

## **Kurzfassung:**

### **Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung**

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

---

*„Zum Wohle und zur Freude des Volkes und der zukünftigen Generationen“<sup>1</sup>*

Ziel dieser Studie ist es, die Bedeutung von Nationalparks (NP) als Wirtschaftsfaktoren für eine nachhaltige Regionalentwicklung zu evaluieren und wichtige Ergebnisse auf einen potentiellen Nationalpark Senne in der Region Ostwestfalen-Lippe (NRW) zu übertragen.

Zu diesem Zweck wurde eine Befragung der Nationalparke durchgeführt, die die ökonomischen Entwicklungen in den Nationalparkregionen erfasst und Daten zu ökonomischen und touristischen Kennzahlen liefert.

Nach Auswertung und Analyse der Daten können folgende grundsätzliche Aussagen getroffen werden:

Nationalparke sind als nicht zu unterschätzende Wirtschaftsfaktoren für die jeweiligen Regionen zu benennen. Zum Einen schaffen sie direkt Arbeitsplätze in den Nationalparkämtern, zum Anderen sichern und verbessern sie die Erwerbsgrundlage in daran angegliederten Bereichen, sei es, dass diese direkte Auftragnehmer der Nationalparkverwaltung sind oder aber der Tourismusbranche angehören.

Besondere Beachtung verdient in diesem Zusammenhang, dass sich Nationalparke zumeist in strukturschwachen Regionen befinden und dort die Schaffung oder Konsolidierung von Arbeitsplätzen, als auch den Tourismus fördernde Maßnahmen einen besonders hohen Wert für die Regionalentwicklung besitzen.

Diese direkt messbaren Zahlen sind von enormer Bedeutung; langfristig von ebenso großer Tragweite sind Nationalparke aber auch als Imageträger für einen natur- und kulturverträglichen Tourismus. Nur wenn ein bestimmtes Image entwickelt und aufrecht erhalten wird, wenn der Nationalpark als Marke für eine bestimmte Form des Tourismus steht, sind auch langfristig ökonomische Effekte zu erwarten.

Handlungsempfehlungen für die Nationalparke sind deshalb vor allem die Verstärkung der Marketing-Aktivitäten im Hinblick auf Aufenthaltsverlängerung, aber natürlich auch auf Neukundengewinnung, d.h. der Bekanntheitsgrad der National-

parke muss weiter erhöht werden, um mehr Gäste zu erreichen. Bezogen auf die Aufgabe der NP, die Information und Bildung der Besucher sicherzustellen, 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.

---

<sup>1</sup> Ziel des Yellowstone Nationalpark 1872, zitiert in: EUROPARC DEUTSCHLAND (2002), Nationalparke in Deutschland, S. 3