

Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung

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



Ergebnisbericht zum Projekt

Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung

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

2003

**„Zum Wohle und zur Freude des Volkes
und der zukünftigen Generationen“¹**

Herausgeber

Akademie für Umweltforschung und -bildung in Europa (AUbE) e.V.
August-Bebel-Straße 16-18
33602 Bielefeld
Tel.: (05 21) 6 13 70 - Fax: (05 21) 6 13 70
e-mail: Info@AUbE-Umweltakademie.de
Internet: www.AUbE-Umweltakademie.de

Redaktion

cand. (M.A.) Andrea Nisius
Dipl.-Geogr. Rolf Spittler

Verantwortlich – Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Rolf Spittler

Titelfoto: Rolf Spittler, Nationalpark Jasmund (Rügen)

© AUbE - Umweltakademie, Juli 2003

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

Inhalt

	Seite
<i>Einleitung:</i>	
Kurzfassung	3
1. Nationalparke in Deutschland	4
2. Leitlinien für Nationalparke in Deutschland	6
3. Nachhaltige Regionalentwicklung	9
4. Nationalparke als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung	12
5. Wirtschaftliches Naturpotential - Nationalpark als Wirtschaftsfaktor	14
<i>Hauptteil:</i>	
6. Ergebnisse der Befragung der Nationalparke	17
6.1 Zielsetzung und Methodik	17
6.2 Auswertung	18
6.2.1 Gebietsstruktur und Nutzung	19
6.2.2 Zugänge zum Nationalpark	22
6.2.3 Beschäftigungseffekte durch das Nationalpark-Amt	23
6.2.4 Einkommenseffekte / Einnahmen durch den Nationalpark	24
6.2.5 Auftragsvergabe durch das Nationalpark-Amt an Dritte	26
6.2.6 Besucher der Nationalparke und der Nationalpark-Region	27
6.2.7 Unterkunftsmöglichkeiten im Nationalpark und in der Umgebung	29
6.2.8 Nationalpark-Umgebung	29
7. Einzelergebnisse	32
7.1 Bayerischer Wald	32
7.2 Sächsische Schweiz	33
7.3 Harz	35
7.4 Jasmund	36
7.5 Wattenmeer	36

7.5.1	Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer	37
7.5.2	Niedersächsisches Wattenmeer	37
7.5.3	Hamburgisches Wattenmeer	37
7.5.4	Gemeinsame Betrachtungen	37
7.6	Müritz	38
7.7	Hainich	39

Zusammenfassung:

8.	Konsequenzen - Fazit - Diskussion	42
9.	Erwartungen an einen potentiellen Nationalpark Senne	44
	Literaturverzeichnis	46

Kurzfassung

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 Imagerträger 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 Nationalparke 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.

1. Nationalparke in Deutschland

Gemäß § 24, Absatz 1 Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchGNeuregG) sind „Nationalparke (...) rechtsverbindlich festgesetzte einheitlich zu schützende Gebiete, die

1. großräumig und von besonderer Eigenart sind,
2. im überwiegenden Teil ihres Gebietes die Voraussetzungen eines Naturschutzgebietes erfüllen,
3. sich in einem überwiegenden Teil ihres Gebietes in einem vom Menschen nicht oder wenig beeinflussten Zustand befinden oder geeignet sind, sich in einen Zustand zu entwickeln oder in einen Zustand entwickelt zu werden, der einen möglichst ungestörten Ablauf der Naturvorgänge in ihrer natürlichen Dynamik gewährleistet.“

Nationalparke sind also relativ großräumige Naturreservate, in denen natürliche oder naturnahe Lebensgemeinschaften soweit wie möglich ihrer natürlichen Entwicklung überlassen bleiben sollen. Vorrangiges Schutzziel ist der Ablauf natürlicher Sukzessionen ohne lenkende Eingriffe. Das schließt wirtschaftliche Nutzungen der natürlichen Ressourcen wie Bodenschätze, Wasserkraft, Forstwirtschaft, Landwirtschaft, Jagd und Fischerei aus. Lenkende Eingriffe sind im Einzelfall dort zulässig oder erforderlich, wo das natürliche Gleichgewicht nachhaltig gestört ist. Sie sollen auf Randbereiche und Pufferzonen beschränkt werden.

Nationalparke können für naturnahe Erholungsformen, für Bildung und für das Erleben in ursprünglicher Natur erschlossen werden, soweit es der Schutzzweck erlaubt. Sie dienen zusätzlich der wissenschaftlichen Forschung.

Die Nationalparke in Deutschland sind weitgehend Ziel-Nationalparke, d.h. sie erfüllen nur in Teilen die Kriterien ungestörter Naturentwicklung.

Die Ausweisung von Nationalparks erfolgt in der Deutschland durch die Länder im Benehmen mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und dem Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau. Zurzeit gibt es in der Bundesrepublik 13 Nationalparke, welche mit einer Gesamtfläche von 734.112 ha knapp 2% der Fläche des Bundesgebietes einnehmen (vgl. Tab. 1).

Mit der Ausweisung von Großschutzgebieten werden nicht nur Zeichen für großräumigen Naturschutz gesetzt und die oben genannten Forderungen erfüllt. Nationalparke mit ihren Attraktionen und Kristallisationspunkten sorgen für einen relativ saisonunabhängigen naturorientierten Tourismus und lösen dadurch Impulse für spezielle wirtschaftliche Entwicklungen aus.

Tab. 1: Nationalparke der Bundesrepublik Deutschland nach Gründungsjahren

Nationalparke	Gründungsjahr	Gesamtfläche (ha)
Bayerischer Wald, Bayern (BW)	1970	24.250
Berchtesgaden, Bayern (Bgl)	1978	21.000
Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, Schleswig-Holstein (SHW)	1985	285.000
Niedersächsisches Wattenmeer, Niedersachsen (NdW)	1986	240.000
Hamburgisches Wattenmeer, Hamburg (HH)	1990	11.700
Hochharz, Sachsen-Anhalt (Hoh)	1990	5.868
Jasmund, Mecklenburg-Vorpommern (Jas)	1990	3.000
Müritz, Mecklenburg-Vorpommern (Mür)	1990	31.800
Sächsische Schweiz, Sachsen (SäS)	1990	9.292
Vorpommersche Boddenlandschaft, Mecklenburg-Vorpommern (VB)	1990	80.500
Harz, Niedersachsen (Harz)	1994	15.800
Unteres Odertal, Brandenburg (UO)	1995	9.500
Hainich, Thüringen (Hai)	1997	7.610

Quelle: eigene Erhebung.

Über die der Nationalpark-Ausweisung zugrunde liegenden ökologischen Aspekte hinaus, bergen die mit der Einrichtung von Nationalparks und ihrer Bewirtschaftung verbundenen „Ereignisse“ weitreichende ökonomische Effekte. Diese offerieren die Möglichkeit, strukturschwache und bisher benachteiligte Regionen in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung zu fördern.

Die nachfolgenden Abschnitte dienen der Verdeutlichung dieser wirtschaftlichen Aspekte des Tourismus in Nationalparks im Allgemeinen, bevor danach detailliert auf die Ergebnisse der Befragung im Rahmen des Projektes und die spezifischen Konsequenzen bzw. Aspekte jedes einzelnen Nationalparks eingegangen wird.

2. Leitlinien für Nationalparke in Deutschland ¹

Um eine Harmonisierung und Angleichung an einen einheitlichen Standard deutscher Nationalparke zu fördern und für neue Nationalparke einen Rahmen zu bieten, wurden die nachfolgenden Leitlinien aufgestellt. Sie sollen hier in Auszügen zusammengefasst aufgelistet werden, da zu einem späteren Zeitpunkt im Rahmen der Auswertung auf einzelne Punkte zurückgegriffen wird.

Rechtliche Grundlagen

Nationalparke sind durch Rechtsverordnung bzw. Gesetz der zuständigen Landesregierung rechtsverbindlich festgesetzte, einheitlich zu schützende Gebiete. Ihre Ausweisung erfolgt durch die Landesregierung im Benehmen mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und dem Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau.

Schutzzweck

Die primäre, vorrangige Naturschutzaufgabe von Nationalparks hat den langfristigen Schutz von natürlichen oder naturnahen, landschaftlich reizvollen großräumigen Gebieten oder Ökosystemen von nationaler und internationaler Bedeutung zum Ziel, indem der Schutz der natürlichen Dynamik der Lebensgemeinschaften sichergestellt ist. Entsprechend den Rahmenvorgaben der IUCN (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) soll dieses Schutzziel auf mindestens 75% der Parkfläche garantiert sein.

Nutzungen und Belastungen

Die Leitlinien besagen, dass „wirtschaftsbestimmte Nutzungen wie Land- und Forstwirtschaft, Wasserwirtschaft, Energiewirtschaft, Jagd und Fischerei, Bergbau, Weidewirtschaft und andere Bodennutzungen [...] in Nationalparks grundsätzlich nicht zulässig“ sind. Weiterhin wird gesagt, dass „aus kulturellen und sozioökonomischen und sozialen Gründen [...] bis zur Einstellung der Nutzungen eine Übergangszeit zulässig“ ist. Anmerkung: Die IUCN hat 1994 in Forderungen festgelegt, dass 75% der Fläche eines Nationalparks nutzungsfrei sein sollte. Der Stand in Deutschland ist derzeit der Folgende: In den Rahmenvorschriften des BNatSchG von 2002 ist kein generelles Nutzungsverbot festgeschrieben. Die

¹ Vgl.: BfN: Studie über bestehende und potentielle Nationalparke in Deutschland. S. 31ff.

gesetzlichen Regelungen der Länder erlauben die diversen Nutzungen bis auf Ausnahmen, teilweise mit zeitlichen und räumlichen Einschränkungen.

Zuständigkeit

Die hoheitliche und administrative Zuständigkeit und Verantwortung für Nationalparke ist in einer Obersten Landesbehörde zu bündeln und von direkt unterstellten Oberen Landesbehörden wahrzunehmen.

Nationalparkverwaltungen sollen Vollzugsbehörden im Nationalparkgebiet sein und im zu definierenden Vorfeld/Umfeld eines Nationalparks über eine angemessene Mitwirkung (Fachstelle) verfügen.

Eigentum

Nationalparke sollen vornehmlich auf Staatsgrund eingerichtet werden.

Abgrenzung – Mindestfläche

Das Gebiet eines Nationalparks soll groß genug sein, um ein oder mehrere vollständige Ökosysteme zu umfassen, die nicht wesentlich durch gegenwärtige menschliche Inanspruchnahme oder Ausbeutung verändert sind oder sich nach Aufgabe menschlicher Nutzung wieder zu einem natürlichen Ökosystem entwickeln können. Als Mindestwerte für deutsche Nationalparke werden folgende Größen empfohlen:

Hochgebirge	min. 10.000 ha
Landschaften im Mittelgebirge, Hügelland und Tiefland	min. 6.000-8.000 ha
Gebiete besonderer nationaler Bedeutung	min. 3.000 ha

Zonierung

Nationalparke, die in alten Kulturlandschaften angelegt wurden, erfordern in der Regel eine Zonierung mit dem Zweck (a) der Abgrenzung von untergeordneten Flächenanteilen, die aus unterschiedlichen Gründen dauerhaftem Management unterliegen sollen bzw. (b) der Ermöglichung sinnvoller und sozial angepasster Übergangszeiten zum primären Schutzzweck. In Nationalparks, die international anerkannt werden sollen, müssen mehr als 75% der Fläche langfristig als „Strenge Naturzone ohne Managementmaßnahmen“ ausgewiesen werden. In die „Strenge Naturzone mit Managementmaßnahmen“ können z.B. historisch interessante Landschaftselemente, Sonderbiotope, Kulturdenkmäler integriert werden.

Managementplan – Nationalparkplan

Die Managementpläne sollen dazu beitragen, dass die Entwicklung der natürlichen Lebensräume und der Abbau anthropogener Nutzungen so geregelt werden, dass das angestrebte Schutzziel in einem überschaubaren Zeitraum erreicht wird.

Etat und Personal

Die Personal- und Sachmittelausstattung von Nationalparks ist so zu wählen, dass alle Aufgaben angemessen erfüllt werden können. Die Besucherbetreuung und die Überwachung der Schutzgebietsbestimmungen sind durch ausreichend hauptamtliches, mit hoheitlichen Rechten ausgestattetem Personal sicher zu stellen.

Besucherangebote, Bildung und Besucherlenkung

Da Nationalparke dem Naturerlebnis und der naturkundlichen Bildung dienen - soweit es der Schutzzweck erlaubt - sind klare Konzepte zum Besuchermanagement und zur Lenkung zu entwickeln und eine angemessene Ausstattung mit Bildungs- und Informationsangeboten zu schaffen.

Forschung

Forschung in Nationalparks dient vorrangig der wissenschaftlichen Beobachtung vom Menschen nicht genutzter oder gelenkter Prozesse im Naturgeschehen. Ihre Ergebnisse sollen zur Erfüllung der Schutz-, Bildungs- und Managementaufgaben genutzt werden. Die Forschung darf nur mit Methoden erfolgen, die Störungen vermeiden bzw. auf ein Minimum reduzieren. Ihre Zielsetzung ist von den Nationalpark-Verwaltungen zu definieren und die Arbeiten sind von ihr zu koordinieren.

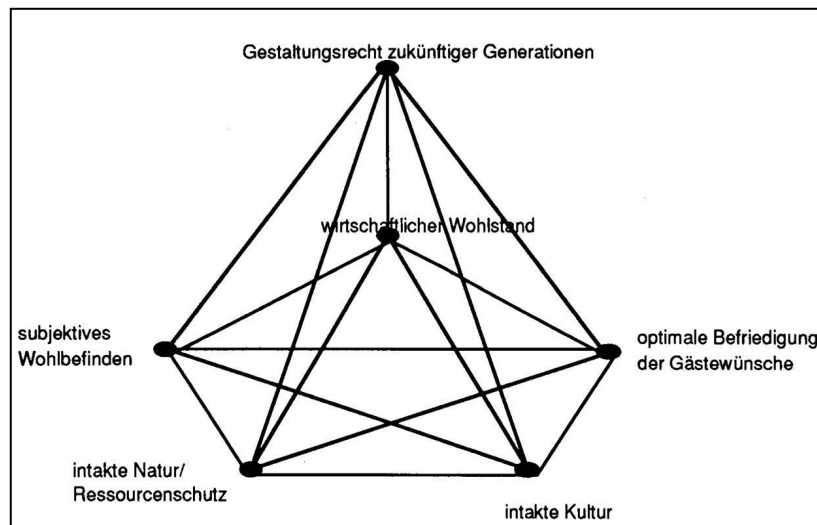
Nicht autochthone Arten – Kontrolle von Arten

Bestimmte ausgerottete heimische Tier- und Pflanzenarten können nach sorgfältiger Prüfung des Einzelfalles dann, wenn sie nicht auf natürliche Weise zurückwandern, wiederangesiedelt werden.

3. Nachhaltige Regionalentwicklung

Eine nachhaltige Regionalentwicklung verlangt Konzepte nachhaltiger regionaler Entwicklung und basiert auf Ansätzen einer regionalisierten Politik sowie dem globalen Leitbild nachhaltiger Entwicklung. Die 5-Eck Pyramide nachhaltiger touristischer Entwicklung (siehe Abb. 1) veranschaulicht die wesentlichen Merkmale einer solchen Zielsetzung.

Abb. 1: 5-Eck Pyramide nachhaltiger touristischer Entwicklung



Quelle: Steinecke, A.: Heft 7. Trier 1995, S. 16.

Es wird deutlich, dass eine intakte Natur und Kultur sowie der Ressourcenschutz wichtige Voraussetzungen für eine hohe Lebensqualität der Bevölkerung und die optimale Befriedigung der Gästewünsche sind. Man sollte stets alle fünf Zielbereiche berücksichtigen, um das Hauptziel „Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen“ zu erreichen.

Von besonderer Bedeutung sind in dem Zusammenhang die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: die ökologische Verträglichkeit, die ökonomische Ergiebigkeit und die soziale Verantwortbarkeit, die zusammen auch als „magisches Dreieck“ der Nachhaltigkeit bezeichnet werden und im Einzelnen durch verschiedene Strategien in einem Strategierahmen² zusammengefasst werden.

Die **ökologische Dimension** umfasst vor allem ein respektvolles Naturverständnis und die Erhaltung der Vielfalt, d.h.:

² vgl. hierzu Becker, Ch., 1995, S. 21ff

- Erhalten eines Gleichgewichtes bei den erneuerbaren Ressourcen zwischen Abbau- und Regenerierungsrate
- Reduzierung des Verbrauchs nicht erneuerbarer Ressourcen
- Keine Übernutzung der Assimilationsfähigkeit der Ökosphäre durch Abfallaufkommen und Schadstoffemissionen.

Konkret bedeutet das z.B. das Schaffen eines Bewusstseins in der Bevölkerung dafür, den hohen Energieverbrauch bei der Urlaubsreise und bei Fahrten im Urlaubsgebiet zu verringern und alle Möglichkeiten zur Reduzierung des Energieaufwandes für den touristischen Verkehr auszuschöpfen. Die Ressource Wasser soll möglichst schonend genutzt werden, das Abfallaufkommen reduziert und die Öffentlichkeitsarbeit für ein umweltgerechtes Verhalten in den Vordergrund gestellt werden.

Die **ökonomische Dimension** beinhaltet im Wesentlichen die stabile wirtschaftliche Entwicklung der Region, d.h.

- die zielgerichtete Weiterentwicklung des Tourismus insbesondere in qualitativer Hinsicht
- das Streben nach einem möglichst hohen Anteil der regionalen Wertschöpfung an den touristischen Umsätzen
- Förderung von langfristig ausgerichteten, zukunftssträchtigen Entwicklungsprojekten und Angeboten im Bereich des Tourismus, vor allem auch Vernetzung mit Angeboten der Nachbarorte
- Sichern eines diversifizierten Arbeitsmarktes
- Sichern eines ausgewogenen Verhältnisses zwischen Tourismus und anderen Wirtschaftssektoren und hinsichtlich der Betriebsgrößen bei den Anbietern
- Vermeiden einer örtlichen und regionalen Gesamtentwicklung auf der Basis von staatlichen Dauersubventionen
- Sichern der Verträglichkeit mit anderen Funktionen, wenn diese bereits im Sinne der Nachhaltigkeit gestaltet sind.

Die **soziale Dimension** stellt vor allem die gerechte Verteilung der Lebenschancen zwischen den Generationen am Ort und in der Region als wichtigstes Kriterium heraus.

Viele der genannten Aspekte finden sich ebenso in Anforderungsprofilen zum sanften Tourismus, so dass man bei dem Ansatz der nachhaltigen touristischen Regionalentwicklung von einer besonderen Form des sanften Tourismus sprechen kann.

Neben dem Strategierahmen ist auch ein Zielkatalog mit dem Oberziel „Schaffen optimaler Erholungsmöglichkeiten für die Bevölkerung“ und mehreren Unterzielen wie z.B. „Befriedigen des Erholungsbedürfnisses für alle Gruppen der Bevölkerung“, „Schaffen eines vielfältigen Angebotes zur Befriedigung der unterschiedlichen Freizeitinteressen“ oder „Breite Beteiligung am Ausbau der touristischen Infrastruktur“ wichtig.

Wichtige Komponenten für die Ergebnisqualität sind zum einen das touristische Potential der Region, der angewandte Beratungssatz, die Finanzierungsmöglichkeiten, die Menschen in der Region und die gesetzlichen Vorgaben.

Insgesamt muss also vor allem das Bewusstsein der betroffenen Menschen gestärkt werden, die Strategie der nachhaltigen Regionalentwicklung auf alle relevanten Themen ausgedehnt werden. Dabei ist ein schrittweises, systematisch aufeinander aufbauendes Vorgehen angebracht. Die vorgegebenen Strategien und Ziele dienen als Leitfaden bzw. Orientierungsrahmen und können als Checklisten für die Überprüfung der Ergebnisse herangezogen werden.

Nationalparke lassen sich vor allem deshalb in das Konzept der nachhaltigen Regionalentwicklung einbeziehen, weil sie die ökologische Dimension nachhaltiger Regionalentwicklung unterstreichen und verstärken.

4. Nationalparke als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung

Da es sich bei Nationalparks um gar nicht oder kaum vom Menschen beeinflusste Gebiete handelt, in denen ungestörte Naturprozesse und großräumiger Naturschutz ermöglicht werden sollen, stellt hier die Landschaft das Kapital des Tourismus dar. Doch Tourismus kann in diesen Gebieten nur stattfinden, wenn die Schutz-Ziele ausreichend gewährleistet sind. Neben dem Schutz der Natur bieten Nationalparke aber auch neue Ansatzpunkte und Alternativen für die Menschen bzw. ihre Region und können so zur Sicherung der Lebensqualität und der wirtschaftlichen Basis der Bevölkerung beitragen. Deshalb werden eine natur- und landschaftsverträgliche Landwirtschaft, die Vermarktung regionaler Produkte und ein nachhaltiger Tourismus als Chance für die Region angestrebt. Nachhaltiger Tourismus ist immer auch mit regionaler Entwicklung verbunden, denn er schafft Arbeitsplätze, Einkommen und eine strukturelle Entwicklung der regionalen Infrastruktur. Ein möglichst hoher Teil der Wertschöpfung soll in der Region bleiben. Dazu bedarf es eines regionalen Wirtschaftskreislaufes mit stärkerer Regionalisierung von Produktion und eines Verbrauchs, der eine höhere regionale Wertschöpfung ermöglicht. Die ökonomische Voraussetzung für das Bestehen von Nationalparks stellt deshalb die Inwertsetzung der Kulturlandschaft durch die Entwicklung und Vermarktung spezifischer touristischer Produkte, Dienstleistungen und Angebotsbündel dar. Die touristische Nutzung der traditionellen Kulturlandschaft muss dabei streng genommen nicht unbedingt nachhaltig sein, denn Nachhaltigkeit umfasst auch Nutzungsänderungen und damit Veränderungen des Landschaftsbildes. Gerade eine lebendige Kultur ist ständig im Wandel. Aus der vorhandenen Kultur muss ein touristisches Angebot (Objekte, Einrichtungen, Leistungsbündel) abgeleitet, erlebnisorientiert vermarktet und produktiv genutzt werden, um die Bedürfnisse der Gäste zu befriedigen und die ökonomische Basis zu stärken. Wenn das gelingt und die Kulturlandschaft zukunftsfähig weiterentwickelt wird, stellt die Kultur neben der Natur ein wichtiges Angebotselement für Nationalparke dar.

Auch wenn der Schutzzweck und die Erhaltung der Kulturlandschaft weiterhin im Vordergrund stehen, stellt sich die Frage, ob ein Nationalpark eine echte wirtschaftliche Perspektive für eine Region darstellt. Bezieht man sich z.B. auf ein wichtiges Kriterium der ökonomischen Dimension aus dem oben vorgestellten Strategierahmen – „Vermeiden einer örtlichen und regionalen Gesamtentwicklung auf der Basis von staatlichen Dauersubventionen“ – werden hier gerade bei Nationalparks Defizite deutlich. Die wirtschaftliche Unabhängigkeit ist sicherlich noch nicht gegeben, vor allem weil die Finanzierung der Nationalparke durch

Fördermittelzuwendungen durch das Land und damit durch Steuergelder erfolgt und auf Subventionen aufgebaut ist, die zukünftig abgebaut werden sollten.

Die Verbindung zwischen Tourismus und Naturschutz ist häufig widerspruchsvoll. Dennoch haben Nationalparke einen wichtigen **Nutzen durch den Tourismus** und das Interesse an diesen Gebieten. Hier erfolgt Umweltbildung, die Natur wird erlebbar gemacht. Die große Nachfrage nach Natur und Naturinszenierungen kann für den notwendigen Bildungsauftrag der Gesellschaft genutzt werden. Der Tourismus ist durch die ausgelöste Nachfrage als ein wichtiger Teil der Finanzierungskonzepte der Nationalparke anzusehen. Er kann auch Instrument der Sicherung natürlicher Ressourcen sein, indem die naturverträgliche touristische Erschließung anderen negativen Nutzungsarten zuvorkommt.

Es existiert aber auch ein hoher **Nutzen für den Tourismus durch Nationalparke**. Der Naturschutz sichert die für den Tourismus wichtigen landschaftsbezogenen Grundlagen: Da intakte Natur und Umwelt Hauptmotiv oder wichtigster Zusatznutzen bei der Auswahl der Reiseziele sind, gelten Nationalparke als Besuchermagnet. In Deutschland rechnet man mit 20 Mio. Besuchern³ jährlich, in den USA werden sogar 287 Mio. Besucher (1998)⁴ in den Nationalparks gezählt. Sie gelten als bedeutende Imagefaktoren für eine Region. Die ökologische Qualität einer Landschaft wird durch die Bezeichnung „Nationalpark“ offiziell bestätigt. Die Vermarktung des Nationalparks macht diesen also zum Besuchermagneten, und erst durch die hohe Besucherfrequenz kann der Nationalpark seinen Bildungsauftrag erfüllen.

Dadurch, dass Nationalparke zu unverwechselbaren und attraktiven Tourismus-Destinationen geworden sind, wirken sie als stabilisierender Wirtschaftsfaktor in strukturschwachen Regionen und leisten einen wertvollen Beitrag zur Stärkung des Binnentourismus in Deutschland. Allerdings sind Nationalparke in den Tourismusorganisationen teilweise noch nicht intensiv genug als Destination bewusst und werden dementsprechend auch noch kaum vermarktet. Dies zeigt, dass der Nutzen für den Tourismus noch nicht erkannt wurde.

Nationalparke stellen grundsätzlich ein großes Profitpotential für beide Seiten dar. Allerdings bedarf es zu dessen Erschließung einer gegenseitigen Abstimmung und Integration von Nationalparks in die regionale und kommunale Planung, so dass sowohl Schutzgebietsinteressen als auch kommunale Interessen abgestimmt werden können. Wenn Nationalparke nicht länger als „Insel“ betrachtet und behandelt werden und der Tourismus direkt zum Erhalt der natürlichen und kulturellen Ressourcen, von denen er letztlich abhängt, beiträgt, kann das für beide Seiten - Tourismus und Nationalpark - nur von Vorteil sein.

³ vgl. DTV: Touristische Angebotsgruppe Nationalparke, Endbericht, S. 3

⁴ vgl. Popp, D.: Bedeutung von Natur-Inszenierungen für Nationalparke, S. 2

5. Wirtschaftliches Naturpotential – Nationalpark als Wirtschaftsfaktor

Die wirtschaftliche Bedeutung der Nationalparke für den Tourismus ist mittlerweile relativ unbestritten und lässt sich auch mit Zahlen belegen. Bei der Entscheidung für ein Reiseziel spielte die Existenz eines Nationalparks laut standardisierter Besucherbefragung⁵ in allen Nationalparks für 50% der Gäste eine wichtige Rolle und für 18% eine entscheidende Rolle.⁶ 72%⁷ der deutschen Bevölkerung würden ihren Urlaub gerne in nationalpark-artigen Regionen verbringen. Im zweiten Jahr nach der Ausweisung des Nationalparks Harz gaben 37,6%⁸ die Existenz des Nationalparks als positiven Einfluss auf ihre Reiseentscheidung und 8,4%⁹ den Nationalpark als alleinigen Anreisegrund an. Im Bayerischen Wald stieg der Fremdenverkehr von 1970 bis 1980 im Nationalpark-Landkreis um 114%.¹⁰ Mit rund 20 Millionen Nationalpark-Besuchern in Deutschland wird ein touristischer Jahresumsatz von 0,3 Milliarden Euro erwirtschaftet.¹¹

Nationalparke können ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung sein. Dies wird auch in ihrer Bedeutung als strukturpolitischer Faktor deutlich:

Der Begriff „Nationalpark“ dient als **Werbe- und Imageträger**, d.h. im optimalen Fall profiliert sich die Region über den Nationalpark und verbessert über ein Qualitätszeichen Nationalpark die gesamte Wertschöpfungskette der Region an. Nationalparke gelten als **Impulsgeber** für spezielle wirtschaftliche Entwicklungen; so sind sie **Auslöser ökonomischer Effekte**, wie z.B. primäre Effekte durch Voll- und Teilzeitarbeitsplätze, sekundäre Effekte durch Gästenebenausgaben und tertiäre Effekte durch Dienstleistungszulieferer.

Großschutzgebiete entstehen meist in strukturschwachen ländlichen Räumen, weil oft nur hier eine großräumige hochwertige und schutzwürdige Naturausstattung vorhanden ist. Nationalparke haben daher die Möglichkeit, strukturschwache und bisher benachteiligte Regionen in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung zu fördern. Im optimalen Fall sollte eine Entwicklung auf den drei Standbeinen (1) umweltschonender und sozialverträglicher Tourismus, (2) ökologische Landnutzung und (3) umweltverträgliches Gewerbe gefördert werden.

⁵ durchgeführt 1995 in allen Nationalparks Deutschlands

⁶ vgl. WWF: Bedeutung von Nationalparks, S. 11

⁷ ebenda, S. 39

⁸ Nationalparkverwaltung Harz, Tätigkeitsbericht 2000, S. 49

⁹ ebenda

¹⁰ Steiner, G.: Nationalparke und Regionalentwicklung am Beispiel des Tourismus. 2001.

¹¹ DTV, Touristische Angebotsgruppe „Deutsche Nationalparke“, Endbericht, S. 3

Nationalparke haben durch die oben erwähnten primären Effekte eine wichtige Bedeutung für den Arbeitsmarkt und erfüllen somit auch ein weiteres Kriterium der ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit: Durch die Institution Nationalpark werden Beschäftigungseffekte ausgelöst. Dies sind beispielsweise Arbeitsplätze in der Nationalpark-Verwaltung, in der Pflege und Entwicklung des Gebietes. Im Nationalpark Harz existierten Ende 2000 116 Arbeitsplätze.¹² Darüber hinaus bestehen Beschäftigungsbereiche mit direkter Verbindung zum Nationalpark (touristisch relevante Bereiche wie Gastgewerbe und Transportunternehmen), die im Landkreis des Nationalparks Bayerischer Wald mit 6.000 Arbeitsplätzen (1993) beziffert werden können. Ebenso sind Beschäftigungsbereiche durch Multiplikatoreffekte vorhanden (ergänzender Tourismusbereich). Dazu gehören beispielsweise der Großhandel, das Baugewerbe und die Landwirtschaft. Vom Nationalpark abhängige Existenzgründungen sind etwa Fahrradverleihe oder die Souvenirproduktion. Schnittstellen gibt es darüber hinaus in den Bereichen Natur- und Umweltschutz, Land- und Forstwirtschaft, Handel und Gewerbe. Tourismus kann deshalb nur dann nachhaltig im Sinne positiver Regionalentwicklung gestaltet werden, wenn diese Wechselwirkungen mit anderen Bereichen berücksichtigt und gezielt weiter entwickelt werden.

Nationalparke können Auslöser einer positiven Regionalentwicklung sein, allerdings bedarf es dazu einer engen Kooperation von Nationalpark und regionalen Akteuren. Deshalb muss der traditionelle Naturschutz bereit sein, neue Wege zu beschreiten und als konstruktiver Entwicklungsfaktor zu dienen. Solche Entwicklungswege sind allerdings nicht kurzfristig zu beschreiten. Das Beispiel der politischen Willensentscheidungen der Landesregierung NRW zum Nationalpark Senne macht deutlich, wie zeitintensiv eine erfolgreiche Entwicklung bis hin zur endgültigen Ausweisung zum Nationalpark sein kann. Entsprechende Planungsprozesse können aber auch relativ schnell und problemlos ablaufen, wenn in der Region keine unterschiedlichen Nutzungsinteressen aufeinander treffen und dem Nationalpark keine Widerstände gegenüber stehen.

Es ist außerdem unbestritten, dass Nationalparke für die jeweilige Region ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal darstellen, mit dem sie sich von anderen Regionen und Nationalparks unterscheiden können.

Wichtig für eine touristische Angebotsentwicklung sind vor allem vier Richtungen, die das touristische Verhalten prägen: der Wunsch nach Naturerlebnis, nach Gesundheit, Kultur und teilweise auch nach Einfachheit bzw. Ursprünglichkeit. Nationalparke können diesen Trends entsprechen, indem sie das steigende Natur- und Umwelt-

¹² Nationalparkverwaltung Harz Tätigkeitsbericht 2000, S. 48

bewusstsein und das Bedürfnis nach authentischem Naturgenuss für sich nutzen und ihr Angebot entsprechend gestalten.

Nichts desto trotz sollten sich alle Planungen und Maßnahmen eines nachhaltigen Tourismus an der Kapazitätsgrenze des jeweiligen Raumes orientieren. Die Schutzziele des jeweiligen Nationalparks müssen bei allen Planungen und Maßnahmen die oberste Priorität behalten. Dort, wo eine verträgliche Erholungsnutzung möglich ist, ist diese mit dem Ziel der Beeinträchtigungsminimierung zu lenken. Die Besucherlenkung ist dabei in Form der Schaffung bedarfsgerechter Angebote zu nutzen. Naturschutz und Tourismus sollte eine Anstoßfunktion für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung in der gesamten Region und in allen Wirtschaftsbereichen zukommen. Nationalpark und Tourismus müssen sich gegenseitig ergänzen, denn ohne touristische Aufbereitung für Besucher gibt es wenige Möglichkeiten, bei der Bevölkerung eine positive Einstellung zum Schutzgedanken zu erreichen.

6. Ergebnisse der Befragung der Nationalparke

6.1 Zielsetzung und Methodik

Das Projekt untersucht 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,

um damit ein möglichst genaues Bild über die wirtschaftlichen Effekte von Nationalparks zu erstellen.

Die Ergebnisse sollen dazu dienen, die Bedeutung der Nationalparke als strukturpolitischer Faktor darzustellen, den nachweisbaren positiven Effekt der Nationalparke für die Tourismuswirtschaft der Region aufzuzeigen und die allgemeine Akzeptanz der Nationalparke seitens der Bevölkerung bzw. bestimmter Nutzergruppen zu fördern. Des Weiteren soll die Darstellung des Naturschutzes als Instrument zur Verhinderung wirtschaftlicher Entwicklungen widerlegt werden. Abschließend sollen die Ergebnisse auf den projektierten Nationalpark Senne übertragen werden, um so Zukunftsprognosen für wirtschaftliche Impulse bei der Ausweisung offen legen zu können.

Bei dem Projekt handelt es sich um eine schriftliche Befragung (Fragebogen siehe Anhang) aller zum Untersuchungszeitpunkt bestehenden Nationalparke in Deutschland, um zunächst die Grundstruktur des Sachverhalts zu ermitteln. Diese erste Projektphase soll einen Überblick über die wirtschaftlichen Effekte der Nationalparke in Deutschland ermitteln. Geplant ist, daran anschließend einige ausgewählte Nationalparke genauer zu untersuchen und dort Detailrecherchen vor Ort durchzuführen.

Ursprünglich sollten auch die Tourismusverbände der Nationalpark-Regionen mit in die Untersuchung einbezogen werden. Aufgrund des geringen Rücklaufs (nur 1 Fragebogen) ist dieses Vorhaben jedoch gescheitert.

Stichprobe: Von den vorhandenen 13 Nationalparks haben 9 die ausgefüllten Fragebögen zurückgesandt.

Die folgenden Aussagen beziehen sich demzufolge auf die Angaben dieser 9 Nationalparke.

6.2 Auswertung

Im Folgenden werden die Ergebnisse der einzelnen Fragestellungen im Fragebogen zusammenfassend dargestellt, um erste Grundaussagen und Entwicklungstendenzen erkennen zu können.

Obwohl jeder Nationalpark und jede Region seine bzw. ihre eigene Geschichte und Entwicklung hinter sich hat, konnten anhand eines standardisierten Fragebogens Daten erhoben werden, die eine gewisse Vergleichbarkeit ermöglichen. Folgende Angaben wurden in dem Fragebogen abgefragt:

- I. Allgemeine Angaben
- II. Beschäftigungseffekte durch das Nationalpark-Amt
- III. Zugänge zum Nationalpark
- IV. Einkommenseffekte / Einnahmen durch den Nationalpark
- V. Auftragsvergabe durch das Nationalpark-Amt an Dritte
- VI. Besucher des Nationalparks und der Nationalparkregion
- VII. Unterkunftsmöglichkeiten im Nationalpark und in der Umgebung
- VIII. Nationalparkumgebung

Touristische Kennzahlen:

Es werden sowohl Daten erfasst, die die Effekte des Nationalparks direkt betreffen, als auch Rahmenbedingungen, welche ein Tourist in der Region abseits vom Nationalpark vorfindet. Letzteres meint die Daten, die unter Punkt VIII. erfasst wurden und wiedergeben, welche Freizeitangebote in der näheren Umgebung zu finden sind. Je mehr Möglichkeiten, desto größer wird die Zielgruppe und desto länger wird sich, bei geschickter Vermarktung, die Aufenthaltsdauer ausdehnen.

Ebenfalls vor dem Hintergrund Tourismus ist die Frage nach den Unterkunftsmöglichkeiten zu sehen: Aus der Entwicklung der „Bettenzahlen“ seit Nationalpark-Gründung lässt sich ersehen, inwieweit der Nationalpark-Tourismus diese beeinflusst hat. Daten über die Entwicklung der Unterkunftsmöglichkeiten im Nationalpark-Gebiet geben nicht nur einen Überblick über den Bekanntheitsgrad oder die Attraktivität als Urlaubs- oder Tagesziel, sondern zeigen auch den sekundären ökonomischen Einfluss hinsichtlich des Gastgewerbes.

Um das Bild der Auswirkungen auf den regionalen Fremdenverkehr abzurunden, sind Besucherdaten notwendig: wie viele Besucher kommen im Jahresdurchschnitt bzw. welche Veränderung zu „Vornationalparkzeiten“ lässt sich feststellen, wie lange bleiben sie und woher kommen sie.

Ökonomische Kennzahlen:

Die Fragekomplexe II. und V. dienen dem Ziel, den Einfluss des Nationalparks auf den lokalen Arbeitsmarkt darzustellen: Wie viele Personen fanden dort direkt eine Anstellung, wie viele profitierten vom Nationalpark als externe Arbeitnehmer. Gleichzeitig lässt sich abschätzen, welchen sekundären Effekt die Auftragsvergabe an „regionales Handwerk und Gewerbe“ ansonsten hat. *„Sofern alle Nationalparke im Umfang von ca. 10% ihres Etats Aufträge an die regionale Wirtschaft vergeben, fließen hierdurch jährlich etwa 10 Mio. DM an Handel und Gewerbe in den Nationalparkregionen.“*¹³

Umgekehrt kann man aber auch davon ausgehen, dass in Abhängigkeit von der Anzahl der Mitarbeiter auch das Volumen der Auftragsvergabe an Dritte zu sehen ist: Je mehr Mitarbeiter, desto weniger Aufträge werden an Externe vergeben. Zur Beurteilung dieser Daten ist die Kenntnis des Budgets notwendig, welches dem Nationalpark jährlich zur Verfügung steht, d.h. die Summe, die zusätzlich in dieser Region zur Verfügung steht bzw. vom Nationalpark investiert und dadurch einem zusätzlichen Wertschöpfungsprozess zugeführt wird.

Um diese Daten jedoch nicht nur im Vergleich nebeneinander zu betrachten, werden sie durch die Ergänzung allgemeiner, strukturpolitischer Daten der jeweiligen Region in den adäquaten regionalen Kontext gesetzt.

6.2.1 Gebietsstruktur und Nutzung¹⁴

Die bestehenden Nationalparke wurden im Zeitraum von 1969 bis 1997 gegründet und weisen aufgrund verschiedenartiger Ausgangsbedingungen unterschiedliche Entwicklungen auf.

Nach den Leitlinien für Nationalparke in Deutschland werden Mindestgrößen für diese empfohlen, die sich den jeweiligen landschaftlichen Rahmenbedingungen anpassen (s.o.). Der Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer ist der flächenmäßig größte deutsche Nationalpark mit 441.000 ha Gesamtfläche, wohingegen der Nationalpark Jasmund nur eine Fläche von 3.003 ha umfasst. Seine einzigartige Landschaft mit der Kreideküste rechtfertigt dennoch sein Bestehen. Insgesamt liegen alle Nationalparke über den angegebenen Richtmaßen. Bis auf die Nationalparke Hainich (7.600 ha), Sächsische Schweiz (9.300 ha) und Jasmund überschreiten sogar alle die 10.000 ha Grenze.

Die Flächenverteilung auf die Schutzzonen gestaltet sich sehr unterschiedlich. In Nationalparks, die international anerkannt werden sollen, müssen mehr als 75% der Fläche langfristig als „Strenge Naturzone ohne Managementmaßnahmen“ ausge-

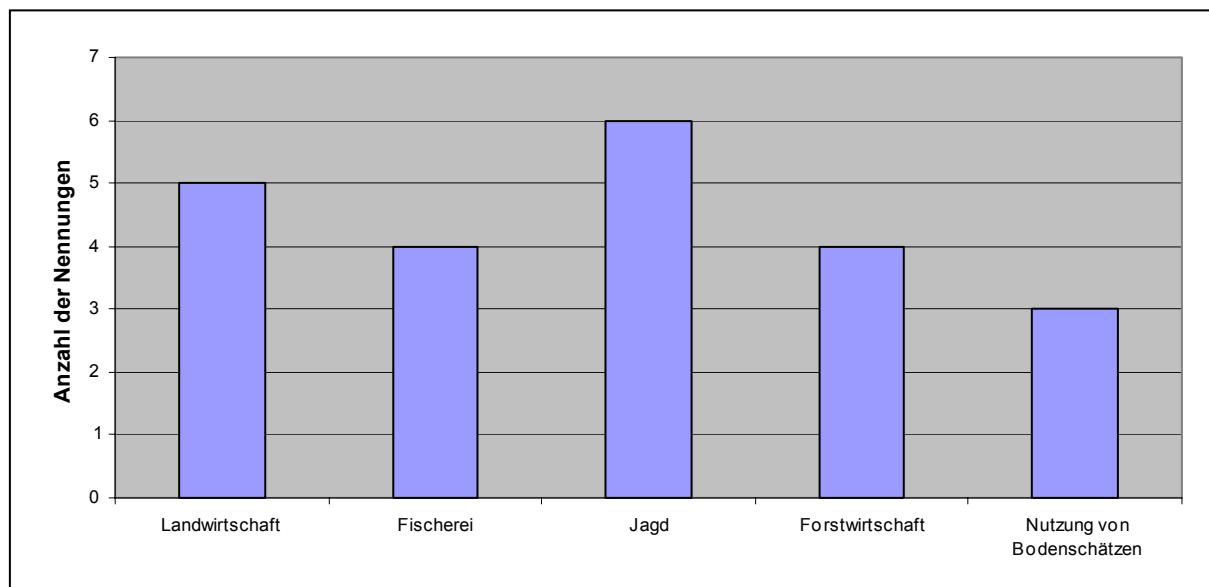
¹³ Petermann, Cord (2001), Naturschutz als Motor für Regionalentwicklung und Tourismus, S. 27

¹⁴ Angaben beziehen sich auf Zeitpunkt der Datenerhebung (Mitte 2001)

wiesen werden, also dem Schutz der natürlichen Sukzession dienen. Bei der Befragung variieren die Angaben zwischen 27,6 (Nationalpark Hainich) und 91,5% (Nationalpark Hamburgisches Wattenmeer). In den meisten Fällen sind lediglich zwei Zonen vorhanden, die Zone 3 (Naturerholungszone) umfasst nur beim Nationalpark Müritz mit 68,3% ein erheblich größeres Gebiet als bei den anderen Nationalparks (drei Angaben unter 10%, ansonsten gar nicht vorhanden). Allerdings ist zu beachten, dass die Nationalparke sich im Laufe der Jahre weiterentwickeln und die Fläche ohne Nutzung mit der Zeit zunehmen sollte. Deswegen ist die Zone 3 im Nationalpark Müritz auch mit der lokalen Bezeichnung Entwicklungszone versehen worden.

Bei der **traditionellen Nutzung im Nationalpark-Gebiet** steht die Forstwirtschaft am häufigsten an erster Stelle (4 Nennungen), gefolgt von der Jagd (2 Nennungen) und der Landwirtschaft (1 Nennung). An zweiter Stelle steht in drei Fällen die Fischerei, gefolgt von der Nutzung von Bodenschätzen (2 Nennungen) und der Landwirtschaft (1 Nennung). An dritter Stelle findet sich mit 3 Nennungen am häufigsten die Landwirtschaft, gefolgt von Jagd (2 Nennungen) und Fischerei. An vierter und letzter Stelle werden nur in zwei Nationalparks Angaben gemacht, die sich auf Jagd und Nutzung von Bodenschätzen verteilen. Ausnahmen bilden der Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer und der Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer, bei denen der Tourismus an erster Stelle steht. Insgesamt ergibt sich also folgende Rangordnung: Forstwirtschaft (1), Fischerei (2), Landwirtschaft (3). Nach den häufigsten Gesamtnennungen steht die Jagd an erster Stelle, gefolgt von Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft sowie Nutzung von Bodenschätzen (vgl. Abb. 2).

Abb. 2: Traditionelle Nutzung im Nationalpark-Gebiet



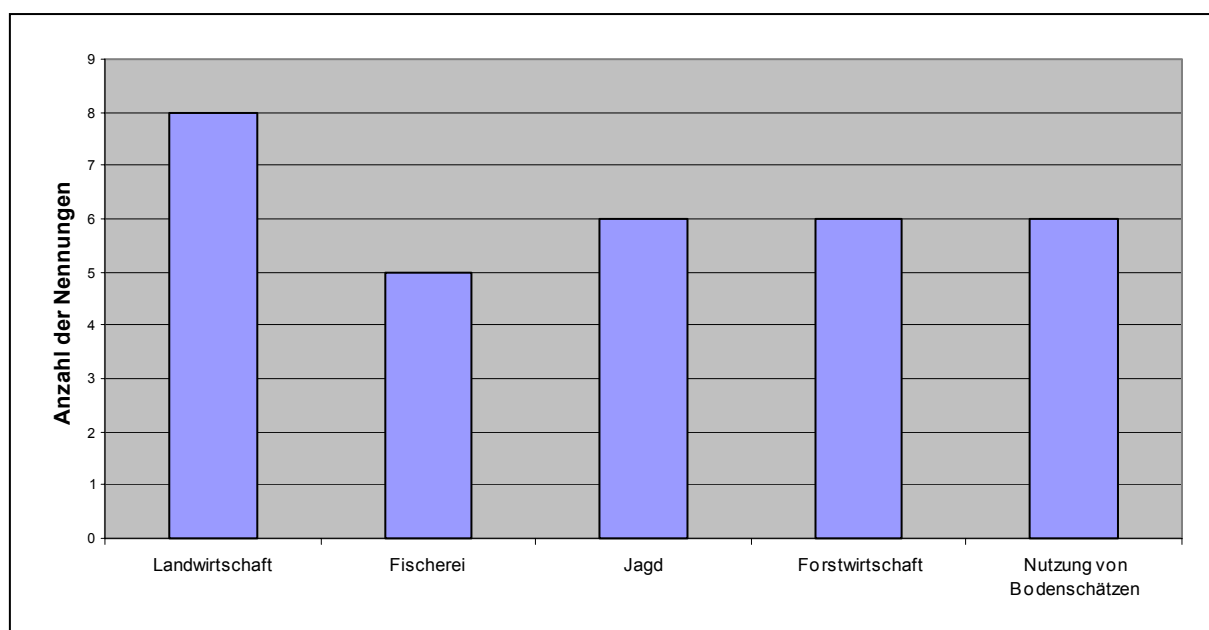
Quelle: eigene Erhebung.

Die **traditionelle Nutzung in der näheren Umgebung des Nationalparks** ist vor allem durch die Landwirtschaft geprägt (6 Nennungen an erster Stelle), gefolgt von der Forstwirtschaft mit 2 Nennungen, die ebenfalls an zweiter Stelle am häufigsten vorkommt (3 Nennungen). An dritter Stelle steht die Fischerei mit 4 Nennungen, gefolgt von Jagd und Landwirtschaft mit jeweils 2 Nennungen. Die Nutzung von Bodenschätzen wird mit 4 Nennungen an vierter Stelle am häufigsten angegeben, gefolgt von der Jagd. Der Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer stellt wiederum den Tourismus an die zweite Stelle. Insgesamt ergibt sich also folgende Rangordnung: Landwirtschaft (1), Forstwirtschaft (2), Fischerei (3), Nutzung von Bodenschätzen und Fischerei (4).

Auch nach den häufigsten Gesamtnennungen steht die Landwirtschaft an erster Stelle (8 Nennungen) gefolgt von Jagd, Forstwirtschaft und Nutzung von Bodenschätzen mit jeweils 6 Nennungen, Fischerei (5 Nennungen, vgl. Abb. 3).

Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei haben also insgesamt sowohl bei der traditionellen Nutzung im Nationalpark-Gebiet als auch in der näheren Umgebung eine sehr hohe Bedeutung. Es liegt nahe, dass die Landwirtschaft mit ihrem großen Flächenverbrauch eher in der Umgebung der Nationalparke zu finden ist, wohingegen die Forstwirtschaft sicherlich einen großen Beitrag zu den wichtigen Landschaftselementen eines Nationalparks beiträgt und somit direkt im Nationalpark-Gebiet zu finden ist. Denn Waldgebiete zählen in allen Nationalparks (außer denen an der Küste) mit Anteilen von 72% (Nationalpark Müritze) bis 98% (Nationalpark Bayerischer Wald) an der Gesamtfläche zu den bedeutendsten Landschaftselementen.

Abb. 3: Traditionelle Nutzung in der Nationalpark-Umgebung



Quelle: eigene Erhebung.

Zu beachten ist hier, dass der Jagd sicherlich keine so große wirtschaftliche Bedeutung zugeschrieben werden kann wie z.B. der Land- oder Forstwirtschaft und sich demzufolge mit Schaffung der Nationalparke je nach traditioneller Nutzung auch unterschiedliche (negative) Konsequenzen (z.B. Verlust von Arbeitsplätzen) für die Nationalpark-Region ergeben. Laut den Leitlinien für deutsche Nationalparke sind „wirtschaftsbestimmte Nutzungen wie Land- und Forstwirtschaft, Wasserwirtschaft, Energiewirtschaft, Jagd, Fischerei, Bergbau, Weidewirtschaft und andere Bodennutzungen (...) in Nationalparks grundsätzlich nicht zulässig“ (s.o.). Demnach kommt es in dem Nationalpark-Gebiet zu einer Nutzungsveränderung bzw. je nach Sichtweise (z.B. der Landwirte) auch zu Beeinträchtigungen durch Ausweisung der Nationalparke. Demzufolge erhöht sich auch das Konfliktpotential.

6.2.2 Zugänge zum Nationalpark

Man findet in Nationalparks verschiedene Kategorien von Zugängen mit unterschiedlicher Ausstattung. Zur **Begriffsdefinition**: Haupteingänge werden als größere touristische Einrichtungen verstanden. Hier sind Informationszentren, Spielplätze, Restauration sowie Serviceangebote (Kutschfahrten, Familienangebote, u.ä.) zu finden. An Nebeneingängen sind kleinere Informations- (Schautafeln, Diashow u.ä.) und Serviceangebote (z.B. geführte Wanderungen) vorhanden. Dies können auch Wege und Straßen sein, die in den Nationalpark hereinführen.

In den meisten Nationalparks gibt es unterschiedliche Kategorien von Zugängen (nur in drei Fällen gibt es diese nicht). Die Zahl der Haupteingänge liegt meist zwischen eins und drei, nur in wenigen Nationalparks liegt sie deutlich höher (Mür 12; SHW und NdW sind von vielen Stellen aus zugänglich). Die Zahl der Nebeneingänge ist nicht genau festzulegen, in jedem Nationalpark gibt es mehrere (Bspw. Mür 10, Jas 9).

Tab. 2: Ausstattungsmerkmale von Eingängen (x = vorhanden)

Nationalpark	BW	SäS	Harz	HH	Jas	SHW	NdW	Mür	Hai
Info Zentrum	X	x	x	X		X	x	X	
Info Tafel	X	X ca. 100	x	X	X	X	X ca. 220	X	X
Gastronomie	X		x	X	X			X	
Toilette	X		X	X	X			X	X
PKW Parkplatz	X	x	X	X	X			X	X
Fahrrad Parkplatz	X		X		X			X	X
Kasse	X								
Treffpunkt für Führungen	X	x	X	X	X	x	x	X	X
Ausstellungsraum	X		X	X				X	
Souvenir Shop	x	x	x	X				x	X
Erste Hilfe Station		x		x					

Quelle: eigene Erhebung.

Wie die Tabelle 2 zeigt, sind alle Nationalparke mit zahlreichen Info-Tafeln ausgestattet, die durch verschiedene Treffpunkte für (naturkundliche) Führungen ergänzt werden. Die Grundausrüstung an Informationen ist überall vorhanden.

Die Ausstattung der Zugänge bildet einen wichtigen Bestandteil der erfolgreichen Vermarktung des Produkts „Nationalpark“.

Sicherlich ist die infrastrukturelle Ausstattung der Zugänge zu Nationalparks ein wichtiges Kriterium für die Nachfrage und kann deshalb als ein wesentlicher Anziehungspunkt gesehen werden, d.h. je interessanter und einladender die Zugänge gestaltet sind, desto mehr (neue) Gäste werden angesprochen und auf das Angebot im Nationalpark aufmerksam gemacht.

6.2.3 Beschäftigungseffekte durch das Nationalpark-Amt

Die folgende Tabelle 3 stellt eine Übersicht über die direkt beim jeweiligen Nationalpark Beschäftigten dar:

Tab. 3: Arbeitsplätze

Nationalpark	BW	SäS	Harz	HH	Jas	SHW ¹⁵	NdW	Mür	Hai
Mitarbeiter	200	24	115	3	28	34/75=109	26	143	7
davon aus der Region	> 95%	24	>100	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	142	7
Vollzeit/ Teilzeit	185/15	20/4	k.A.	3/0	28/0	83/26	20/6	143/0	7/0
Beamte/ Angestellte/ Arbeiter	37/32/129	1/23/0	22/12/82	0/0/0	6/4/16	10/79/9	9/13/1	21/36/79	3/4/0
ABM/Azubis	1/0	4/0	2/0	0/0	1/0	11/0	0	0/4	0
Zusätzliche Hilfskräfte	5	4-5	2	2	1	9	2	4	3
Saisonkräfte	10	30-40	0	0	0	0	0	0	0
Sonstiges	0	50	0		0	0	0	0	0

Quelle: eigene Erhebung.

Die Tabelle 3 soll zunächst einen Überblick über Anzahl und Verhältnis der Beschäftigten geben. Da die Nationalpark-Verwaltungen nicht einheitlich organisiert sind, kann man die Zahlen nicht direkt miteinander vergleichen. Trotzdem ist sicherlich auffällig, dass (sofern Angaben gemacht wurden) die Mehrzahl der Beschäftigten, teilweise sogar alle, aus der jeweiligen Region stammt.

Der regionale Beschäftigungseffekt ist demnach nicht von der Hand zu weisen, vor allem weil die Mehrzahl der Arbeitsplätze Vollzeitarbeitsplätze sind.

¹⁵ Beim Nationalpark SHW werden jeweils Angaben für das Nationalpark-Amt und die Nationalpark Service GmbH gemacht

Auffällig ist außerdem, dass in jedem Nationalpark zusätzliche Hilfskräfte bzw. teilweise auch Saisonkräfte eingestellt werden, woraus sich schließen lässt, dass die Anzahl der fest Beschäftigten oft nicht ausreicht, um alle Aufgaben eines Nationalpark-Amtes zu erfüllen.

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.¹⁶ Bezogen auf die Beschäftigungseffekte ist diese Voraussetzung sicherlich gegeben.

Allerdings sind die starken quantitativen Unterschiede zwischen den Nationalparks nicht von der Hand zu weisen. Sicherlich hängen diese zum Einen mit der Größe der Nationalparke zusammen - mehr Fläche benötigt auch mehr qualifiziertes Personal -, aber darüber hinaus ist die Anzahl der Arbeitsplätze in Nationalparks regional sehr unterschiedlich. Direkte Zusammenhänge sind nicht erkennbar, demzufolge ist der Sachverhalt sehr schwer zu interpretieren. Doch wenn laut Leitlinien für deutsche Nationalparke „die Personal- und Sachmittelausstattung von Nationalparks (...) so zu wählen (ist), dass alle Aufgaben angemessen erfüllt werden können“, wirft sich hier die Frage auf, warum sich die Anzahl der benötigten Mitarbeiter so stark unterscheidet.

Bezogen auf die Aufgabe der Nationalparke, nämlich der Information und Bildung der Besucher zu dienen, bildet die personelle Ausstattung sicherlich die „wichtigste Säule jeder Besucherbetreuung“¹⁷, in quantitativer und vor allem auch qualitativer Hinsicht.

6.2.4 Einkommenseffekte / Einnahmen durch die Nationalparke

Die folgende Tabelle 4 stellt im oberen Teil zunächst den jeweiligen Nationalpark-

Tab. 4: Nationalpark-Etat

Nationalpark	BW	SäS	Harz	HH	Jas	SHW	NdW	Mür	Hai
Haushalts-etat	2,5 Mio DM	~ 3,3 Mio. DM	k.A.	~ 600.000 DM	k.A.	4,4/6,7 Mio. DM	4,4 Mio. DM	11,1 Mio. DM	2 Mio. DM
Beteiligung Land	100%	100%	k.A.	90-100%	k.A.	100% / 64%	100%	97,7%	95%
Beteiligung Bund	0	0	k.A.	0	k.A.	0	0	0	0
Beteiligung Kreis	0	0	k.A.	0	k.A.	0	0	0	0
Beteiligung Gemeinde	0	0	k.A.	0	k.A.	0	0	0	0
Eintritt	0	0	k.A.	0	k.A.	0/18%	0	0	0
Gewinn	0	0	k.A.	0	k.A.	0/16,5%	0	0	3%
Sponsoring	0	0	k.A.	0	k.A.	0,01/1,5%	0	0	2%

Quelle: eigene Erhebung.

¹⁶ vgl. Zusammenfassung des TAB- Arbeitsberichtes Nr. 77, „Tourismus in Großschutzgebieten“

Etat und dann darunter die entsprechende prozentuale Zusammensetzung der Beteiligung des Bundes/Landes/Kreises/Gemeinde dar.

Es werden mehr als 90% der Finanzausstattung vom Land getragen. Diese Zahl verdeutlicht wieder, dass von einer wirtschaftlichen Unabhängigkeit der Nationalparke nicht die Rede sein kann und tritt damit in Konflikt mit der ökonomischen Leitlinie „Vermeiden einer örtlichen und regionalen Gesamtentwicklung auf der Basis von staatlichen Dauersubventionen“.

Tabelle 5 zeigt eine Übersicht über die Einnahmen durch den Nationalpark.

Tab. 5: Einnahmen

Nationalpark	BW	SäS	Harz	HH	Jas	SHW	NdW	Mür	Hai
Eintritt	0	0	0	0	0	Bestimmte Einrichtungen	Bestimmte Einrichtungen	0	0
Sponsoring	55.000 DM	vorhanden	vorhanden	0-10%	~ 3.000 DM	Im Aufbau	Vorhanden	0,6% (~ 155.000 DM)	120000 DM
Produktveräußerung	1,5 Mio.	0	2,6 Mio. DM	0	120.000 DM	0	0	~ 158.000 DM	25000 DM
Sonstiges (Park/Leihgebühren)	500.000 DM	0	0	0	0	0	0	1,7% EU-Zuweisung	0

Quelle: eigene Erhebung.

Eintrittsgelder werden in der Regel nicht für den Nationalpark an sich erhoben, sondern nur für spezielle Einrichtungen oder das Nationalpark-Zentrum. Obwohl z.B. die bundesweite EMNID Umfrage zu Nationalparks im Mai 1998 gezeigt hat, dass 81%¹⁸ der Besucher bereit wären, sich an der Finanzierung der Nationalparke zu beteiligen, etwa durch eine Naturtaxe, wird dieses in keinem der befragten Nationalparke praktiziert. Vermutlich wird in einer solchen Naturtaxe eher ein Hemmnis für neue Besucher gesehen, als eine wertvolle Finanzierungshilfe. Allerdings sollte man bedenken, dass die Bereitschaft der Bevölkerung, für eine Marke bzw. für ihre Freizeit Geld auszugeben, durchaus vorhanden und oftmals sogar höher als etwa für Lebensmittel ist. Wenn sich die deutschen Nationalparke als gemeinsame Marke etablieren wollen, sollte deshalb auch über eine Naturtaxe nachgedacht werden, denn für viele Besucher gilt vielleicht auch „Was nichts kostet, ist nichts wert“.

Parkgebühren an den Infozentren fallen in wenigen Nationalparks an. Projektbezogenes Sponsoring als Einnahmequelle ist in allen Nationalparks vorhanden bzw. befindet sich im Aufbau. Als Sponsorengruppe treten vor allem die überregionale Wirtschaft mit verschiedenen Klein- und Großprojekten¹⁹, überregionale Stiftungen, regionale Fördervereine und gelegentlich auch Privatpersonen auf.

¹⁷ WWF, Reihe Nationalparke, Band 13, S. 9

¹⁸ vgl. WWF, Reihe Nationalparke, Band 7, S. 41

¹⁹ Kleinprojekte liegen in einem Rahmen von bis zu 50.000 DM; Großprojekte liegen in einem Rahmen von über 50.000 DM

Produktveräußerungen ergänzen den Etat in fast der Hälfte aller Nationalparke in zum Teil nicht unerheblichem Maße. Dies geschieht vor allem im Bereich der Forstwirtschaft (Saatgutgewinnung, Weihnachtsbäume, Waldpflege) und durch Veröffentlichungen und Verkauf von Infomaterial. Offensichtlich versuchen nur 5 von 9 Nationalparks durch Produktveräußerungen ihren Etat zu erweitern, obwohl hier vermutlich noch weiteres Einnahmepotential vorhanden wäre.

Um die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Nationalparke zu fördern, sollten im Bereich der Einnahmen in Zukunft diverse Möglichkeiten gemeinsam 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 durchaus auch ein Beispiel an kommerziellen Freizeitgroßeinrichtungen nehmen und so ihr Auftreten als touristisches Angebot professionalisieren.

6.2.5 Auftragsvergabe durch das Nationalpark-Amt an Dritte

Ein florierender Tourismus kann zu einer Erhöhung des Auftragsvolumens im regionalen Handwerk, Baugewerbe sowie im Handels- und Dienstleistungsgewerbe beitragen. Nationalparke haben deshalb einen nachweisbaren positiven Effekt auf die Wirtschaft der Region. Neben den Leistungsträgern, die direkt vom Nationalpark-Tourismus profitieren, erzielen weitere Branchen im Rahmen des Multiplikatoreffektes ökonomischen Nutzen (z.B. Großhandel, Baugewerbe, Landwirtschaft). Oft kommt es zudem zu Existenzgründungen oder -erweiterungen, die ohne den Nationalpark nicht entstanden wären (z.B. Shuttlebusse).²⁰

Tab. 6: Auftragsvergabe an Dritte

Nationalpark	BW	SäS	Harz	HH	Jas	SHW	NdW	Mür	Hai
Gesamtumfang	200.000 DM	> 500.000 DM	k.A.	> 40.000 DM	k.A.	k.A.	~ 2,5 Mio. DM	967.643 DM (2000)	3.915.311,06 DM (1999-8/2001)
Auftragnehmer	k.A.	5	k.A.	6	4	NPS, 6	~ 40 (+ 200 Saison)	20	396
Davon aus der Region	k.A.	5	k.A.	0	3	NPS, 6	38 (+ 200 Saison)	20	268
Dadurch geschaffene Arbeitsplätze	k.A.	> 35	k.A.	2		k.A.			128

Quelle: eigene Erhebung.

Wie die Tabelle 6 zeigt, kommt die Mehrzahl der Auftragnehmer aus der Region (soweit Angaben gemacht wurden), in drei Nationalparks sogar 100%. In drei Fällen

²⁰ vgl. WWF, Die Bedeutung von Nationalparks für den Tourismus, 1999, S. 15f

konnten direkte Beschäftigungseffekte nachgewiesen werden, d.h. es wurden durch die Auftragsvergabe neue Arbeitsplätze geschaffen. Die hohe Anzahl der Aufträge und der hohe finanzielle Gesamtumfang im Nationalpark Hainich (Zahlen beziehen sich auf die Jahre 1999 bis August 2001) lässt sich vermutlich auf sein erst kurzes Bestehen im Vergleich mit traditionellen Nationalparks wie dem Nationalpark Bayerischer Wald zurückführen. Aufträge wie der Bau von Infozentren, die Erstellung von Infotafeln und Lehrpfaden kennzeichnen hier die Entwicklung der Infrastruktur. Eine große Anzahl der Aufträge geht aber auch auf Führungen und spezielle Veranstaltungen zurück, wobei hier der finanzielle Rahmen im Vergleich zu den infrastrukturellen Aufträgen eher gering ausfällt. Insgesamt werden in fast allen Nationalparks neben den baulichen Aufträgen vor allem Führungen, Vorträge und spezielle Veranstaltungen oder Ausstellungen an Dritte vergeben.

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

6.2.6 Besucher der Nationalparke und der Nationalpark-Region

Die schon erwähnten rund 20 Mio. Besucher²¹ in allen Nationalpark-Regionen in Deutschland zeigen eine deutliche Nachfrage und unterstreichen die Bedeutung von Nationalparks für den Tourismus. Nach Schätzungen besuchen sogar etwa 45 Mio. Menschen²² jährlich die Regionen, in denen die Nationalparke liegen. Die Zahlen aus der durchgeführten eigenen Befragung im Einzelnen verdeutlicht Tabelle 7, wobei sich die Daten teilweise auf die nähere Nationalpark-Region beziehen (Harz), in den meisten Fällen aber direkt das eigentliche Nationalpark-Gebiet gemeint ist.

Tab. 7: Besucherzahlen

Nationalpark	BW	SäS	Harz	HH	Jas	SHW	NdW	Mür	Hai
Besucher des Nationalparks (Durchschnitt/a)	2 Mio.	2-2,3 Mio.	~ 10 Mio.	~ 20.000	750.000	6 Mio.	k.A.	635.000	1999 – 16.491
Durchschnittl. Aufenthaltsdauer in Tagen	9	k.A.	k.A.	k.A.	0,1	8,7	k.A.	5,3	1
Anstieg der Zahlen seit Gründung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	500%	~ 70%	k.A.	k.A.	k.A.

Quelle: eigene Erhebung.

²¹ DTV: Touristische Angebotsgruppe Nationalparke, Endbericht, S. 3

²² WWF: Reihe Nationalparke, Band 13, S. 54

Die deutlich höheren Besucherzahlen in den Nationalparks Bayerischer Wald, Sächsische Schweiz und Harz lassen sich auch auf den wesentlich höheren Bekanntheitsgrad (im Sinne klassischer Tourismusregionen schon vor der Nationalpark-Ausweisung) dieser Nationalparke zurückführen. Laut Besuchermeinung aus einer Umfrage in Westerhever (Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer) im August 1997²³ zählen die drei Nationalparke zu den 10 bekanntesten weltweit. Anzumerken ist hier, dass der Nationalpark Hainich in diesem Befragungszeitraum noch gar nicht existierte und demnach auch kein direkter Vergleich des Bekanntheitsgrades möglich ist. Der Unterschied liegt also darin, ob der Tourismus schon vor Nationalpark-Gründung eine Rolle für die Region spielte oder nicht. Wie sich die Besucherzahlen im Laufe der Jahre nach der Gründung entwickeln können, zeigt z.B. die Angabe des Nationalparks Jasmund auf Rügen. Liegt der Nationalpark in traditionellen Ferienregionen in Deutschland (z.B. BW, Mür, SHW), ist die Aufenthaltsdauer erheblich höher (allerdings ist die Tendenz auch hier oft rückläufig) als z.B. im Hainich (75% Tagesgäste).

Ein Übernachtungsgast trägt im Allgemeinen mehr zur touristischen Wertschöpfung und damit zur Regionalentwicklung bei, da er höhere Tagesausgaben hat als ein Besucher, der sich nur für ein paar Stunden oder einen Tag in dem Nationalpark aufhält. Deswegen sollten die Marketing-Aktivitäten der einzelnen Nationalparke vor allem darauf abzielen, die Aufenthaltsdauer der Besucher zu verlängern. Der Trend zu Kurzreisen und Wochenendaufenthalten stellt eine Herausforderung und auch eine wichtige Angebotskomponente für die Nationalparke dar und sollte durch entsprechende Aktivitäten und Angebote umgesetzt und unterstützt werden. Die steigende Nachfrage nach landschaftsbezogenen, naturnahen Erholungsformen und nach Ruhe und Entspannung in verkehrsarmen Räumen sowie nach Urlaubsformen, die der Gesundheit dienen²⁴, bieten den Nationalparks die Chance für diese Nachfragergruppe attraktive Angebote eines umweltschonenden Tourismus in ökologisch hochwertiger Umwelt zu entwickeln. Nach den vorliegenden Ergebnissen sind, soweit Angaben gemacht wurden, über 70% der Gäste Familien. Diese Gruppe sollte bei der Angebotsentwicklung besonders beachtet werden.

Handlungsempfehlungen an die Nationalparke sind vor allem die Verstärkung der Marketing-Aktivitäten im Hinblick auf die Aufenthaltsverlängerung, aber auch auf die Neukundengewinnung. Der Bekanntheitsgrad der Nationalparke muss weiter erhöht werden, um mehr Gäste zu erreichen, immer mit besonderem Hinblick auf Familien als eine wichtige Kernzielgruppe.

²³ vgl. WWF, Reihe Nationalparke, Bd. 7, S. 55

²⁴ vgl. Buchwald/Engelhardt, Freizeit, Tourismus und Umwelt, Economica Verlag, S. 62

6.2.7 Unterkunftsmöglichkeiten im Nationalpark und in der Umgebung

In der direkten Nationalpark-Region sind nur in 3 Fällen Hotels vorhanden. Hier handelt es sich wieder um Nationalparke in traditionellen Feriengebieten. In einem der Nationalparke befinden sich überdurchschnittlich viele Ferienwohnungen (Müritz), in einem anderen vermehrt Pensionen (Hamburgisches Wattenmeer). Teilweise kam es zu einer 100%igen Steigerung der Unterkünfte seit Nationalpark-Gründung. Campingplätze als Angebot eines naturnahen Tourismus sind in 5 Nationalparks vorhanden. In 2 Nationalparks sind überhaupt keine Unterkünfte anzutreffen (Hainich, Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer).

Außerhalb der Nationalpark-Gebiete sind grundsätzlich alle Unterkunftsformen vorhanden, wobei der Schwerpunkt zahlenmäßig bei Ferienwohnungen liegt, gefolgt von Hotels (in traditionellen Feriengebieten) oder Pensionen. Allerdings nehmen die Hotels und Pensionen seit Nationalpark-Gründung tendenziell in Regionen, in denen sie einen sehr hohen Anteil ausmachen (Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer), eher ab, wohingegen die Ferienwohnungen zunehmen. In vielen Regionen hat sich keine Änderung ergeben. Auffallend ist außerdem, dass im Müritz Nationalpark die höchsten Steigerungen verzeichnet wurden (Zunahme Hotels 300%, Ferienwohnungen 500%, Pensionen 200%). Hier kam es sicherlich zu einer klaren Verschiebung der Angebotsqualität vom Ferienhaus hin zu modernen Hotelanlagen und privaten Ferienwohnungen. Dies verdeutlicht die positive Entwicklung einer Region nach Ausweisung des Nationalparks auch in wirtschaftlicher Hinsicht. Diese Zahlen dürfen aber nicht überbewertet werden, denn bei einem relativ niedrigen Ausgangsniveau einzelner Nationalpark-Regionen ist eine derartig hohe Steigerung nach Ausweisung der Nationalparke selbstverständlich, wohingegen in eher klassischen Tourismusregionen schon vor der Ausweisung zum Nationalpark eine ausgebaute Unterkunftsinfrastruktur existiert.

Der Anschluss an die wirtschaftliche Entwicklung durch die Ausweisung der Nationalparke wird zwar sehr deutlich, trotzdem genügt es nicht, lediglich quantitativ das Angebot zu erhöhen. Der Erfolg ist letztendlich auch abhängig von der Auslastung und diese wiederum von der Qualität der Unterkünfte.

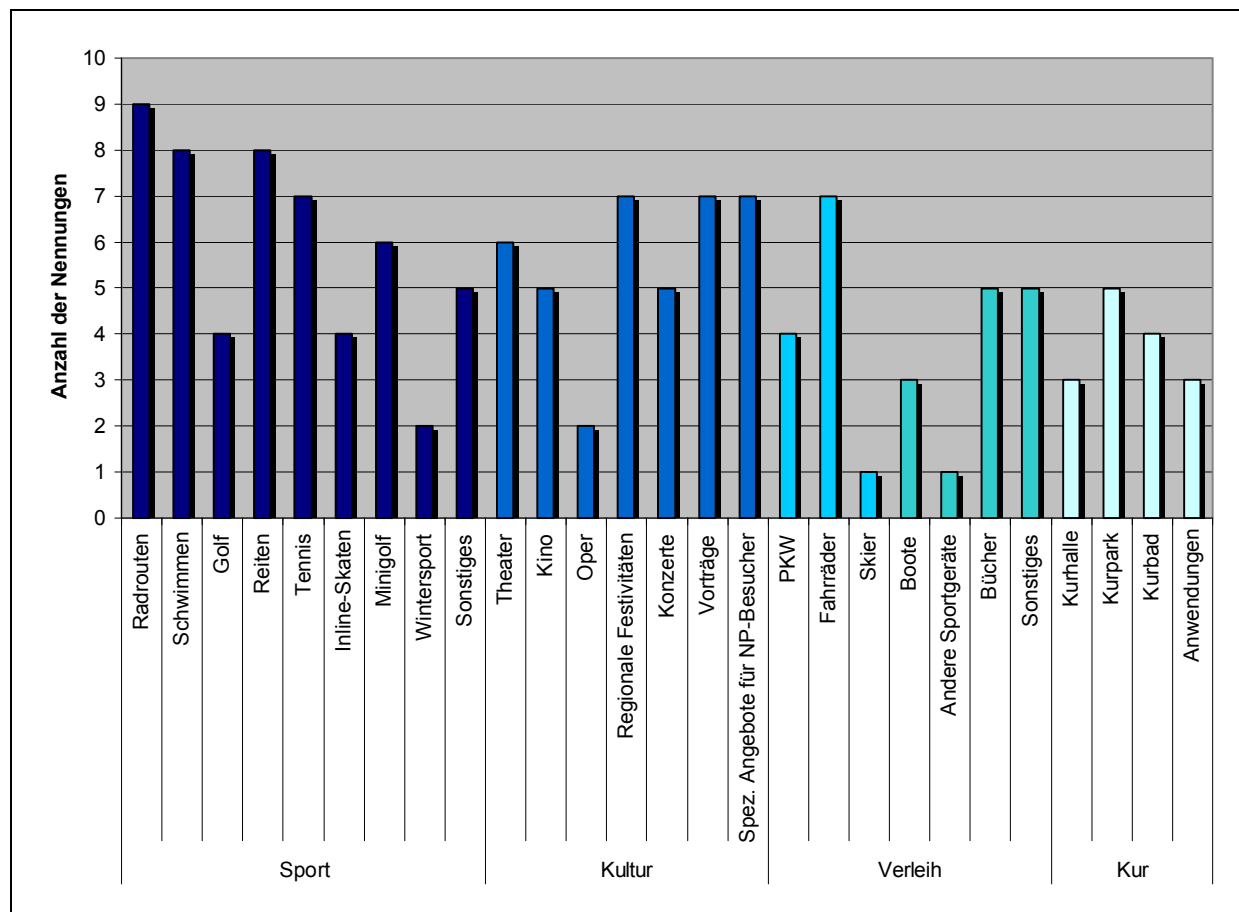
6.2.8 Nationalpark-Umgebung

Im eigentlichen Nationalpark-Gebiet wünscht der Besucher vor allem nationalpark-typische Aktivitäten durchzuführen und erwartet deshalb neben entsprechenden Angeboten (Infozentren/-kästen, Führungen, Lehrpfade etc.) vor allem Ruhe, Erholung, Möglichkeiten für Spaziergänge zu Sehenswürdigkeiten, Wanderwege und

ein aktives Naturerlebnis. Der Nationalpark kann aber nicht losgelöst von seiner Umgebung betrachtet werden, vor allem weil die meisten Übernachtungsgäste in dieser Umgebung unterkommen.

Bei den regionalen Besonderheiten in der Nationalpark-Umgebung sind in 6 Nationalparken alle drei vorgegebenen Angebote anzutreffen. Es handelt sich hierbei um besondere Bauwerke, landschaftliche Besonderheiten und regionale Kultur. Einzelne Nationalparke haben hier ihren Schwerpunkt auf einzelne Punkte gelegt und das auch dementsprechend angegeben, wie z.B. der Nationalpark Jasmund mit landschaftlichen Besonderheiten. Diese landschaftlichen Besonderheiten sollten ja eigentlich per Definition in jedem Nationalpark vorhanden sein, wohingegen besondere Bauwerke beispielsweise je nach Region mehr oder weniger stark gewichtet werden können.

Abb. 4: Freizeitangebote in Nationalparken



Quelle: eigene Erhebung.

Die Besucher von Nationalparken möchten vor allem naturnahe Aktivitäten durchführen und wünschen sich nationalparktypische Angebote, die eine individuelle Gestaltung der Freizeit unterstützen. Abbildung 4 stellt eine Häufigkeitstabelle aller Freizeitangebote in den befragten Nationalparken dar. Die Angebote sind in die Bereiche Sport, Kultur, Verleih und Kureinrichtungen eingeteilt. Im Bereich Sport sind

die häufigsten Nennungen zu finden. Das Sportangebot macht also ein wichtiges Element der Freizeitangebote im Nationalpark aus. Radwanderrouten sind in allen Nationalparks vorhanden und unterstreichen die hohe Bedeutung des Radtourismus für Deutschland generell und vor allem auch für die Nationalpark-Regionen. Dementsprechend kann man auch in 7 von 9 Nationalparks Fahrräder leihen. Neben Radfahren gehören Schwimmen und Reiten als häufigste Nennungen zu den klassischen Aktivitäten in der Nationalpark-Umgebung. Unter Sonstiges fallen im Sportbereich spezifische Angebote wie Wattwandern, Wassersport und Felsklettern.

Ein weiteres wichtiges Element ist das kulturelle Angebot. Erfreulich ist, dass vor allem spezielle Angebote für Nationalpark-Besucher und regionale Festivitäten fast überall angeboten werden. Auch klassische Elemente der Freizeitgestaltung wie Kino, Theater und Konzerte bilden Zusatzangebote in der Region.

Ein sinnvoller Schwerpunkt für nachhaltige Regionalentwicklung vor allem im ländlichen Raum besteht auch in der Verknüpfung von Gesundheit und Tourismus. Schönheit, Vielfalt und intakte Lebensräume, Möglichkeiten für Aktivitäten sowie ein entsprechendes Gesundheitsprogramm spielen für die Auswahl des Urlaubsortes eine entscheidende Rolle. Dennoch sind nur wenige Nationalpark-Regionen zugleich auch klassische Kurgebiete. Deswegen existiert in diesem Bereich auch nur ein begrenztes Angebot. Dabei spielt das Naturerlebnis für eine erfolgreiche Kur bzw. einen Wellness-Aufenthalt eine sehr große Rolle. Der Nationalpark bildet eine perfekte Ergänzung zum klassischen Kurangebot und sollte in dieser Hinsicht auch stärker miteinbezogen werden.

Das touristische Angebotsbündel setzt sich aus verschiedenen Komponenten zusammen: Landschaft, Verkehr, Essen & Trinken, Service, Ortscharakter, Beherbergung und Infrastruktur. Der Nationalpark allein 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 aus den Bereichen Sport, Kultur, Verleih und Kur sinnvoll ergänzt werden. So entsteht ein umfassendes, aufeinander abgestimmtes und gut koordiniertes Leistungsbündel.

7. Einzelergebnisse²⁵

Die Besonderheiten der einzelnen Nationalparke werden im Folgenden als Ergänzung zu der zusammenfassenden Darstellung des Kapitels 6 herausgestellt. Zu bedenken ist jedoch, dass der Fragebogen nicht spezifisch für die einzelnen Nationalparke entwickelt wurde, sondern allgemeine Tendenzen wiedergeben soll.

7.1 Bayerischer Wald

Der Nationalpark Bayerischer Wald liegt zwischen Bayrisch Eisenstein und Mauth, an der tschechischen Grenze in der Urlaubsregion Ostbayern und hat als Alleinstellungsmerkmal die „grenzenlose Waldwildnis“ gewählt. 98% der Landschaft sind Waldgebiet. Der älteste deutsche Nationalpark registriert jährlich über 2 Mio. Besucher (vgl. Tab. 7). 200 Mitarbeiter sind im Nationalpark beschäftigt, d.h. es kommen 10.000 Besucher auf 1 Mitarbeiter.

Der Nationalpark Bayerischer Wald hat im Vergleich zu den anderen deutschen Nationalparks als ältester deutscher Nationalpark und traditionelle Urlaubsregion sicherlich einige Vorteile hinsichtlich Bekanntheitsgrad und Unterkunftsangebot. Die hohen Beschäftigungszahlen sind ein gutes Beispiel, wie langfristig die positiven Beschäftigungseffekte für die Region sein können (95% der Mitarbeiter stammen aus der Region). Die Bedeutung des Bekanntheitsgrades für den Bayerischen Wald wird auch in der WWF-Veröffentlichung dargestellt.²⁶ Laut Aussage des Tourismusverbandes Ostbayern ist das Landschaftsgebiet Bayerischer Wald mit 10 Mio. Übernachtungen führend in dieser Region.²⁷ Der Nationalpark bildet die am stärksten frequentierte Einrichtung in der ganzen Region. Er wird von Feriengästen als auch Tagesgästen aus einem Einzugsgebiet bis 200 km Entfernung besucht. Die Übernachtungen haben sich seit 1970 in der Region mehr als verdreifacht.

Der Nationalpark-Etat wird zu 100% vom Land finanziert und durch Einnahmen aus Parkgebühren, Waldpflege und durch Mieteinnahmen ergänzt. Der Bereich des Sponsorings umfasst nur Kleinprojekte bis 20.000 DM aus Stiftungen, Wirtschaft und Fördervereinen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Region beträgt 9 Tage (Angabe im Fragebogen), allerdings ist die Tendenz weiter rückläufig. In anderen Veröffentlichungen²⁸ wird auch eine Aufenthaltsdauer von 6,5 Tagen angegeben. Allerdings sind diese Werte dennoch im Vergleich zu anderen Nationalparks sehr hoch und

²⁵ Soweit keine andere Quelle angegeben ist, beziehen sich alle Zahlen und Angaben auf die Ergebnisse des verwendeten Fragebogens.

²⁶ vgl. WWF, Reihe Nationalparke, Bd. 7, S. 54

²⁷ Steiner, G.: Nationalparke und Regionalentwicklung am Beispiel des Tourismus. 2002.

²⁸ Infozettel: Nationalpark und Tourismus. Daten, Fakten. Nationalpark Bayerischer Wald. Stand: 10/99

nur der Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer (8,7 Tage) erreicht ebenfalls eine hohe Aufenthaltsdauer. Beide Regionen sind traditionelle Feriengebiete, so dass der lange Aufenthalt nicht alleine auf die Existenz des Nationalparks zurückzuführen ist. „Ein erheblicher Teil der Urlauber aus dem gesamten Bayerischen Wald und seiner Umgebung besucht den Nationalpark im Rahmen von organisierten Tages- oder Halbtagesausflügen“²⁹ und hält sich deshalb oft nur für einen Tag im direkten Nationalpark-Gebiet auf.

In den 8 Nationalpark-Gemeinden gibt es ca. 13.400 Gästebetten. Die Übernachtungszahl im Jahr 1998 betrug hier 1,13 Mio. Die drei Nationalpark-Städte verfügten 1998 über 10.400 Gästebetten mit 1,08 Mio. Übernachtungen. Die 2,21 Mio. Übernachtungen machen 18,5% der Übernachtungen im Bayerischen Wald aus. Der touristische Umsatz im engeren Umfeld des Nationalparks ist doppelt so hoch wie der Durchschnittswert des Bayerischen Waldes.³⁰ Leider liegen keine Angaben zu Touristenzahlen aus Zeiten vor der Nationalpark-Gründung vor.

Die Region bildet ein gutes Beispiel für eine positive wirtschaftliche Entwicklung durch den Nationalpark bzw. den Wirtschaftsfaktor Tourismus. Sie nutzt die Anziehungskraft des Nationalparks in Kombination mit den regionalen Besonderheiten (Bauwerke, Landschaft, regionale Kultur) um sich touristisch zu vermarkten. Im Bereich des Nationalparks stellen Informationszentren/-stellen, Erlebniswege, ein gut ausgebautes Wegenetz, Jugendbildungsstätten, Berghütten und sonstige Einrichtungen das direkte Nationalpark bezogene Angebot dar, welches durch Zusatzangebote in der Umgebung ergänzt wird.

Der Nationalpark Bayerischer Wald gilt als Vorreiter in Bezug auf nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus und hat es geschafft, sich langfristig erfolgreich am Markt durchzusetzen und seine Bekanntheit ständig zu steigern.

Als Referenzregion für zukünftige Nationalparke in touristisch bisher kaum erschlossenen Regionen ist er allerdings nur eingeschränkt von Nutzen, da der Bekanntheitsgrad als klassische Tourismusregion bei seiner Entwicklung von entscheidender Bedeutung war und ist.

7.2 Sächsische Schweiz

Der Nationalpark Sächsische Schweiz liegt östlich von Dresden an der tschechischen Grenze am Oberlauf der Elbe in Sachsen und hat als Alleinstellungsmerkmal „Bizarre Felsen – wilde Schluchten“ gewählt. 92% der Fläche sind Waldgebiet, der Rest Offenland. Traditionell wurde im Nationalparkgebiet Forstwirtschaft

²⁹ ebenda

³⁰ ebenda

betrieben, allerdings kaum Landwirtschaft, so dass keine starken Nutzungsänderungen nach Ausweisung zum Nationalpark auftraten. Auch in der Nationalpark-Umgebung stand die Landwirtschaft nur an zweiter Stelle nach der Forstwirtschaft.

Im Vergleich zum Nationalpark Bayerischer Wald hat der Nationalpark Sächsische Schweiz nur sehr wenig Beschäftigte: 24 fest angestellte Mitarbeiter, die alle aus der Region kommen. Die Anzahl der Saisonkräfte (30-40) und vor allem auch der ehrenamtlich tätigen Personen/Ranger (ca. 50) ist dagegen erheblich höher. Ein Beschäftigungseffekt ist feststellbar, allerdings vermutlich noch nicht ausreichend, um die qualitativen Anforderungen zur Genüge zu erfüllen. Mit 9.300 ha gehört der Nationalpark allerdings auch zu den kleineren Nationalparks. Dies könnte mit ein Grund für die geringe Mitarbeiterzahl sein.

Betrachtet man die Organisationsstruktur des Nationalparks genauer, fällt die relativ gleichmäßige Verteilung der Mitarbeiter auf alle Arbeitsbereiche auf (4 Personen Verwaltung, 2 Öffentlichkeitsarbeit, 3 Naturschutz, 3 Landschaftsschutz, 2 Besucherlenkung/Bildung, 9 Nationalpark-Wacht). Die Bereiche verdeutlichen auch, wie vielfältig die Beschäftigungsmöglichkeiten im Nationalpark-Amt sind, so dass bei neu ausgewiesenen Nationalparks im Prinzip Beschäftigungsmöglichkeiten für eine breite Bevölkerungsgruppe und nicht nur für Spezialisten geschaffen werden.

Der gesamte Nationalpark-Etat betrug 1999 ca. 3,3 Mio. DM, wogegen die Einnahmen nur rund 274.000 DM umfassten, wovon wiederum 220.000 DM Zuschüsse waren. Auf diese wirtschaftliche Problematik wird am Ende der Arbeit gezielt eingegangen.

Auf Seite der Gäste, d.h. der Nationalpark-Besucher, fallen auch beim Nationalpark Sächsische Schweiz die typischen Strukturen auf: 50% Tagesgäste aus Sachsen, 11% Einheimische aus der Region, 18% Tagesgäste aus Deutschland und nur 21% Prozent Übernachtungsgäste. Mit insgesamt 2 bis 2,3 Mio. Gästen werden quantitativ allerdings genauso viele Besucher gezählt wie z.B. im Nationalpark Bayerischer Wald. Deshalb fällt besonders auf, dass die Zahl der Mitarbeiter für die Besucherbetreuung im Bayerischen Wald fünf mal so hoch ist wie im Nationalpark Sächsische Schweiz (10 Mitarbeiter im Vergleich zu 2 Mitarbeitern).

In der Nationalparkumgebung wird schwerpunktmäßig auf Kurangebote gesetzt. Der Nationalpark ist hier als Schlüsselfaktor für den Bereich Gesundheitstourismus/Wellness erkannt worden und wird deshalb in gemeinsame Werbestrategien und die Angebotsentwicklung mit einbezogen.³¹ Nationalpark-Gebiete, die traditionell im Bereich Kurwesen tätig waren oder sind, verfügen in diesem Bereich sicherlich über einen guten Ansatzpunkt zur Vermarktung und Profilierung gegenüber anderen Nationalparks, der aber nur durch intensive Zusammenarbeit und gezielte Ange-

³¹ vgl. Anhang zum Endbericht Touristische Angebotsgruppe Deutsche Nationalparke, S. 153

botsentwicklung Bedeutung erlangt. Die Nationalparke sollten dabei immer versuchen, qualitativ die kommerziellen Angebote zu überbieten.

Der Tourismusverband Sächsische Schweiz nutzt den Nationalpark nach eigenen Angaben intensiv als einen der attraktivsten Werbeträger und arbeitet regelmäßig mit dem Nationalpark-Amt zusammen. Es wurden auch gemeinsame Projekte (z.B. Wanderwegekonzeption, nationalparkfreundliche Hotels) durchgeführt. Die Bedeutung des Nationalparks für den regionalen Tourismus wird als groß eingeschätzt. Diese gemeinsame Vermarktung und Zusammenarbeit ist besonders wichtig, damit alle Potentiale bestmöglich genutzt werden können und das beste Ergebnis für die Region erzielt werden kann.

Durch die Nationalpark-Gründung kam es laut des Tourismus-Verbandes 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.

7.3 Harz

Der Nationalpark Harz liegt im Niedersächsischen Teil des Mittelgebirges Harz, südöstlich von Hannover und hat als Alleinstellungsmerkmal die „sagenumwobene Bergwildnis“ gewählt. 93% der Fläche sind Waldgebiet. Da die Landwirtschaft im direkten Nationalpark-Gebiet gar keine Bedeutung hatte und auch im Umfeld nur auf Platz drei rangiert (nach Forstwirtschaft und Nutzung von Bodenschätzen), waren die Umnutzungen nach Ausweisung zum Nationalpark nicht von Bedeutung, d.h. es gab kein großes Konfliktpotential beispielsweise bezüglich Umnutzung von Wirtschaftsstandorten für Landwirte.

Mit 115 Mitarbeitern gehört der Nationalpark zu den drei größten Arbeitgebern unter den deutschen Nationalparks. Leider wurden keine Angaben zum Nationalpark-Etat gemacht, so dass die wirtschaftliche Betrachtung kaum möglich ist. Auffällig sind aber die vergleichsweise hohen Einnahmen im Bereich der Forstwirtschaft in Höhe von 2,6 Mio. DM. Parkgebühren und Eintrittsgelder werden nicht erhoben, so dass hier evtl. noch Potential für weitere Einnahmen vorhanden ist.

Bei den Besucherzahlen liegen nur Angaben für die ganze Region vor (10 Mio.), aber sicherlich besucht ein Großteil dieser Gäste nicht nur die Region, sondern zumindest im Rahmen eines Tagesausflugs auch den Nationalpark. Da im direkten Nationalpark-Gebiet keine Ferienwohnungen und Pensionen vorhanden sind, übernachtet die Mehrzahl der Besucher in der Region und nicht direkt im Nationalpark-Gebiet.

7.4 Jasmund

Der Nationalpark Jasmund liegt auf der Halbinsel Jasmund der Ostseeinsel Rügen und hat als Alleinstellungsmerkmal die „Kreidefelsen am Meer“ gewählt. 73,1% der Fläche sind Waldgebiet, 20,1% gehören zur Ostsee.

Da keine konkreten Angaben zum Nationalpark-Etat und zur Besucherstruktur gemacht wurden, soll nur kurz auf zwei Aspekte eingegangen werden. Zum einen ist die Steigung der Touristenzahlen seit Gründung des Nationalparks um 500% auffällig, obwohl das Gebiet um den Nationalpark und die gesamte Insel Rügen auch schon vor 1990 ein klassisches Tourismusgebiet war. Bedenkt man aber den starken Einbruch in der Wendezeit und nimmt diesen Wert (586.000 Urlauber 1990 im Vergleich zu 903.340 Urlauber im Jahr 1988³²) als Ausgangspunkt, ist die 500%ige Steigerung nach der Nationalpark-Gründung nachvollziehbar.

Bei einem Jahresdurchschnitt von 750.000 Besuchern erreicht der kleinste deutsche Nationalpark nicht wenige Gäste. Verglichen mit den Gästeankünften für ganz Rügen von 1,22 Mio. im Jahr 2001 und 1,29 Mio. 2002³³ besuchten 2001 rund 61,5% der Gäste auch den Nationalpark. Hier besteht sicherlich noch Verbesserungspotential. Mit den Kreidefelsen verfügt der Nationalpark über einen starken Anziehungspunkt, der mit der allgemeinen Attraktivität der Insel zusammen einen wichtigen Beitrag zum Image des Nationalparks bildet. Dieser Vorteil sollte bestmöglich genutzt und vermarktet werden.

Für diese Region ist es angebracht, nicht nur allein den Nationalpark Jasmund zu betrachten, sondern diesen im Kontext der gesamten Schutzgebiete auf der Insel Rügen zu sehen. Neben dem Nationalpark gibt es das Biosphärenreservat Südost Rügen und den Naturpark Rügen. Dies zeugt vom enormen Wirtschaftsfaktor Naturschutz und Erholung in der Natur in dieser Region. Haupteinnahmequelle auf Rügen dürfte der Tourismus sein. Primärer Anlass für einen Urlaub auf Rügen ist die Attraktivität der Natur.

7.5 Wattenmeer

Da die drei Wattenmeer-Nationalparke sich gemeinsam vermarkten, z.B. durch einen gemeinsamen Internetauftritt, und auch das einheitliche Alleinstellungsmerkmal „Meeresgrund trifft Horizont“ gewählt haben, werden sie im Folgenden auch gemeinsam betrachtet. Die Abgrenzung der Gebiete soll dennoch zunächst verdeutlicht werden.

³² Spittler, R.: 1996, S. 28

³³ Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur

7.5.1 Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer

Der Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer liegt an der Nordseeküste Schleswig-Holsteins, zwischen der dänischen Grenze und der Elbmündung und umfasst 68% sublitorale Flächen sowie 30% Wattflächen.

7.5.2 Niedersächsisches Wattenmeer

Der Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer liegt an der niedersächsischen Nordseeküste. Er erstreckt sich von der Elbmündung bei Cuxhaven bis zur niederländischen Grenze und umfasst 54% Wattflächen und 38% Wasserflächen.

7.5.3 Hamburgisches Wattenmeer

Der Nationalpark Hamburgisches Wattenmeer liegt in der Elbmündung, etwa 10 km vor Cuxhaven und umfasst 97,5% Watt- und Wasserflächen sowie 2,5% Wiesen, Deiche, Vorland und Gehöfte.

7.5.4 Gemeinsame Betrachtungen

Gerade bei den Nationalparks an der deutschen Nordseeküste, also dem jeweiligen Wattenmeer, ist es sehr schwer zu differenzieren, inwieweit die Ausweisung zum Nationalpark einen positiven Effekt auf die Regionalentwicklung hatte bzw. seinem Anspruch Wirtschaftsfaktor für die Region zu sein gerecht wird. Die Küste ist das klassische Feriengebiet schlechthin. Gerade deswegen lässt sich aber auch ein Besuch der Nationalparke in dieser Region sehr gut mit dem Urlaub verbinden. Sie bieten die ideale Abwechslung zum Strandprogramm und sind gleichzeitig Teil des Strandurlaubs.

Die Fischerei und die Landwirtschaft waren die traditionellen Wirtschaftszweige im Nationalpark-Gebiet, von denen auch erhebliche regionale Wirtschaftseffekte ausgingen. Aber auch der Tourismus spielte (außer beim Hamburgischen Wattenmeer) schon vor Ausweisung zum Nationalpark eine gewichtige Rolle. Alle drei Nationalparke haben die Anziehungskraft von Wasser bzw. Küste/Strand/Meer als eindeutigen Vorteil und sind deshalb auch als traditionelle Tourismusregion deutschlandweit bekannt. Die Besucherzahlen des Nationalparks sind also nicht von den Besucherzahlen der Ferienregion der Küstengebiete und Inseln zu trennen. Nach der Umfrage von 1997 in Westerheever³⁴ fühlen sich nur ¼ der Befragten gut über den Nationalpark informiert, so dass sich hier sicher klare Aufgaben für die

³⁴ vgl. WWF, Reihe Nationalparke, Bd. 7, S. 68

Nationalpark-Ämter ergeben. Der Bekanntheitsgrad des Nationalparks lag allerdings bei 100%³⁵, so dass davon ausgegangen werden kann, dass den Besuchern vor Ort zumindest bewusst ist, dass sie sich in einem Nationalpark befinden. Die Besucherstruktur sei beispielhaft am Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer erläutert. Von den insgesamt 6 Mio. Gästen im Jahr sind 4 Mio. Tagesgäste und insgesamt ca. 70-85% Familien. Die lange durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 8,7 Tage³⁶ ist auf die Nutzung als traditionelle Ferienregion unabhängig vom Nationalpark zurückzuführen.

Bei einer Gästebefragung 1999³⁷ ergab sich, dass nur für 8% der Nordseeurlauber der Nationalpark bei der Wahl der Nordseeküste als Urlaubs- bzw. Ausflugsziel eine entscheidende Rolle spielte, während er bei immerhin 31% unter anderem eine Rolle spielte. Bei den Tagesbesuchern liegt der Anteil derer, für die der Nationalpark entscheidend war, schon bei 16%, gefolgt von 33%, für die er mit einer Rolle spielte. Bezieht man noch Einheimische und sonstige Urlauber mit ein, ergibt sich ein Gesamtwert von 9%, für die der Nationalpark eine entscheidende Rolle spielte, für 30% war er unter anderem wichtig und für 61% spielte er keine Rolle bei der Reiseentscheidung. Bei Nationalparks, die nicht in traditionellen Feriengebieten liegen (z.B. Hainich), spielt die Existenz des Nationalparks sicherlich eine weitaus größere Rolle bei der Reiseentscheidung.

Für die Wattenmeer-Nationalparke scheint der Imageträger Nationalpark keine große Rolle zu spielen, obwohl sie das Angebot und die Landschaft vor Ort sicherlich (wenn auch von den Besuchern nicht bewusst wahrgenommen) erheblich bereichern. Die Existenz der Nationalparke wurde nämlich von den Besuchern zu 54% eindeutig positiv und von 36%³⁸ 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.

7.6 Müritz

Der Müritz Nationalpark liegt an der Mecklenburgischen Seenplatte zwischen Berlin und Rostock und hat als Alleinstellungsmerkmal „Land der tausend Seen“ gewählt. 72% der Fläche sind Waldgebiet, 13% Seen oder Teiche.

Besonders auffällig an den Fragebogenergebnissen ist beim Nationalpark Müritz, dass nur 17% der Gäste Tagesgäste sind und 52,6% länger als drei Tage in der

³⁵ ebenda, S. 54

³⁶ vgl. Tab. 6

³⁷ vgl. SÖM Watt Gästebefragung 1999, In: Wattenmeermonitoring 1999, S. 43

³⁸ vgl. Wattenmeermonitoring 1999, S. 48

Region bleiben. Insgesamt kommen 91,5% aus dem weiteren Inland (nur 6,3% aus der Region). Diese Zahlen verdeutlichen den Hintergrund der Region als traditionelles Feriengebiet. Familien stellen mit 75,4% wieder die stärkste Nachfragergruppe.

Mit 143, davon 142 aus der Region, beschäftigt der Nationalpark zum Befragungszeitpunkt überdurchschnittlich viele Mitarbeiter, wobei der Anteil von 46 Beschäftigten in der Forstwirtschaft auf den hohen Stellenwert der Forstwirtschaft als (traditionelle) Nutzung im Nationalpark-Gebiet und auch in der Umgebung hinweist.

Der Müritz Nationalpark hat nach den erhobenen Angaben den höchsten Nationalpark-Etat (2000) zu verzeichnen, nämlich 11,1 Mio. DM. Entsprechend hoch wird demnach auch die Summe sein, die direkt in die Region fließt, sei es durch Gehälter oder durch Auftragsvergabe an Dritte (hier: an 20 Auftragnehmer, alle aus der Region, Gesamtsumme 967.643 DM). Der Beitrag zur Regionalentwicklung durch Beschäftigungseffekte und Auftragsvergabe ist also nicht von der Hand zu weisen, allerdings wieder sehr stark abhängig von der Beteiligung des Landes (hier: 97,7%) und EU-Zuweisungen (hier: 1,7%). Kurzfristig ist der Regionalentwicklung offensichtlich geholfen. Die Frage ist, wie sich der Nationalpark langfristig finanziert und inwieweit er weiterhin der nachhaltigen Regionalentwicklung förderlich ist.

Der Nationalpark bildet eine sehr gute Grundlage, auf der vor allem im Bereich der Produktveräußerungen und gezielten Angebotsentwicklung für die Gäste noch einiges getan werden muss, damit über den Beschäftigungseffekt und die Auftragsvergabe hinaus weitere positive Effekte eines Nationalparks sichtbar werden.

7.7 Hainich

Der Nationalpark Hainich liegt im Westen Thüringens, im Dreieck der Städte Eisenach, Mühlhausen und Bad Langensalza und hat als Alleinstellungsmerkmal „Urwald mitten in Deutschland“ gewählt. 74,1% des Nationalparks sind Waldgebiet und 25,3% Offenland.

Beim jüngsten Nationalpark Deutschlands kann man noch nicht auf vergleichsweise lange Zeiträume hinsichtlich des Beschäftigungseffekts (Kennzahl: 7 Mitarbeiter, die alle aus der Region kommen, zusätzlich 3 Hilfskräfte) und der wirtschaftlichen Auswirkungen zugreifen. Dennoch ist hier vor allem sichtbar, wie hoch die Auftragsvergabe an Dritte in den ersten Jahren nach der Nationalpark-Gründung ist. Der Gesamtumfang betrug 3.915.311,06 DM (1999 - 8/2001) und verteilt sich vor allem auf die Pflege des Nationalpark-Gebietes, Bau von Infotafeln und -zentren, Erstellung von Infobroschüren und Erstellung von Ausstellungen. Die Grundausrüstung für einen Nationalpark wird hier geschaffen und damit sollen zukünftig speziellere Ange-

bote entwickelt werden. Die verhältnismäßig geringe Zahl an Mitarbeitern wird durch eine umfassende Auftragsvergabe an Dritte kompensiert.

Vor Ausweisung des Hainich zum Nationalpark war die Region weder touristisch bekannt noch hatte sie eine touristische Geschichte.³⁹

Betrachtet man die Unterkunftsmöglichkeiten der Region, fällt auf, dass z.B. die Eröffnung eines Betriebes 1999⁴⁰ (Hotel) durch die Einrichtung des Nationalparks initiiert wurde. Eine Befragung der Gastgeber im Nationalpark-Gebiet ergab, dass 54%⁴¹ der Einrichtungen seit Gründung des Nationalparks mehr Arbeitskräfte (auch zeitweise) benötigen. Alle Betriebe⁴² haben in den vergangenen Jahren Investitionen vorgenommen und begründen diese vor allem mit den steigenden Komfortwünschen der Gäste und damit auch an einer gewünschten Verbesserung des Betriebsergebnisses. Nur 9,1% investierten vor der Gründung des Nationalparks, immerhin 36,4% nach der Gründung und 54,4% sowohl vor und nach der Gründung des Nationalparks. Der Einfluss des Nationalparks ist deutlich erkennbar, dennoch treffen die Betriebe ihre Entscheidungen zu 63,6% unabhängig vom Nationalpark.

Die Besucherstruktur im Nationalpark Hainich ist mit der von anderen Nationalparks vergleichbar. 75% Tagesgäste und 70% Familien, wobei über 60% der Gäste zwischen 31 und 60 Jahre⁴³ alt sind. 47,5% der Gäste sind schon mehr als drei Mal im Hainich gewesen und schätzen hier vor allem die Landschaft mit der unberührten Natur sowie die Wandermöglichkeiten. Auffällig ist, dass zu detaillierten Fragen wie nach der touristischen Infrastruktur, dem Veranstaltungsangebot, der Gastfreundschaft, den gastronomischen Betrieben und Unterkünften und dem Preis-Leistungsverhältnis die meisten Befragten (oft über 60%) keine Angaben machen konnten. Schlussfolgernd würde dies bedeuten, dass diese Angebote gar nicht oder nur in sehr geringem Maße genutzt werden sowie die Gäste nur der Landschaft wegen in die Nationalpark-Region kommen und damit Ruhe und Erholung statt Events und Vermarktung suchen. Nicht außer Acht lassen sollte man aber, dass vor allem neue Gäste, die den Nationalpark noch nicht kennen, besonders durch Veranstaltungen und spezielle Angebote aufmerksam gemacht werden können. Zur gezielten Steigerung der Aufenthaltsdauer ist auch von großer Bedeutung, dem Gast ein gezieltes Angebot bieten zu können. Die Aufenthaltsdauer in einer Nationalpark-Region ist aber sicherlich auch immer abhängig von dem Bekanntheitsgrad. Daher steht der Nationalpark Hainich hier noch in der Startposition, die er aber auch bestmöglich nutzen sollte, um Nationalpark und Tourismus in der Region erfolgreich zu kombinieren.

³⁹ Kemkes, Walter (2001), Nationalparke und Regionalentwicklung am Beispiel des Hainich

⁴⁰ vgl. Auswertung Gastgeber, März 2001, Nationalparkverwaltung, Frau Sachs, S. 2

⁴¹ ebenda, S. 4

⁴² Es wurden nur Betriebe mit mindestens 9 Betten in der Befragung erfasst

Als Referenzregion für potentielle neue Nationalpark ist die Entwicklung im Hainich sicherlich durchaus von Nutzen, 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.

⁴³ vgl. Auswertung NPL Hainich, Oktober 2000, Nationalparkverwaltung, S. 1

8. Konsequenzen – Fazit – Diskussion

Diese Auswertung kann und soll keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. 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.

Im Folgenden sollen die wesentlichen Einflussfaktoren auf das Thema „Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung“ abschließend zusammengefasst werden.

Die Hauptfragestellung dieses Projekts könnte man mit der folgenden Gleichung umschreiben:

$$\boxed{\text{Natur}} + \boxed{\text{Tourismus}} = \boxed{\text{Wirtschaftsfaktor ???}}$$

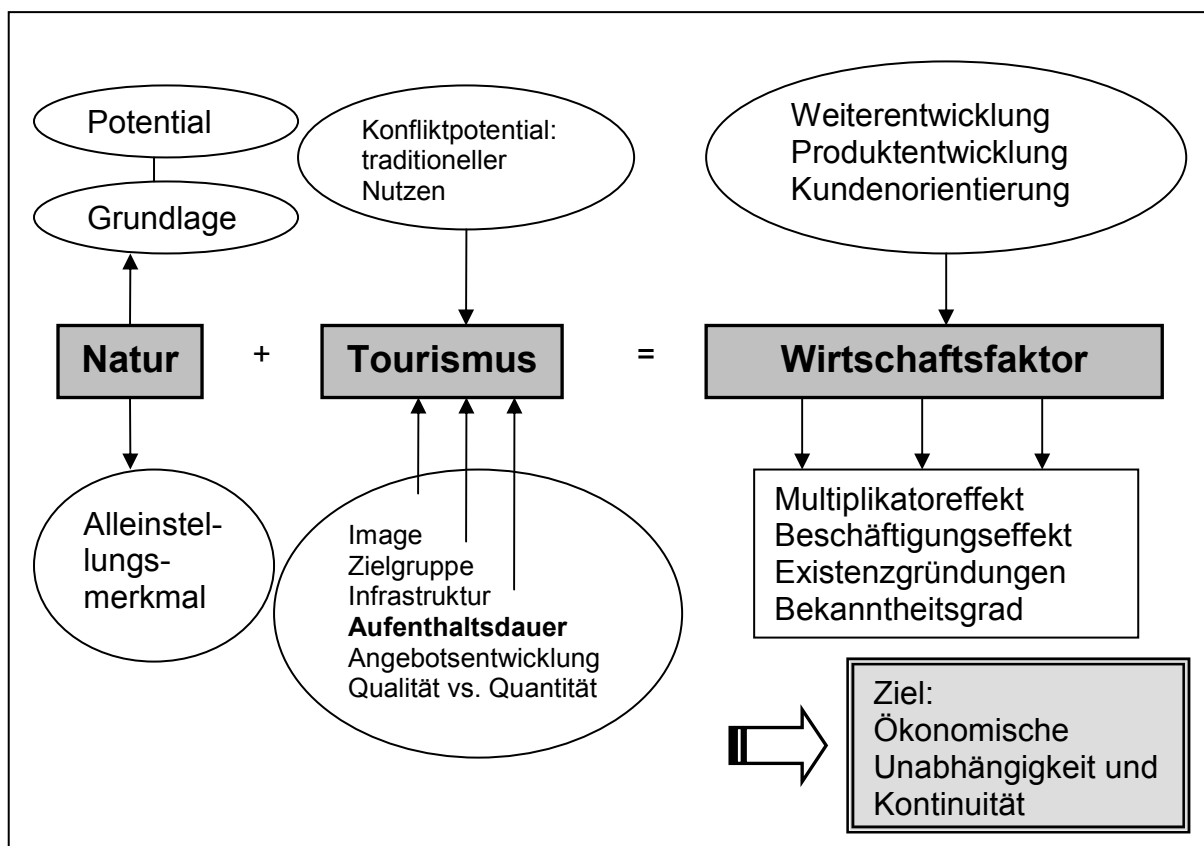
Hypothese: Naturschutz verhindert die wirtschaftliche Entwicklung einer Region nicht.

Ein wichtiger Ansatzpunkt ist die Betrachtung der Einnahmen und Ausgaben der Nationalparke. Hier wird die allgemeine Problematik aller deutschen Nationalparke deutlich: Wäre der Nationalpark ein wirtschaftliches Unternehmen, könnte er mit diesen Zahlen langfristig nicht am Markt bestehen. Die Arbeitsplätze und Gehälter werden nicht in der Region erwirtschaftet und dementsprechend sollte man die positiven wirtschaftlichen Effekte für die Region eher kritisch betrachten. Eine Unabhängigkeit ist nicht gegeben und im Prinzip ist das gesamte Einnahmengerüst des Nationalparks auf Subventionen und Zuschüsse aufgebaut, weshalb es dementsprechend schnell zusammenbrechen könnte. Es fehlt die eigene wirtschaftliche Grundlage. Problematisch ist sicherlich, dass Natur im Allgemeinen als kostenloses Gut betrachtet wird, das jedem frei zur Verfügung steht. Dennoch sollte man versuchen, gezielt kostenpflichtige Angebote zu entwickeln, um damit (wenn auch indirekte) Einnahmen zu erzielen, die dem Nationalpark zugute kommen. Denn nur so bringt der Nationalpark der Region auf Dauer wirklich etwas! Wenn Nationalparke als wirtschaftliches Unternehmen betrachtet würden, müsste man die Wettbewerber, d.h. die anderen Nationalparke und die Wünsche der Besucher stärker einbeziehen. Unter diesem Gesichtspunkt ist die Erarbeitung der Alleinstellungsmerkmale für die einzelnen Nationalparke ein positiver Schritt in die richtige Richtung, ein Alleinstellungsmerkmal ist dem Nationalpark aber nur zusammen mit der entsprechenden Vermarktung von Nutzen. Die Betrachtung als wirtschaftliches Unternehmen ist sicherlich nicht voll umsetzbar, da bei einem Nationalpark zu viele verschiedene Akteure und Interessensgruppen aufeinander treffen, weshalb das Konfliktpotential

erheblich höher ist und die Bewohner der Region miteinbezogen werden müssen. Dennoch sollte man in Zukunft stärker in diese Richtung handeln. Der Staat soll natürlich nicht völlig aus seiner Verantwortung für Versorgungsfunktion genommen werden, trotzdem gilt es zu bedenken, dass die staatliche Zuschussverteilung immer schwieriger wird und deshalb andere Finanzierungsmöglichkeiten in Betracht gezogen werden sollten. Das öffentliche Interesse an Nationalparks ist vorhanden, also sollte eine gewisse Finanzgrundlage auch vom Staat gewährleistet sein. Doch was darüber hinaus in Zukunft möglich ist, ist fraglich und deshalb sollte man sich nicht auf staatliche Zuschüsse allein verlassen.

Die Komplexität des untersuchten Sachverhaltes ist in den vorangegangenen Ausführungen und Ergebnissen der durchgeführten Befragung deutlich geworden. Die folgende Abbildung 5 stellt deshalb alle wesentlichen Faktoren und Folgewirkungen der Beziehung von Natur, Tourismus und Wirtschaftlichkeit auf einen Blick dar, die bei bestmöglicher Berücksichtigung optimal miteinander vernetzt werden sollten. Es geht also immer um die Betrachtung von Zusammenhängen und Konflikten, die umfassend bedacht werden sollen.

Abb. 5: Einflussfaktoren auf den Wirtschaftsfaktor Nationalpark



Quelle: eigene Darstellung.

9. Erwartungen an einen potentiellen Nationalpark Senne

Dass sich die Senne aufgrund ihrer natürlichen Gegebenheiten und landschaftlichen Besonderheiten als Nationalpark eignet, ist bereits an verschiedenen Stellen dokumentiert und soll hier auch nicht in Frage gestellt werden. Betrachtet man allerdings die vorangegangenen Ausführungen bezüglich der wirtschaftlichen Bedeutung eines Nationalparks für die Region, so sollen abschließend einige Aspekte und Erkenntnisse direkt auf die Senne-Region übertragen werden.

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

Die Krise im Gesundheitswesen hat die Kurbetriebe und damit auch die Tourismuswirtschaft in Mitleidenschaft gezogen. Der geplante Nationalpark stellt jetzt eine Chance dar, vorhandenes Potential zu nutzen und weiter auszubauen. Da die Region kein effektives touristisches Alleinstellungsmerkmal hat, wäre ein Nationalpark ein besonderer Imagefaktor und würde den Bekanntheitsgrad steigern. Aber Image und Bekanntheitsgrad allein tragen noch nicht zu einer positiven Regionalentwicklung bei. Wie wir in den Einzelergebnissen weiter oben gesehen haben, bilden die Tagestouristen den größten Anteil der Besucher. Langfristige wirtschaftliche Effekte erreicht man aber durch Übernachtungsgäste, 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 3,2 Tagen⁴⁴. Verglichen mit anderen „Vor-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.

Bisher sind einige Kommunen der Region abhängig von nur einem Wirtschaftszweig (Militär oder Kurwesen). Der Nationalpark würde das Militär als Folgenutzer ablösen, d.h. er sollte wenn möglich ähnliche wirtschaftliche Effekte erzielen können. Das wird sicherlich schwer erreichbar sein. Anfangs werden verstärkt Aufträge an Dritte in der Region durch das Nationalpark-Amt vergeben werden (vgl. Nationalpark Hainich). Doch wenn die Grundausrüstung vorhanden und die Infrastruktur bereitgestellt ist,

⁴⁴ vgl. Harteisen, U.: Förderung des Landtourismus NRW, S. 101

kommt es vor allem auf das Engagement und den Ideenreichtum der Bevölkerung und freiwilliger Helfer an, das Produkt Nationalpark zu gestalten. Erst wenn das gelingt, d.h. wenn Angebotselemente attraktiv 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 wird eine stärkere Auslastung der Unterkunftsbetriebe und der gesamten Infrastruktureinrichtungen erreicht. Darüber hinaus kann mit erhöhten Ausgaben in der gesamten Region gerechnet werden. 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. 5).

Das kulturelle Programm sollte das Nationalpark-Angebot stimmig ergänzen und zum touristischen Gesamtangebot passen, damit ein unverwechselbares Profil geschaffen wird. Denn Allerweltsangebote schaffen kein Profil. 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. Ein Nationalpark Senne sollte nicht als Insel betrachtet und geschaffen werden.

Literaturverzeichnis

- Albrecht, W.* (Hrsg.): Tourismus – Regionalentwicklung – Nachhaltigkeit. In: Greifswälder Beiträge zur Rekreatiogeographie / Freizeit- und Tourismusforschung Band 6, 1995.
- Becker, Ch.* (Hrsg.): Ansätze für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus. In: Freie Universität Berlin: Institut für Tourismus: Berichte und Materialien Nr. 14, 1995.
- Biedenkapp, A. & Garbe, Ch.*: Nachhaltige Tourismusedwicklung in Großschutzgebieten. BfN-Skripten 74. 2002.
- Steinecke, A. (Hrsg.) & ETI*: Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Strategien und Lösungsansätze. ETI Texte, Heft 7. Trier 1995.
- Bundesamt für Naturschutz (BfN)*: Studie über bestehende und potentielle Nationalparke in Deutschland. Angewandte Landschaftsökologie, Heft 10, 1997.
- Büro für Technologie-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB)*: Kooperationsformen von Naturschutz und regionalem Tourismus. Projektbeispiele. Hintergrundpapier Nr. 5. 2001.
- Büro für Technologie-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB)*: Zusammenfassung des TAB-Arbeitsberichtes Nr. 77: Tourismus in Großschutzgebieten. Wechselwirkungen und Kooperationsmöglichkeiten zwischen Naturschutz und regionalem Tourismus. Stand: Juli 2002.
- Büro für Tourismus- und Erholungsplanung (BTE)*: Tourismus in Großschutzgebieten. Eine Planungshilfe für Gemeinden. Arbeitsmaterialien für einen umweltschonenden Tourismus. 1995.
- Deutscher Tourismusverband (DTV)*: Touristische Angebotsgruppe „Deutsche Nationalparke“. Endbericht. 2001.
- Federation of Nature and National Parks of Europe*: Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks. 1993.
- Gnaiger, E. & Kautzky, J.* (Hrsg.): Umwelt und Tourismus. Reihe des Umweltforums Innsbruck, Band 1. 1992.
- Hofeditz, F. & Rösner, H.-U.*: Naturschule Nationalpark. Besucherinformation in deutschen Nationalparken – Beispiele und Perspektiven für die Zukunft. Reihe Nationalparke des WWF Deutschland, Band 13. 2002.

- Harteisen, U. & Liepmann, P.:* Förderung des Landtourismus in NRW. Handlungsorientierte Konzeptstudie über die regionalökonomischen, u.a. touristischen Entwicklungsperspektiven einer Nationalparkregion Senne. Forschungszentrum Senne. 2003.
- Kemkes, W.:* Nationalparke und Regionalentwicklung am Beispiel des Hainichs. In: AÜE (Hrsg.): Zukunftsforum Senne. Nationalparke als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Dokumentation der Fachtagung. 2002
- Landesamt für den Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer (Hrsg.):* Wattenmeermonitoring 1999 – Schwerpunktthema: Der Mensch im Nationalpark – Schriftenreihe des Nationalparks Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, Tönning.
- Liebmann, F. & Rösner, H.-U.:* Die Bedeutung von Nationalparks für den Tourismus. Reihe Nationalparke des WWF Deutschland, Band 7. 1999.
- Nationalparkverwaltung Harz:* Tätigkeitsbericht 2000.
- Popp, D.:* Nationalparke als wirtschaftlicher Impuls für Region und Umland. NUA-Seminarbericht Band 8.
- Popp, D.:* Nationalparke und Regionalentwicklung. Vortrag im Rahmen des Zukunftsforum Senne, 23.1.2001.
- Popp, D.:* Naturparke als regionaler Wirtschaftsimpuls. FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung GmbH & Co. KG, München.
- Popp, D.:* Bedeutung von Natur-Inszenierungen für Nationalparke. Vortrag zum Workshop „Nationalparke und Tourismus“, 9.12.1999, Sächsische Schweiz.
- Popp, D.:* Nationalparke und Tourismus. Vortrag zum Workshop „Nationalparke und Tourismus“, 8.12.1999. Sächsische Schweiz.
- Spittler, R.:* Tourismus und Naturschutz auf Nord Rügen. Arbeitsgemeinschaft Angewandte Geographie, Arbeitsberichte 26, Münster 1996.
- Steiner, G.:* Nationalparke und Regionalentwicklung am Beispiel des Tourismus. In: AÜE (Hrsg.): Zukunftsforum Senne. Nationalparke als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Dokumentation der Fachtagung. 2002.
- Verband Deutscher Naturparke e.V. (VDN):* Nachhaltiger Tourismus in Naturparks. Ein Leitfaden für die Praxis. 2002.