte“ unterteilt werden (s. Regionalgespräche der Vorstudie). Hieraus können sich bei Bedarf auch spezifische, thematische Arbeitsgruppen bilden.

Häufigkeit: 1 x jährlich über die gesamte Laufzeit hinweg. Zielgruppe: v.a. Bürger und Landnutzende sowie Vertreter aller Interessengruppen. Empfehlung: Einbindung der bereits identifizierten Akteure aus der Vorstudie (vgl. Anlage 1)

Projektspaziergänge: Exkursionen ins Projektgebiet zur Maßnahmenvorstellung (Naturschutz und Naturerleben); ggf. begleitet durch Fachplaner. Ergänzung durch Infoteil (indoor) kann sinnvoll sein.

Häufigkeit: anlassbezogen. Zielgruppe: v.a. Bürger und Landnutzende sowie Vertreter aller Interessengruppen im Einzugsgebiet des Projektgebietes (vgl. Anlage 1)

4.2. Teilnahme an externen Veranstaltungen

Gemeindesitzungen und Mitgliederversammlung von Tourismusverbänden, o.ä.: Input zum Projekt, Schnittmengen erläutern, Zusammenarbeit fördern. Zu Beginn des Projektes besonders wichtig, da: Maßnahmen sind noch in Vorbereitung, Projektspaziergänge werden noch nicht stattfinden, Netzwerke müssen erst entwickelt werden.

Häufigkeit: 1 x jährlich (zu Anfang des Projektes). Zielgruppe: v.a. Bürger, Entscheidungsträger, Tourismusbranche und weitere

Märkte, Messen und Feste: Informationsstand mit Unterhaltungsangebot (Quiz, Kinderbasteln, o.ä.) und ggf. Bereicherung des Programms durch thematisch passende Unterhaltung, z.B. Kindertheater mit Flussbezug auf Märkten und Messen sowie Wassersportveranstaltungen in der Region

Häufigkeit: durchschnittlich 2 x jährlich im Projektverlauf, Zielgruppe: Bürger

Tagungen: Vorstellung des Projektes an relevanten Tagungen. Austausch und Synergien fördern. Regional und überregional.

Häufigkeit: 2-4 x im Projektverlauf, Zielgruppe: je nach Tagungsschwerpunkt unterschiedlich

4.3. Durchführung von Veranstaltungen zu Wissensvermittlung

Multiplikatoren-Workshops: Das Wissen über intakte Flussauen, deren Wert und Seltenheit ist der Erfahrung in der Öffentlichkeit soll gerade bei Multiplikatoren gestärkt werden. Denn das Thema eignet sich in der Bildungsarbeit sowie im Destinationsmanagement. Die Inhalte der Zusammenarbeit müssen Einzelfallbezogen besprochen werden.

Häufigkeit: 4 x im Projektverlauf (zu Anfang des Projektes) Zielgruppe: v.a. Tourismusbranche, Bildungssektor

Fortbildungsveranstaltungen: Erfolgsgeschichten hinsichtlich einer angepassten Landnutzung oder neue wissenschaftliche Erkenntnisse sollten im Rahmen von Vorträgen kommuniziert werden und einen Austausch ermöglichen.

Häufigkeit: jedes zweite Jahr im Projektverlauf. Zielgruppe: v.a. Landnutzer

Bildungsangebote: Zusammenarbeit mit z.B. Kulturschaffenden und weiteren Externen. Ggf. im Projekt neu entwickeln. Mit thematischem Bezug zur Oberweser-Aue und zum Wert intakter Auen.

Häufigkeit: 2-3 x jährlich im Projektverlauf. Zielgruppe: v.a. Bürger. Einige Beispiele:

- Puppentheater für Kinder: Der Auenelf vom Puppentheater Blauer Mond
- Sommeruni „Integrative Landnutzung“ für Studierende vom BUND-Auenzentrum Burg Lenzen
- Theater für Erwachsene: Bibergeil vom Traumschüff
- Science-Slam mit Wissenschaftlern
- Filmabende mit anschließender Diskussionsrunde
- Forschartage für Jugendliche: Escape Games
- Rally durch die Zeit: Jugendliche gehen der Landschaftsgeschichte auf die Spur (Intergenerationen-Projekt)
- Weitere Formate sind ggf. zu entwickeln.

Wanderausstellung: Integration von Landnutzern, großformatige Fotos, leichte Handhabung was Transfer und Aufbau angeht, auch für Messestände nutzbar.

Anzahl: 1, Zielgruppe: Bürger, Landnutzer

4.4. Erstellung von Printprodukten

Projektzeitung: Informiert über Ziele, Maßnahmen und Zwischenergebnisse im Projekt. Lässt andere Landnutzer in Form von Portraits zu Wort kommen. Soll durch Amtsblätter kostenfrei alle Haushalte der Projektregion erreichen. Bsp: Auenzeitung im Projekt „Lebendige Auen für die Elbe“

Häufigkeit: 1 x jährlich über den gesamten Projektverlauf. Zielgruppe: v.a. Bürger

Broschüren und Faltblätter: Zur Vorstellung des Projektes, Schwerpunkträume, Ergebnisse. Printprodukte zu den Naturerlebnismöglichkeiten im Projektraum in Zusammenarbeit mit Tourismusbranche und Bildungssektor. Mitmachheft für Schüler (könnte ggf. auch jährlich parallel zur Auenzeitung rauskommen).

Anzahl: 3 Faltblätter, 2 Broschüren, Zielgruppe: v.a. Bürger sowie alle weiteren Interessensgruppen

4.5. Erstellung von Online-Informationen

Newsletter: anschauliches Informationstool, indem Fotos gut zum Einsatz kommen. Interessierte können sich proaktiv ein-/austragen. Bestehenden Verteiler aus der Vorstudie nutzen und im Verlauf weiterführen.

Häufigkeit: 1-4x jährlich, Zielgruppe: v.a. Bürger sowie alle weiteren Interessensgruppen

Homepage & Social Media: ggf. Etablierung einer gemeinsamen Kommunikationsplattform (Homepage) auf der alle Oberweser-Projekte und Aktivitäten gebündelt dargestellt werden. Zudem Nutzung der BUND-Kanäle, um größere Reichweite zu erhalten. Aktuell halten, Neuigkeiten aufnehmen.

Zielgruppe: v.a. Bürger sowie alle weiteren Interessensgruppen

4.6. Mediale Begleitung des Projektes

Fotos: Qualitativ hochwertige Fotos von der Projektregion sowie Dokumentation der Maßnahmenumsetzung. Nutzung u.a. in Printprodukten.

Häufigkeit: 10 Sessions, auch schon zu Projektanfang und die Fotos im Verlauf nutzen zu können. Zielgruppe: Bürger, Tourismusbranche

Videos: Zur Information (und zugleich Dokumentation) des Projektes und Themenschwerpunkte (z.B. Maßnahmenumsetzung, Beteiligung, Erlebnisangebote). Animations- oder andere Kurzfilme zur Wissensvermittlung.

Anzahl: 6 Kurzfilme, Zielgruppe: Bürger

4.7. Pressearbeit

Pressemitteilungen: regelmäßige Information über die regionale sowie überregionale Presse. Zu Anfang Berichtsanlässe schaffen, dann anlassbezogen zu Maßnahmen.

Anzahl: Anlassbezogen, zusätzlich Veranstaltungsankündigungen. Zielgruppe: Bürger

Fachzeitschriften: Beiträge zu den Naturschutzmaßnahmen in Fachmagazinen wie Natur und Landschaft. Aber auch Zeitschriften im Bereich Bildung und Tourismus könnten von Interesse sein.

Anzahl: mind. 2x im Projektverlauf, Zielgruppe: jeweilige Fachleute

Medienkooperationen: mit regionalen und (wenn möglich) überregionaler Presse eingehen, um im Radio, Fernsehen, deren Social-Media Kanälen besonders präsent zu sein.

Anzahl: 2 im gesamten Projektverlauf. Zielgruppe: Bürger

Presse-/Bloggerreise: Gemeinsam mit Tourismusbranche. Kräfte bündeln, Synergien schaffen.

Häufigkeit: 2x im Projektverlauf. Zielgruppe: Bürger

Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen: Erfolge in Festakten kommunizieren. Anlassbezogene Veranstaltungen wie Spatenstiche, Einweihungen von Naturerlebnisorten sowie Abschlussveranstaltungen.

Häufigkeit: Alle 2-3 Jahre im Projektverlauf. Zielgruppe: Bürger oder kleiner Kreis

Allgemeine Empfehlungen

- Breit informieren: Mit unterschiedlichen Formaten verschiedene Zielgruppen ansprechen
- Einheitliche Printprodukte und Werbematerialien entwickeln und bei allen Veranstaltungen sichtbar einsetzen: ggf. Logo für Projekt, einheitliches Corporate Design
- Interne Zuständigkeiten bei der Informationsvermittlung klären: Wer spricht welche Gruppen an? Am besten eine Person übernimmt diese Aufgabe.
- Es sollte ein Redaktionsplan erarbeitet werden; Wording und zentrale Botschaften abstimmen. Auch sollte mit dem BfN zu Beginn geklärt sein, wo der Verweis auf Förderung in den PMs erfolgen soll und ob es eine Freigabe von ihrer Seite bedarf.
- Genügend Zeit für Austausch zwischen „Kommunikation & Naturschutz“ sowie für Netzwerkarbeit und Zuarbeit für andere Newsletter, Homepages, etc. einplanen
- Informationsveranstaltungen sollten einprägsame Namen haben, die konsequent über die Jahre genutzt werden
- Synergien nutzen: Externe Akteure involvieren, auf bereits existierende Angebote zurückgreifen, Ideen und Lokalwissen in der Region aufgreifen
- Erlebnisfaktor bei ausgewählten Bildungs- und Informationsangeboten für die Öffentlichkeit nicht vergessen
- Anwohner, die von Naturschutzmaßnahmen betroffen sind, immer zuerst informieren, bevor eine PM veröffentlicht wird.
- Infoveranstaltungen können ggf. durch externen Moderator (s. 5.1) moderiert werden.

5. Maßnahmenvorschläge für die Zielerreichung: Beteiligung ermöglichen

5.1. Einrichtung eines neutralen Veranstaltungsformates

Ein externes Büro soll den offenen Dialog fördern. Es führt Gespräche mit den unterschiedlichen Interessensgruppen, um Bedenken, Vorbehalte aber auch die wahrgenommenen Chancen zu identifizieren. Bsp.: Auenwerkstatt im Projekt „Lebendige Auen für die Elbe“

Häufigkeit: 10-20 Gespräche im Projektverlauf, Zielgruppe: v.a. Landnutzende

Ergebnisse werden in

- Form von Portraits in Projektzeitung darstellt (s. 4.4)
- Können in einer Wanderausstellung integriert werden
- Sollen als Basis für die Erarbeitung von Möglichkeiten der Kooperation dienen und mögliche Konflikte sollen erkannt und Lösungsansätze erarbeitet werden
- Kann in die Moderation von Informationsveranstaltungen oder Arbeitsgruppentreffen eingebunden werden (s.4.1)

5.2. Gemeinsame Entwicklung von Erlebnis-/Informationsangeboten

Führungen/App-geführte Tour: Auf Regionalwissen zurückgreifen, Routen-, POI-Vorschläge aufnehmen, ggf. O-Töne in App aufnehmen. Themenschwerpunkte können sein: Vielfalt, Landschaftsentwicklung, Interessenskonflikte. Bsp.: StadtLandElbe-App

Anzahl: 1-3 Touren, Zielgruppe: Bürger

Buch: Regionalidentität an der Oberweser stärken. Besondere Menschen am Fluss porträtieren. Bspw: Die Naturküche der Havel: Eine Flusslandschaft, ihre Menschen und Rezepte. Ggf. Schnittmenge zur Projektzeitung (s.4.4)

Anzahl: 1, Zielgruppe: Bürger

Weitere Formate sind ggf. zu entwickeln.

Allgemeine Empfehlungen

- Regionale Unterstützer/Meinungsmacher des Projektes ausfindig machen und involvieren. Personen, die dem Projekt sehr kritisch gegenüberstehen explizit einladen, um in den Austausch zu kommen und manche Vorbehalte widerlegen zu können.
- Eindeutige Kommunikation: Wo besteht die Möglichkeit mitzuentcheiden, wo nicht.
- Kontakte pflegen, jedoch mit der Zeit der freiwilligen Mitwirkenden sparend umgehen. Das bedeutet gute Vorbereitung, zielgerichtetes Arbeiten
- Zuständigkeiten klar ziehen: Für welche Themen ist das Projekt verantwortlich und klare Grenzen bei anderen Themen setzen und auf die entsprechende Zuständigkeit verweisen.
- Wertschätzung zeigen: Für Verpflegung bei Arbeitstreffen sorgen. Im Gegenzug bei Veranstaltungen von Vereinen, Dörfern, etc. teilnehmen.

6. Maßnahmenvorschläge für die Zielerreichung: Naturerlebnis ermöglichen

6.1. Naturerlebnisangebote am Fluss entwickeln

Aktiveinsätze: Unterstützung der Naturschutzmaßnahmen durch Freiwillige. Verbunden mit Wissensvermittlung. Kann auch als Schuleinsatz stattfinden.

Häufigkeit: 6 x im Projektverlauf, Zielgruppe: Bürger

Weitere mögliche Naturerlebnisangebote am Fluss können sein:

- Ferienprogramm am Fluss mit Fährtenlesen und Orientierungslauf, Kräuterküche, Kunst am Fluss und Kanufahren, Floßbau und Nachtwanderung
- Gesundheit in der Flussnatur: Yoga o. ä. zur Resilienz
- Naturführungen mit der Weserflotte Bsp.: Lange Nacht der Stadtnatur in Berlin. Führung mit Wildtierexperte
- Besondere Exkursionen: Wildkräuter und Verwendung in Küche, mit Fischer unterwegs, etc.

Zu Projektbeginn müsste eine Abfrage erfolgen, wo es bereits Initiativen, Projektideen und mögliche Partner gibt. Die Naturerlebnisangebote müssten anschließend mit den Partnern umgesetzt werden.

6.2. Entwicklung von Erlebnisräumen

Aussichtstürme/Beobachtungsplattformen: Ermöglichen Naturbeobachtung. Entlang von Rad- oder Wanderwegen.

Anzahl: Einzelfallbezogen entwickeln Zielgruppe: Bürger

Erlebnispfade/-gelände/-aufenthaltort: ggf. interaktive Wissensvermittlung, Infotafeln, Sitzgelegenheiten. Anstelle von Infotafel ggf. QR-Codes Bsp.: AuenReich Burg Lenzen,

Anzahl: Einzelfallbezogen entwickeln Zielgruppe: Bürger

6.3. Stärkung des muskelbetriebenen Wassersports

Zu Projektbeginn müsste ein Austausch mit den Vereinen stattfinden, um festzustellen was fehlt: Infrastruktur, Werbung, Infos zur Natur

Erarbeitung Do & Don'ts: Besucherlenkung und Verhaltensregeln. Kommunikation an die Zielgruppe.

6.4. Mitwirkung an Veranstaltungen zum Flusserleben

Beispiele: Anbaden, Drachenbootrennen, Wassersportveranstaltungen, Flussschwimmen. Die Beispiele sind als Vorschläge zu verstehen.

Im Hauptvorhaben müsste geprüft werden, was es vor Ort bereits gibt, und was geplant ist.

Allgemeine Empfehlungen:

- Bei allen Naturerlebnisangeboten am Fluss muss bedacht werden, dass sie in teils sensiblen Bereichen stattfinden. Daher ist immer zu prüfen, ob eine Umsetzung vor diesem Hintergrund des Naturschutzes sinnvoll ist.
- In der Zusammenarbeit mit den Wassersport-Partnern sollte das Thema Besucherlenkung aktiv eingeführt werden.
- Die Pflege und Instandhaltung von Infrastrukturen muss über Verträge geklärt werden. Spätestens ab Projektende, müssen regionale Institutionen die Verantwortung übernehmen.

Quellenverzeichnis

Bundesamt für Naturschutz (BfN) (2023): Kommunikation und Akzeptanz. Aufgerufen am 18.03.2025, <https://www.bfn.de/kommunikation-und-akzeptanz>

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) & Bundesamt für Naturschutz (BfN) (2021): Auenzustandsbericht 2021 – Flussauen in Deutschland. Aufgerufen am 04.04.2025, https://www.bfn.de/sites/default/files/2021-04/AZB_2021_bf.pdf.

FGG Weser (Flussgebietsgemeinschaft Weser) (2024): Die Salzproblematik an Werra und Weser. Aufgerufen am 08.08.2024, <https://www.fgg-weser.de/gewaesserbewirtschaftung/handlungsfelder/salz/die-salzproblematik-an-werra-und-weser>.

Haase, P., Cortés-Guzmán, D., He, F. et al. Successes and failures of conservation actions to halt global river biodiversity loss. Nat. Rev. Biodivers. (2025). <https://doi.org/10.1038/s44358-024-00012-x>

Schmidt, S. & C. Albert (2025): Mit der Gewässerentwicklung verbundene Ökosystemleistungen. - Umweltbundesamt Hrsg. - UBA-Texte 42/2025: 58 Seiten, Dessau.

UIH Planungsbüro & BUND (2026): Abschlussbericht zum Projekt „Blaues Band Oberweser: potenzielle erkennen, Maßnahmen initiieren“.