

Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung

Ergebnisse der Befragung der Nationalparke in Deutschland und Erwartungen für einen potentiellen Nationalpark Senne

1. Thematik und zentrale Ergebnisse

Die wirtschaftliche Bedeutung der Nationalparke für den Tourismus ist mittlerweile relativ unbestritten und lässt sich auch mit Zahlen belegen. Die Existenz eines Nationalparks bei der Reiseentscheidung spielte laut standardisierter Besucherbefragung in allen Nationalparks für 50% der Gäste eine wichtige Rolle und für 18% eine entscheidende Rolle. 72% der deutschen Bevölkerung würden ihren Urlaub gerne in nationalparkartigen Regionen verbringen. Im 2. Jahr nach der Ausweisung des Nationalparks Harz gaben 37,6% die Existenz des Nationalparks als positiven Einfluss auf ihre Reiseentscheidung und 8,4% als alleinigen Anreisegrund an. Mit rund 20 Millionen Nationalpark-Besuchern in Deutschland wird ein touristischer Jahresumsatz von 0,3 Milliarden Euro erwirtschaftet.¹

Auf dieser Grundlage setzt die **Studie der AÜbE-Umweltakademie**² an und versucht, ökonomische Effekte durch

- die „Institution“ Nationalpark mit den ihr eigenen messbaren Beschäftigungs- und Einkommenseffekten
- Unternehmen, die direkt vom Nationalpark profitieren
- Branchen, die im Rahmen des Multiplikatoreffektes ökonomischen Nutzen erzielen
- Existenzgründungen oder –erweiterungen, die ohne die Nationalpark-Gründung nicht entstanden wären,

aufzuzeigen, um damit ein möglichst genaues Bild über die wirtschaftlichen Effekte von Nationalparks im Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung zu erstellen.

Im Rahmen des Projektes wurde eine schriftliche Befragung aller zum Untersuchungszeitpunkt bestehenden Nationalparke in Deutschland durchgeführt, um zunächst die Grundstruktur des Sachverhalts zu ermitteln. Obwohl jeder Nationalpark und jede Region seine eigene Geschichte und Entwicklung hinter sich hat, wurden anhand

¹ DTV, Touristische Angebotsgruppe „Deutsche Nationalparke“, Endbericht, S. 3

² AÜbE-Umweltakademie (2003): Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung. Ergebnisse der Befragung der Nationalparke in Deutschland und Erwartungen für einen potentiellen Nationalpark Senne. Bielefeld.

eines standardisierten Fragebogens Daten erhoben, die eine gewisse Vergleichbarkeit ermöglichen und sowohl ökonomische als auch touristische Kennzahlen erkennbar machen.

Im Folgenden sollen die **wichtigsten Ergebnisse der Befragung** die Bedeutung von Nationalparks als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung hervorheben.

Nachhaltige Regionalentwicklung setzt auf eine größtmögliche ökonomische Unabhängigkeit. Eine Voraussetzung dafür ist, dass ein hoher Anteil der Wertschöpfung aus dem touristischen Geschehen der Region selbst zukommt.³ Bezogen auf die Beschäftigungseffekte ist diese Voraussetzung sicherlich gegeben, denn ein Beschäftigungseffekt ist nicht von der Hand zu weisen, vor allem weil die Mehrzahl der Arbeitsplätze auch Vollzeitarbeitsplätze sind. Bezogen auf die Aufgabe der Nationalparke, für die Information und Bildung der Besucher da zu sein, ist die personelle Ausstattung sicherlich die „wichtigste Säule jeder Besucherbetreuung“, in quantitativer und vor allem auch qualitativer Hinsicht.

Um die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Nationalparke zu fördern, sollten im Bereich der Einnahmen in Zukunft mehrere Möglichkeiten zusammen genutzt werden und möglichst alle Potentiale ausgeschöpft werden, ohne dabei den Naturschutzgedanken neben dem Wirtschaftsfaktor völlig aus den Augen zu verlieren. Gerade im Hinblick auf Eintrittsgelder oder Naturtaxe sollten sich die Nationalparke ein Beispiel an kommerziellen Freizeitgroßeinrichtungen nehmen und so ihr Auftreten als touristisches Angebot professionalisieren.

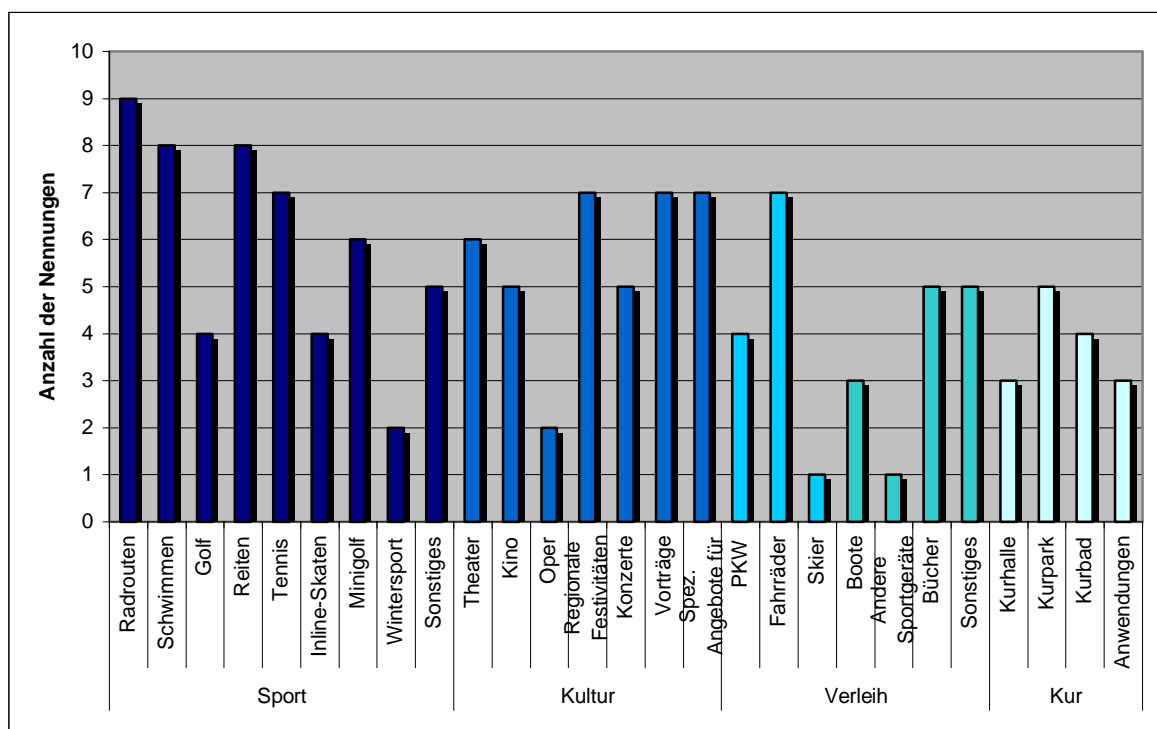
Der positive wirtschaftliche Effekt für die Region ist natürlich gerade bei einer Nationalpark-Neugründung besonders hoch. Aber auch in den folgenden Jahren und besonders im Hinblick auf ein zunehmendes Qualitätsbewusstsein der Besucher und dementsprechenden Neuinvestitionen, tragen Nationalparke in dieser Hinsicht sicherlich auch langfristig zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung bei.

Handlungsempfehlungen für die Nationalparke sind deswegen vor allem die Verstärkung der Marketing-Aktivitäten im Hinblick auf Aufenthaltsverlängerung, aber natürlich auch auf Neukundengewinnung. D.h. der Bekanntheitsgrad der Nationalparke muss weiter erhöht werden, um mehr Gäste zu erreichen, mit besonderem Hinblick auf Familien als ein wichtiges Kerngeschäft. Der Anschluss an die wirtschaftliche Entwicklung durch die Ausweisung der Nationalparke ist auch im Unternehmensektor sehr deutlich erkennbar, trotzdem genügt es ja nicht, lediglich quantitativ das Angebot zu erhöhen. Der Erfolg ist letztendlich auch abhängig von der Auslastung und diese wiederum von der Qualität der Unterkünfte.

³ vgl. Zusammenfassung des TAB- Arbeitsberichtes Nr. 77, „Tourismus in Großschutzgebieten“

Besonderer Bedeutung kommt dem Freizeitangebot in der Nationalpark-Umgebung zu, denn das touristische Angebotsbündel setzt sich aus verschiedenen Komponenten zusammen: Landschaft, Verkehr, Essen & Trinken, Service, Ortscharakter, Beherbergung und Infrastruktur. Der Nationalpark alleine macht deshalb noch nicht die Attraktivität der Region aus. Er ist ein wichtiger Anziehungspunkt für die jeweilige Region, aber er sollte unter Berücksichtigung der regionalen Rahmenbedingungen durch entsprechende Zusatzangebote sinnvoll ergänzt werden. So entsteht ein umfassendes, aufeinander abgestimmtes und gut koordiniertes Leistungsbündel. Die Besucher von Nationalparks möchten vor allem naturnahe Aktivitäten durchführen und wünschen nationalparktypische Angebote, die eine individuelle Gestaltung der Freizeit unterstützen. Abbildung 1 zeigt die bestehenden Freizeitangebote in deutschen Nationalparkregionen in den Bereichen Sport, Kultur, Verleih und Kurwesen:

Abb. 3: Freizeitangebote in Nationalparks



Quelle: eigene Erhebung.

Bezogen auf die **Einzelergebnisse der befragten Nationalparke**⁴ lassen sich im Wesentlichen folgende Ergebnisse ableiten:

Der Nationalpark *Bayerische Wald* gilt als Vorreiter in Bezug auf nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus und hat es geschafft, sich langfristig erfolg-

⁴ Anmerkung: Von den 13 bestehenden Nationalparks haben 9 die Fragebögen ausgefüllt zurück geschickt.

reich am Markt durchzusetzen und seine Bekanntheit ständig zu steigern. Als Referenzregion für zukünftig geplante neue Nationalparke in touristisch bisher weniger erschlossenen Regionen ist er allerdings nur eingeschränkt von Nutzen, da der Bekanntheitsgrad als klassische Tourismusregion bei seiner Entwicklung von entscheidender Bedeutung war und ist.

Bei dem Nationalpark *Sächsische Schweiz* kam es durch die Nationalpark-Gründung laut Tourismus-Verband zu einem Ausbau der Infrastruktur vor allem im Bereich des Straßennetzes, der PKW-Parkplatzangebote, spezieller ÖPNV-Angebote und neuer Rad- und Wanderrouten, die zusammen als deutlich erkennbare ökonomische Effekte durch die Ausweisung des Nationalparks gleichsam den Touristen und Einheimischen von Nutzen sind und in ähnlicher Form auch in zukünftigen Nationalpark-Regionen auftreten werden.

Für die *Wattenmeer Nationalparke* als klassische Tourismusregion scheint der Imageträger Nationalpark keine große Rolle zu spielen, obwohl seine Existenz das Angebot und die Landschaft vor Ort sicherlich – wenn auch für den Besucher nicht bewusst wahrgenommen – erheblich bereichern. Die Existenz der Nationalparke wurde nämlich von den Besuchern zu 54% eindeutig positiv und von 36%⁵ eher positiv bewertet. Die Einheimischen bewerteten dahingegen die Existenz der Nationalparke für die Entwicklung der Region und ihre Bewohner nur zu 38% als eindeutig positiv, bzw. zu 25% als eher positiv. Ein Fünftel der Bevölkerung ist eher skeptisch.

Dahingegen kann die Entwicklung des Nationalparks *Hainich* für potentielle neue Nationalparke durchaus von Nutzen sein, weil es sich hier nicht um eine traditionelle Tourismusregion handelt und daher die gleiche Ausgangssituation vorhanden ist und die Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist, sondern aktiv mitverfolgt werden kann.

2. Fazit

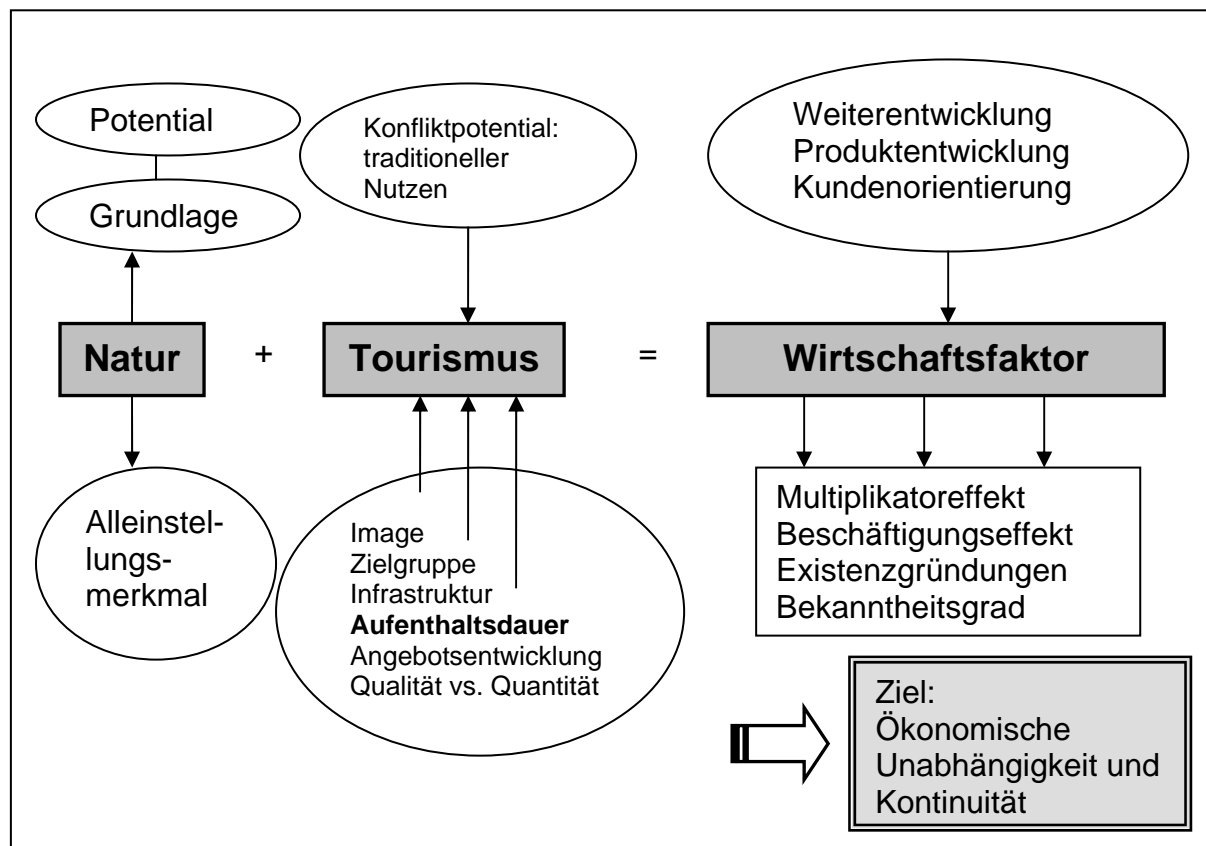
Die Auswertung des Projektes kann und soll keinen Anspruch auf Vollständigkeit haben. Dennoch sind einige wesentliche Ergebnisse und Problemstellungen deutlich geworden, deren Berücksichtigung bei der Planung von neuen Nationalparks und in der täglichen Arbeit der bestehenden Nationalparke wichtig ist.

Die Komplexität des untersuchten Sachverhaltes ist in den vorangegangenen Ausführungen und Ergebnissen der Befragung deutlich geworden. Abbildung 2 stellt deshalb alle wesentlichen Faktoren und Folgewirkungen der Beziehung von Natur, Tourismus und Wirtschaftlichkeit auf einen Blick zusammenfassend dar, die bei bestmöglicher Berücksichtigung optimal miteinander vernetzt werden sollen. Es geht

⁵ vgl. Wattenmeermonitoring 1999. S. 48

demnach immer um die Betrachtung von Zusammenhängen und Konflikten, die umfassend bedacht werden sollen.

Abb. 2: Einflussfaktoren auf den Wirtschaftsfaktor Nationalpark



Quelle: eigene Darstellung 2003.

3. Betrachtungen für einen potentiellen Nationalpark Senne

Es ist bereits an verschiedenen Stellen dokumentiert und soll hier auch nicht in Frage gestellt werden, dass sich die Senne aufgrund ihrer natürlichen Gegebenheiten und landschaftlichen Besonderheiten als Nationalpark eignet.

Die Region ist keine klassische Tourismusregion wie der Nationalpark Bayerischer Wald oder die Wattenmeer Nationalparke. Deshalb ist es umso wichtiger, ein gutes Image aufzubauen, um den Bekanntheitsgrad zu steigern. Das vorhandene Kurwesen stellt eine gewisse Grundinfrastruktur dar, die in die touristische Vermarktung eines Nationalparks mit einbezogen werden sollte. Dieser Gedanke legt die Zielgruppe über Familien hinaus auf gesundheitsbewusste Gäste fest und verlangt Angebotsentwicklung in den Kerngeschäften Natur und Gesundheit.

Aber Image und Bekanntheitsgrad allein tragen noch nicht zu einer positiven Regionalentwicklung bei. Wie in den vorherigen Einzelergebnissen zu sehen war, bilden die Tagestouristen den größten Anteil der Besucher. Langfristige wirtschaftliche Effekte sind aber erst durch Übernachtungsgäste zu erreichen, die mehr Geld

vor Ort ausgeben als Tagestouristen. Die Steigerung der Aufenthaltsdauer der Gäste gelingt offensichtlich zum Untersuchungszeitpunkt keinem der bestehenden Nationalparke. In der Senne Region liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei 3,2⁶ Tagen. Verglichen mit anderen Nationalpark-Regionen ist dieser Wert relativ hoch. Fraglich ist allerdings, ob es gelingt, durch die Ausweisung zum Nationalpark diesen Wert zu erhöhen, d.h. ob die Gäste länger bleiben, weil die Region einen Nationalpark hat oder ob sie den Nationalpark lediglich als Tagesausflugsziel im Rahmen ihres Aufenthalts in der Region nutzen.

Erst wenn Angebotselemente attraktiv und qualitativ hochwertig gestaltet werden bzw. dem Gast in der Region etwas Besonderes geboten werden kann, so dass sich die Senne von anderen Regionen abhebt bzw. unter anderen deutschen Urlaubszielen hervorhebt, verlängert sich die Aufenthaltsdauer. Mit der verlängerten Aufenthaltsdauer erreicht man eine stärkere Auslastung der Unterkunftsbetriebe und auch der gesamten Infrastruktureinrichtungen und somit ergeben sich positive wirtschaftliche Effekte für die Region über die entstehenden Arbeitsplätze direkt in der Nationalpark-Verwaltung hinaus. Als Folgewirkung kommt es zu Existenzgründungen und neuen Beschäftigungseffekten. Die Aufenthaltsdauer ist also entscheidender Faktor für die Wirtschaftlichkeit eines Nationalparks in der Region und hängt von wesentlichen Grundanforderungen (Infrastruktur, Image, Bekanntheitsgrad, Qualität statt Quantität) ab (vgl. auch Abb. 2).

Insgesamt sollten Tourismusangebote in Nationalparks besonders durch Qualitätsmerkmale ausgezeichnet sein. Dazu zählen starke regionale Bezüge kombiniert mit hohem Erlebniswert und Verträglichkeit für Natur und Landschaft. Besonders für den Erlebniswert müssen in der Senneregion noch vielfältige Angebote entwickelt werden.

Damit der Nationalpark Senne erfolgreich ins Leben gerufen werden kann, gilt es auch die Belange der Bevölkerung mit einzubeziehen, d.h. die soziale Dimension der nachhaltigen Regionalentwicklung zu berücksichtigen. Dafür muss von Beginn an, Aufklärung über Entwicklungsstand und Ziele gewährleistet sein.

Ein Tourismusleitbild oder Entwicklungskonzept für einen Nationalpark Senne muss neben Planungen für den Tourismus- und Freizeitsektor weitere Wirtschaftssektoren der Region mit einbeziehen, damit der Tourismus optimal in die regionale Wirtschaft integriert werden kann und ein Nationalpark Senne nicht als eigenständige Insel betrachtet wird.

⁶ vgl. Harteisen, U.: Förderung des Landtourismus NRW, S. 101