

Schriftliche Stellungnahme zum Thema

„Tourismus in Nationalparks und Naturparks“

zur öffentlichen Anhörung im Deutschen Bundestag am 26. September 2012

Herausforderungen und Probleme sowie Chancen und Perspektiven für den Tourismus im Nationalpark Bayerischer Wald

Einleitung

Als erster Nationalpark in Deutschland wurde der Nationalpark Bayerischer Wald am 7. Oktober 1970 primär mit dem Ziel gegründet, der strukturschwachen Region Chancen und Einkommensverbesserung im Tourismusbereich zu ermöglichen. Auch in der Nationalparkverordnung von 1992, die die ungestörte Dynamik der Lebensgemeinschaften („Natur Natur sein lassen“) als vorrangigen Schutzzweck festlegt, sind die Strukturförderung und das Naturerleben als wichtige Nationalparkziele verankert.

Nach der Gebietserweiterung von 1997 umfasst der Nationalpark Bayerischer Wald heute eine Fläche von 242 km² und ist damit einer der größten Waldnationalparke in Deutschland. Zusammen mit dem angrenzenden Nationalpark Šumava auf tschechischer Seite, der ein Gebiet von 690 km² umfasst, bildet man das größte zusammenhängende mitteleuropäische Waldgebiet - auch das „Grüne Dach Europas“ genannt.

Untersucht man die Tourismusedwicklung seit Ende der 1960er Jahre, so besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen Nationalparkgründung und dem Anstieg der Ankunfts- und Übernachtungszahlen. So haben sich in den unmittelbar an den Nationalpark angrenzenden Gemeinden die Übernachtungszahlen in den ersten 10 Jahren in etwa verdoppelt bzw. bis 1990 verdreifacht (z. B. Neuschönau: 1970 29.898 Übernachtungen, 1983: 58.360, 1990: 97137). Die höchsten Übernachtungszahlen wurden nach der deutschen Wiedervereinigung erreicht (z. B. Neuschönau: 1995 165.908 Übernachtungen). In den Folgejahren fielen die Übernachtungszahlen in etwa wieder auf das Niveau vor der Wende zurück. Wenngleich die Gästeankünfte seit rd. 10 Jahren schon wieder zulegen, sind erst in den letzten zwei Jahren auch wieder gestiegene Übernachtungszahlen zu verzeichnen (v. a. generelle Trend zum Kurzurlaub spiegelt sich auch hier wieder).

Seitens der Nationalparkverwaltung sind seit Nationalparkgründung 1970 bis 2011 rd. 300 Mio. Euro in die Region geflossen. Zahlreiche überregional bedeutsame Einrichtungen wurden damit finanziert, so u. a.:

- Tierfreigelände (ab 1970)
- Jugendwaldheim (1975)
- Waldspielgelände (1978)
- Hans-Eisenmann-Haus (1982)

- Waldgeschichtliches Museum (1986)
- Infostelle Mauth (2001)
- Wildniscamp am Falkenstein (2002)
- Infostelle Spiegelau (2002)
- Haus zur Wildnis mit Tierfreigeleände und Steinzeithöhle (2006)
- Baumwipfelpfad (2009) zusammen mit der „Erlebnisakademie“ (Firma)

Ergebnisse aus der Studie „Die Destination Nationalpark Bayerischer Wald als regionaler Wirtschaftsfaktor“ von Hubert Job (2008)

Der Nationalpark Bayerischer Wald kann nach den Ergebnissen o. g. Studie „eine hohe Bedeutung als touristische Destination in Anspruch nehmen. Mit insgesamt 760.000 Besuchern stellt der Nationalpark die am häufigsten besuchte Attraktion der Region dar. Fast die Hälfte der Touristen wird erst durch die Präsenz des Nationalparks zu einem Besuch der Region motiviert. Der ausschließlich durch den Nationalpark motivierte Tourismus sorgt in der Region für ein Vollzeitbeschäftigungsäquivalent von 456 Personen ... während die Nationalparkverwaltung etwa 200 Vollarbeitsplätze unterhält“.

Eine nachfrageseitige Analyse des Tourismus ergab, dass der Nationalpark Bayerischer Wald durch die Tagesbesucher zum Saisonausgleich gegenüber den saisonalen Schwankungen bei den Gästeübernachtungen beiträgt. So ergab die Zählung im Jahr 2007 (760.000 Besucher), dass sich die Besucherzahlen aus 67 % Übernachtungsgästen und 33 % Tagesgästen zusammensetzen. Diese Tendenz hat sich sicherlich seit der Inbetriebnahme des Baumwipfelpfades 2009 noch verstärkt.

96% der Nationalparkbesucher sind Besucher mit Wohnsitz in Deutschland, v.a. aus Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen, wobei die Tagesgäste vor allem aus der unmittelbaren Umgebung in Niederbayern kommen. Nur knapp 4% der Befragten stammen aus dem Ausland, v.a. aus der Tschechischen Republik, Österreich oder den Niederlanden.

Ein sehr hoher Anteil der Besucher besucht die Nationalparkregion mehrmals. Während es für 22% der erste Besuch ist, haben 39% die Region bereits zum zweiten bis fünften Mal besucht. Bei 82% der Tagesgäste ist es bereits der mind. 10. Besuch (!).

Ebenso wurde die Wahrnehmung von Totholz und Borkenkäfer im Nationalpark aus touristischer Perspektive in einem Zeitraum von 10 Jahren bis 2007 untersucht. Den größten Eindruck während eines Aufenthaltes im Bayerischen Wald hinterließen 2007 zu 75% Landschaft, Natur und Walds, nur zu 11% tote Bäume. Weitere Ergebnisse zur Totholzwahrnehmung, Kenntnisse über die Gründe des Baumsterbens oder zur zukünftigen Entwicklung der Totholzflächen lassen erkennen, dass das Landschaftsbild im Nationalpark, der Schutz dynamischer Prozesse und der Leitsatz „Natur Natur sein lassen“ bei den Besuchern positiv gewertet wird. Diese Ergebnisse decken sich daher nicht mit den Befürchtungen, die Borkenkäferentwicklung schade dem Tourismus.

Besucherinfrastruktur sowie Bildungs- und Erholungseinrichtungen - einmalig in Europa

Dem Besucher steht auf der 242 km² großen Nationalparkfläche ein umfangreiches und vorbildlich markiertes Wegenetz zur Erholung und sportlichen Betätigung zur Verfügung. Die Nationalparkverwaltung unterhält 351 km markierte Fußwanderwege, 215 km markierte Radwanderwege, ein 5 km langes markiertes Teilstück im Randbereich als Reitweg und im Winter ein maschinell gespurt Loipennetz von 85 km Länge. Auf attraktiv gestalteten Holztafeln kann sich der Besucher an Schnittpunkten einen Überblick schaffen und Wissenswertes über Flora, Fauna und Geschichte erfahren. Es existieren acht Grenzübergänge in den Nationalpark Šumava, davon vier ganzjährig begehbare für Wanderer, Radfahrer und Skiläufer und vier mit zeitlicher Beschränkung oder Einschränkung bei der Nutzergruppe.

Die Präsenz der Mitarbeiter der Nationalparkwacht im Gelände ist bei der fundierten Besucherinformation im Gelände unverzichtbar. Mit dem seit 1998 von der Nationalparkwacht durchgeführten Junior-Ranger-Projekt, bei dem Kinder der 5. Klassen aus den Nationalparkgemeinden teilnehmen können, versucht man die Kinder und Jugendlichen für den Nationalpark und die Nationalparkidee zu begeistern.

Die Nationalparkzentren sind besondere Besuchermagnete. Das Nationalparkzentrum Lusen verfügt über das Hans-Eisenmann-Haus mit umfangreichem Bildungs- und Erlebnisangebot, die Tier-, Pflanzen- und Gesteins-Freigelände, den Baumwipfelpfad der Firma „die Erlebnis AKADEMIE AG“ und drei verpachtete gastronomische Einrichtungen. Rund 200.000 Besucher statten dem Hans-Eisenmann-Haus jährlich einen Besuch ab, beim Tierfreigelände und dem Baumwipfelpfad sind es fast 400.000.

Das Nationalparkzentrum Falkenstein im Norden umfasst das Haus zur Wildnis (2011 rd. 140.000 Besucher), eine Steinzeithöhle, ein Tier-Freigelände und Gastronomie.

Das Waldgeschichtliche Museum in St. Oswald informiert über die Entstehung der Kulturlandschaft des Böhmerwaldes.

Führungs- und Veranstaltungsprogramm - jeder Tag ein neues Erlebnis

Durch ein umfangreiches Führungsprogramm (Sommer-/Winterprogramm, Sonderführungen) werden im Nationalpark täglich mehrere Führungen mit verschiedenen Themenschwerpunkten angeboten. Alleine über das Regelführungsprogramm (rd. 1.000 Führungen pro Jahr) werden über 8.000 Nationalparkbesucher erreicht. Insgesamt werden im Jahresverlauf über das gesamte Führungsprogramm ca. 50 000 Besucher angesprochen.

Neben dem Führungsangebot führt der Nationalpark zahlreiche Veranstaltungen durch. Das Angebot geht vom Kindergeburtstag über Kunstausstellungen bis hin zum Natur- und Tierfilmfestival. Zentrale Veranstaltungsorte sind die Nationalparkzentren Falkenstein und Lusen sowie das Waldgeschichtliche Museum und die Nationalparkinformationstellen.

Externe Partner, wie WaldZeit e.V. oder der Verein „Pro Nationalpark“ sind wichtige Bausteine in der Durchführung des Nationalparkführungs- und Veranstaltungsprogrammes. So arbeiten viele Mitglieder des Vereins „Pro Nationalpark“ ehrenamtlich als Waldführer und Waldzeit bietet mehrtägige Wanderungen an.

ÖPNV und Gästeservice Umwelt-Ticket (GUTI) - Erfolgsmodelle für naturschonende Mobilität

In der Nationalparkregion besteht ein gut ausgebautes und grenzüberschreitendes Öffentliches Nahverkehrsnetz aus Bus- und Bahnlinien. Tagesgäste aus der Region können mit dem Bayerwald-Ticket ab 7,-€/Tag im Gebiet des Verkehrsverbunds (3 Landkreise) umweltfreundlich an- und abreisen.

Übernachtungsgäste können seit 2010 während ihres Aufenthaltes mit der GUTI-Gästekarte im gesamten Tarifgebiet des Bayerwald-Tickets kostenlos Bus- und Bahn nutzen. GUTI bedeutet im bayerischen Sprachgebrauch „Bonbon“ oder „Belohnung“. Das Ticket belohnt daher alle Urlaubsgäste, die umweltfreundlich mit Bus oder Bahn mobil sind.

Die Nationalparkverwaltung wirbt in den Gemeinden um eine Teilnahme beim GUTI-Projekt, denn jeder Gast bekommt die Gästekarte bei Ankunft in seinem Beherbergungsbetrieb.

Unterstützend finanziert wird das GUTI-Ticket durch eine um 0,31 € erhöhte Kurtaxe/Person in den aktuell 15 teilnehmenden Gemeinden. Ziel ist es, alle Gemeinden in den Landkreisen Regen und Freyung-Grafenau für das GUTI-Projekt zu gewinnen und das Streckennetz bzw. die Vernetzung weiter zu verbessern.

Im Nationalpark Bayerischer Wald existieren zusätzlich 5 sogenannte Igelbuslinien, welche die Besucher zu Ausgangspunkten attraktiver Wanderziele im Nationalpark befördern. Streckenwanderungen sind so problemlos möglich.

Zu verbessern wäre hier eine einfachere Lesbarkeit der Fahrpläne, die Schaffung eines zusammenhängenden ÖPNV-Raumes im Nationalparkvorfeld mit vernetztem Verkehrsangebot der Busse und Bahnen sowie die grenzüberschreitenden ÖPNV-Angebote. Für PKW-Reisende existiert bereits ab den Autobahnen bis in den Nationalpark ein sehr gutes Verkehrsleitsystem zu den Nationalparkeinrichtungen.

Nationalpark-Partner - Mittler der Nationalparkidee und Garanten für Qualität

Als erster Ansprechpartner für die Übernachtungsgäste hat der Gastgeber bei der Informationsweitergabe eine zentrale Bedeutung. Die Kooperation „Nationalpark-Partner“ zielt darauf ab, durch umfangreiche Informationsweitergabe und Schulung der Gastgeber die Nationalparkbesucher fachkundig zu informieren. Aktuell gibt es 75 Nationalparkpartner, mit dem Schwerpunkt bei den Beherbergungsbetrieben und gastronomische Einrichtungen, darunter auch 3 in Tschechien. Die Übernachtungsbetriebe haben zusammen rd. 3.000 Betten und rd. 300.000 Übernachtungen pro Jahr. Weitere Kooperationspartner sind die ÖPNV-Betriebe sowie Veranstalter aus dem Bereich Naturerleben. Als wichtige Kriterien für die Nationalpark-Partner gelten die Bereitstellung und Vermittlung von Nationalparkinformationen, eine 3-Sterne-Klassifizierung der Gastgeber, die Verwendung regionaler Produkte, umweltbewusste Betriebsführung und die Unterstützung der umweltschonenden Mobilität.

Tierisch Wild - Chancen für grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Tourismussektor

„Tierisch wild“ lautet seit 2009 das touristische Motto der Gemeinden rund um die Nationalparke Bayerischer Wald und Šumava. 22 Orte in Bayern und Böhmen treten gemeinsam als „tierisch wilde“ Nationalparkregion Bayerischer Wald & Šumava auf. Unter dem Leitsatz „Naturschutz profitiert vom Tourismus und Tourismus profitiert vom Naturschutz“ wirbt die grenzüberschreitende Region mit der Wildnis der aneinandergrenzenden Nationalparke und der vielfältigen heimischen Tierwelt um Urlaubsgäste. Wildtiere wie Luchs, Wolf, Fledermaus oder Specht werden zusammen mit der wilden Waldnatur in den Nationalparks als Alleinstellungsmerkmal für die Region ausgebaut. Zeitgleich wird die Image- und Akzeptanzarbeit für seltene, teils bedrohte bei uns heimische Tierarten unterstützt. Das bis Ende 2011 laufende INTERREG-Projekt „Tierisch Wild“ unterstützt so das regionale Marketing wie auch Natur- und Artenschutzziele. Der Nationalpark war für dieses Projekt Ideengeber und ist in den Projektgremien vertreten. Seit 2010 entstanden zudem die ersten tierisch wilden Infrastrukturen: So sind u. a. der Bärenpfad zwischen Grafenau und Neuschönau sowie der Luchspfad zwischen Bayerisch Eisenstein und Lindberg ebenfalls in Zusammenarbeit neu entstanden. In Abstimmung mit dem Zweckverband der Nationalparkgemeinden und der Erlebnisakademie konzipierte der Nationalpark zudem „tierisch wilde“ Erlebnisstationen zu den Patentieren auf dem Baumwipfelpfad.

Im grenzübergreifenden Marketing hat die Nationalparkverwaltung den Entwurf des ersten zweisprachigen Angebotsflyers „40 Highlights“ unterstützt. Auch in der Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit des Nationalparks schlägt sich „Tierisch Wild“ nieder. So thematisieren Jugendwaldheim und Wildniscamp verstärkt Wildtiere in ihren Gruppen- und Schulprogrammen. Auch in den Kinderprogrammen in Hans-Eisenmann-Haus und Haus zur Wildnis hat die wilde Tierwelt ihren Platz.

Neben Marketing- und Akzeptanzarbeit verfolgt das Projekt auch das Ziel, die gemeindliche Zusammenarbeit zu intensivieren und touristische Aktivitäten zunehmend besser zu koordinieren. Vor dem Hintergrund der Erfordernisse des heutigen Tourismuswettbewerbs arbeiten die beteiligten Gemeinden darauf hin, die Region gemeinsam als Destination, d.h. als Urlaubsregion mit klarem Profil mit frischem Image als attraktives Gebiet zu positionieren. Die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden im Rahmen des Projektes bereitet den Weg für eine sowohl inhaltlich-thematisch als auch organisatorisch zunehmend gemeinschaftlich ausgerichtete Tourismusedwicklung. Der Nationalpark Bayerischer Wald ist dabei nicht nur wesentlicher Image- und Angebotsträger für die Region, sondern versteht sich als Partner in der Tourismusedwicklung.

Wie Befragungen im Nationalpark Šumava (2007) zeigen, haben tschechische Gäste ein positives Bild vom Nationalpark Bayerischer Wald, obwohl sie diesen noch nie besucht haben. Unberührte Natur und ein gutes Wanderwegeangebot werden als Gründe für einen etwaigen Besuch am häufigsten genannt (53%).

Herausforderungen stellen in beiden Ländern die Sprachbarrieren dar. Sowohl in Tschechien als auch in Deutschland existieren bereits im Gelände dreisprachige Informationstafeln (deutsch, tschechisch, englisch), als auch mehrsprachige Faltblätter und Broschüren. Dies muss aber weiterhin ausgebaut werden. Externe Partner, wie der Verein WaldZeit e.V. bieten bereits grenzüberschreitende Wildniswanderungen von Hütte zu Hütte an.

Mehrsprachige Waldführer in beiden Ländern müssten in Zukunft zur Verfügung stehen. Es sind weiterhin Anstrengungen nötig, um den Anteil ausländischer Besucher im Nationalpark Bayerischer Wald deutlich zu erhöhen.

Neustrukturierung im Tourismusmanagement - Basis, um erfolgreich zu sein

Der Nationalpark Bayerischer Wald ist auch Ideengeber und Motor der touristischen Neustrukturierung in der Region. Die Nationalparkregion Bayerischer Wald zählt zu den attraktivsten Urlaubsgebieten Deutschlands. Mit der grenzenlosen Waldwildnis der Nationalparke Bayerischer Wald und Šumava sowie der Vielzahl an Naturerlebniseinrichtungen kann die Region als Naturerlebnisregion eine touristische Spitzenposition einnehmen. Mit der Einführung des „GUTi“ hat die Region einen weiteren Schritt in diese Richtung getan.

Touristische Einrichtungen alleine reichen in der heutigen Zeit angesichts der starken Konkurrenz im In- und Ausland jedoch nicht mehr aus, um am touristischen Markt erfolgreich zu sein. Um wahrgenommen zu werden, sind in Urlaubsregionen abgestimmte Marketingkonzepte und professionelle, schlagkräftige und für den Gast wahrnehmbare touristische Organisationsstrukturen entscheidend.

Auch in der Nationalparkregion Bayerischer Wald gibt es in diesen Bereichen zweifelsohne Optimierungsmöglichkeiten, die es auszuschöpfen gilt. Das touristische Marketing rund um den Nationalpark ist bislang durch weitgehend unkoordinierte Aktivitäten von Gemeinden bzw. von Gemeindekooperationen (Zweckverbände, Werbegemeinschaften, lose Projektgemeinschaften) geprägt. Diese kleinteiligen Strukturen schwächen die Wettbewerbsfähigkeit und die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Ostbayern, der für die Image- und Marketingkampagne der Dachmarke Bayerischer Wald verantwortlich zeichnet und auf die Zulieferung attraktiver, buchbarer Angebote aus den Regionen des Bayerischen Waldes angewiesen ist.

Die Abgrenzung der Nationalparkregion im touristischen Sinn geschieht bisher eher zufällig bzw. unterschiedlich/zweckbedingt. Es existiert kein einheitlicher Handlungsraum. Die Akteure der Nationalparkregion möchten sich auf freiwilliger Basis zu einer wettbewerbsfähigen Tourismusregion mit regionaler Identität zusammenschließen. Zum einen aus dem Wissen heraus, dass Gäste ihren Urlaub nicht innerhalb ihres Urlaubsortes verbringen und die Stärken der Region das ideale Instrument zur Erweiterung und Attraktivierung des Angebots darstellen. Zum anderen wird vor dem Hintergrund begrenzter Etats die Notwendigkeit und der Nutzen erkannt, der in einer Bündelung von finanziellen und personellen Ressourcen liegt. Kooperation schafft Synergien und diese wiederum schaffen finanzielle Freiräume und stärken die Wettbewerbsfähigkeit.

In einem ca. 2jährigen extern moderierten Dialogprozess sollen deshalb die räumliche Abgrenzung und die touristische Struktur der Nationalparkregion Bayerischer Wald neu ausgerichtet werden.