

Ausschuss für Tourismus
Wortprotokoll
61. Sitzung

Berlin, den 26.09.2012, 15:00 Uhr
Sitzungsort: Paul-Löbe-Haus
Sitzungssaal: 4.600

Vorsitz: Klaus Brähmig, MdB

TAGESORDNUNG:

Öffentliche Anhörung zum Thema

"Tourismus in Nationalparks und Naturparks"

Sprechregister Abgeordnete

	Seite
Vorsitzender Klaus Brähmig	7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 19, 26, 30
Marlene Mortler	16
Heinz Paula	16
Jens Ackermann	17
Sabine Ursula Stüber	18
Markus Tressel	18
Ingbert Liebing	26
Hans-Joachim Hacker	26
Anita Schäfer	26
Dr. Ilja Seifert	26

Sprechregister Sachverständige

Dr. Kathrin Bürglen	7, 24, 27
Constanze Höfinghoff	8, 23, 27
Klaus Jarmatz	9, 22, 28
Ulrich Köster	10, 22, 28
Dr. Franz Leibl	12, 20, 29
Prof. Dr. Hartmut Rein	13, 19, 29
Dirk Treichel	14, 19, 29

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU) ich begrüße alle zur 61. Ausschusssitzung, zur Anhörung „Nationalparke und Naturparke“. Ich darf als Sachverständige dazu Frau Dr. Kathrin Bürglen, Projektleiterin Fahrtziel Natur, Deutsche Bahn, Frau Constanze Höfinghoff, Geschäftsführerin der Nordsee-Tourismus-Service GmbH, Herrn Klaus Jarmatz, Amtsleiter des Biosphärenreservats Schaalsee, Herrn Ulrich Köster, Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Naturparke, Herrn Dr. Franz Leibl, Leiter des Nationalparks Bayerischer Wald, Herrn Prof. Dr. Hartmut Rein, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde und Herrn Dirk Treichel, Parkleiter des Nationalparks Unteres Odertal herzlich begrüßen. Wir hatten verabredet, dass Sie uns eine Stellungnahme zuarbeiten, aber trotzdem noch zwei bis drei Minuten in Ihre Texte einführen (Anlage 1).

Ich habe eine Bitte von der Fraktion DIE LINKE., die wir im Ausschuss beschließen müssten. Frau Kollegin Stüber ist weder ordentliches noch stellvertretendes Mitglied, aber sie ist heute für Thomas Lutze anwesend. Wir müssen jetzt entscheiden, ob das so in Ordnung geht. Ich stelle fest, die Kollegen sind damit einverstanden.

Ich möchte darauf hinweisen, dass ich seit 22 Jahren im Ausschuss bin und dass das Thema uns schon immer sehr intensiv beschäftigt hat. Tourismus und Nationalparke, Großschutzgebiete insgesamt und alles, was damit im Zusammenhang steht, sind zwei Seiten ein und derselben Medaille. Ich verstehe nicht, dass man in Baden-Württemberg Plakate gegen einen geplanten Nationalpark aufhängt. Hier fehlt es meiner Meinung nach an der Vermittlung, wie wichtig und sinnhaft ein Nationalpark sein kann. In den vergangenen 20 Jahren haben wir fast alle Nationalparke in der Bundesrepublik Deutschland besucht. Sie sind Leuchttürme für die touristische Entwicklung, vor allem für strukturschwache Regionen. Gelingt die Erschließung durch die Bahn und wird ein Park in das Programm Fahrtziel Natur aufgenommen, kann der Region nichts Besseres passieren. Würde man noch etwas draufsetzen und ein Angebot zur Nutzung von Elektromobilität machen, wäre alles perfekt.

Ich hatte gesagt, drei bis fünf Minuten, kurze Einführung und dann steigen wir mit einer Fraktionsrunde in die Diskussion ein. Je nach dem, wer von Ihnen angesprochen ist, wird dann antworten. Bitte benutzen Sie das Mikrofon, da die Anhörung zur Protokollerstellung aufgezeichnet wird.

Ich darf Herrn Werner Loscheider vom Bundeswirtschaftsministerium begrüßen. Sie sehen, die Bundesregierung sitzt mit am Tisch und wird die eine oder andere Idee, die wir vielleicht heute entwickeln, in die politischen Ebenen mit einbringen.

Frau Dr. Bürglen, ich gebe Ihnen das Wort.

Dr. Kathrin Bürglen (Projektleiterin Fahrtziel Natur, Deutsche Bahn): Sehr geehrter Herr Vorsitzender Brähmig, sehr geehrte Damen und Herren, im Namen der Träger der Kooperation Fahrtziel Natur, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Naturschutzbund Deutschland, Ökologischer Verkehrsclub Deutschland und Deutsche Bahn AG bedanke ich mich herzlich, dass wir die Gelegenheit haben, unser Thema Ihnen heute vorzustellen.

Nationalparke, Naturparke und Biosphärenreservate sind die Kronjuwelen der touristischen Landschaften in Deutschland. Sie mit allen Sinnen zu entdecken, gehört zu den ganz besonders wertvollen Erfahrungen im Leben. Damit viele Menschen diese Erfahrungen noch lange machen können, bedarf es eines langfristigen und sensiblen Herangehens an die touristische Erschließung dieser Regionen. Die Träger von Fahrtziel Natur fördern und begleiten deshalb schon seit elf Jahren zusammen mit zu Beginn sechs, jetzt 20 Schutzgebieten den Aufbau eines nachhaltigen Qualitätstourismus in diesen ländlichen Räumen. In meinem schriftlichen Statement hatte ich Ihnen die Kooperation Fahrtziel Natur, die Ziele, Maßnahmen, Schwerpunkte und Erfolge insgesamt vorgestellt.

Ich möchte jetzt noch einmal auf unsere Schutzgebietspartner eingehen, die wirklich das Rückgrat dieser Kooperation sind. Wir beobachten derzeit in den Gebieten leider eine wachsende Differenz zwischen zeitgemäß wünschenswerten und umsetzbaren Projekten. Das liegt vor allem daran, dass die Strukturen unserer Partner nicht mit den Anforderungen wachsen konnten. Sie stehen oft vor der Herausforderung, dass von ihnen einerseits das Vorantreiben der nachhaltigen Entwicklung in der gesamten Region erwartet wird, ihnen aber andererseits die Steuerung der dafür notwendigen vernetzten Prozesse strukturell und personell nicht zugeordnet und oft leider auch nirgendwo anders verankert ist. Ich möchte betonen, dass wir in unseren Fahrtziel Natur-Gebieten weder einen Mangel an guten innovativen Ideen noch an der Bereitschaft zur Weiterentwicklung oder an der Erkenntnis vorhandener Defizite sehen, sondern vor allem ein strukturelles Umsetzungsdefizit. In zwei Feldern wird das bei unserer Arbeit bei Fahrtziel Natur be-

sonders bemerkbar: Bei der personellen Ausgestaltung der Schutzgebietsverwaltung, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung und Umsetzung von Angeboten in der Schnittstelle zum Tourismus. So treffen bei der Entwicklung touristischer Angebote mit hohem Bezug zu National- oder Naturparks die Vermarktungsstrukturen des Tourismus zu oft auf hoch engagierte Kollegen, die in personell unterbesetzten Verwaltungen oder im Ehrenamt tätig sind. Beide sind leider oft zunehmend mit dem zunehmenden Interesse aus dem Tourismus und den Abwicklungsmechanismen überfordert.

Für uns ist das regionale Schnittstellenmanagement zwischen Verkehrsträgern, Tourismus, Schutzgebiet und Politik sehr wichtig. Die Zusammenarbeit zwischen den Trägern in der Region ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Mobilitätsangebote. Leider ist uns im ländlichen Raum nur der Bayerische Wald bekannt, der über wirklich langfristige personelle Strukturen verfügt, um mit Bezug zum Schutzgebiet konsequent an der Entwicklung umweltfreundlicher Mobilitätsangebote arbeiten zu können. In vielen Regionen müssen diese Herausforderungen, die sehr komplex sind, noch nebenher bearbeitet werden. Deshalb sieht Fahrtziel Natur Handlungsbedarf in der Erkenntnis, dass die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in National- und Naturparks neue Rahmenbedingungen benötigt. Auf allen relevanten Ebenen ist der Ausbau übergreifender Förderansätze wünschenswert, die tourismus-, naturschutz-, umwelt- und verkehrspolitische Aspekte vereinen und einen Schwerpunkt auf die Unterstützung der aktiven Umsetzung legen. Für BUND, NABU, VCD und Deutsche Bahn darf ich sagen, dass wir unsere Möglichkeiten weiterhin sehr aktiv nutzen werden, um in der Kooperation Fahrtziel Natur unsere Schutzgebietspartner bei der Entwicklung und Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus sehr aktiv zu unterstützen. Herzlichen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Dr. Bürglen. Noch ein Gedanke, bevor ich zu Frau Höfinghoff komme. Wir wurden für die Auswahl der Sachverständigen kritisiert. Ich bitte um Verständnis, dass wir uns auf eine Zahl festlegen müssen und dass nicht jeder, der hier gerne sitzen möchte, zum Zuge kommt. Viele Organisationen gehören zum Dachverband. Das ist auch bei Fahrtziel Natur der Fall, das bei EUROPARC Mitglied ist. Frau Dr. Bürglen, Sie haben daher auch für den Dachverband gesprochen. Jetzt gebe ich Frau Constanze Höfinghoff das Wort.

Constanze Höfinghoff (Geschäftsführerin Nordsee-Tourismus-Service GmbH): Herzlichen Dank, ich freue mich, heute hier zu sein. In der Gästeliste bin ich die einzige Vollbluttouristikerin. Ich sende die Grüße des Nationalparks Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer und meiner Naturschutzkollegen, denn auch das Papier, das Sie von mir bekommen haben, ist ein abgestimmtes Papier, denn wir arbeiten sehr eng zusammen.

Naturschutz und Tourismus: Schließt sich das nicht eigentlich aus? Das wurde ich immer wieder gefragt. Ich bin seit 2005 Geschäftsführerin der Nordsee Tourismus-Service-GmbH und habe mir sagen lassen, dass sich zwar seit 1985, seit Gründung des Nationalparks, sehr viele positive Dinge entwickelt haben. Es war vor Gründung des Nationalparks etwas schwierig in Schleswig-Holstein und ich denke seit 2005 haben wir noch einmal einige deutliche Schritte nach vorne gemacht. Ich habe Ihnen auch zusammengeschrieben, was das Erfolgsrezept ist und warum sich Naturschutz und Tourismus nicht ausschließen, sondern warum sie sich wunderbar ergänzen und sehr gute Synergien möglich sind.

Ich wollte Ihnen etwas über das Thema Erfolgsrezept erzählen, denn das Thema Erfolg ist kein Selbstläufer. Frau Dr. Bürglen hat das sehr deutlich gemacht. Tourismus und Naturschutz wird von Menschen gestaltet, die mit extrem viel Leidenschaft und Einsatz dabei sind und nicht nur mit Fachkompetenz. Die meisten sind sehr überdurchschnittlich engagiert, denn diese Schnittstelle wird immer on top gepflegt, also zusätzlich zu dem, was wir an Tagesgeschäft schon auf der Agenda haben. Ich kann auch nicht auf irgendetwas verzichten dafür, dass wir die Schnittstelle miteinander pflegen möchten. Wir sind viele Akteure, die aus Wirtschaft, Naturschutz und Politik eingebunden sind und in Schleswig-Holstein an der Nordsee ist es so, dass wir eine Kerngruppe haben, die dadurch auch in sehr viele identische Gremien eingebunden ist oder in unterschiedlichen Gremien mit den identischen Protagonisten eingebunden ist. Egal ob es um die internationale Strategie zur Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusstrategie an der Nordsee geht oder um das gesamte Wattenmeergebiet mit dem Wattenmeersekretariat in Wilhelmshaven. Das ist etwas, was uns die UNESCO ins Buch geschrieben hat, als wir mit dem Wattenmeer Weltnaturerbe geworden sind. Es gibt regionale Arbeitsgruppen und wir haben versucht, bestimmte Arbeitsgruppen zu institutionalisieren und nicht nur zu sagen, wir müssten uns einmal treffen, sondern tun das tatsächlich regelmäßig.

Es gibt auch viele weiche Faktoren, die eine große Rolle spielen. Das habe ich sehr schnell gelernt und auch angewandt an der Nordsee. Es ist wichtig, dass man die Kommunikation auf Augenhöhe führt und

dass man einander zuhört, dass man eine gemeinsame Sendefrequenz findet, denn Naturschützer und Touristiker sprechen nicht automatisch die gleiche Sprache. Da gilt es eine Frequenz zu finden, in der man sich dann in einem Dialog befindet und nicht im Monolog. Es ist wichtig, dass man verbindliche Arbeitsstrukturen schafft, dass man gemeinsame Projekte initiiert und dann auch Erfolge gemeinsam feiert.

Wir haben ein paar Statements zusammengefasst, die Sie ausführlich in Ihren Unterlagen haben. Für uns ist es wichtig, dass die Naturschützer den Tourismus als Botschafter verstehen, denn dadurch, dass wir vielen Touristen das Thema Naturschutz in einem sehr entspannten Ambiente nahebringen, werden sie zum Multiplikator für die Botschaft, die der Naturschutz gerne vermitteln möchte. Es ist wichtig, Natur aktiv erlebbar zu machen und da haben wir schöne Beispiele an der Nordsee.

Die Strukturen, die professionalisiert und institutionalisiert werden müssen, habe ich schon genannt, insbesondere auch mit kompetenten Ansprechpartnern und nicht nur mit Hilfskräften, ohne diese abzuqualifizieren, aber wir brauchen Kompetenz. Es gibt Zahlen, Daten und Fakten, da gibt es sicher auch noch Möglichkeiten, dort noch eine valide Grundlage zu schaffen, um daraus dann entsprechende Handlungsempfehlungen abzuleiten. Es gibt ein hervorragendes Nationalparkpartnerprogramm, nicht nur bei uns in Schleswig-Holstein, sondern auch in anderen Nationalparks. Wir als Nordsee-Tourismus-Service GmbH sind z.B. auch Nationalparkpartner. Wir haben tolle gemeinsame Projekte umgesetzt, u.a. auch mit Fahrtziel Natur. Wir haben gemeinsame Angebote geschnürt, die sich auch vermarkten lassen und dann ist auch eine Messbarkeit der Erfolge möglich.

Besucherlenkung ist eine wichtige Geschichte, eben nicht zu sagen, was darf man nicht, sondern die Besucher dahin zu lenken, wo sie ein tolles Naturerlebnis erfahren können.

Die Wünsche, die ich mitbekommen habe und die ich Ihnen nur nahebringen kann, wir brauchen in der Tat personelle und finanzielle Ressourcen, um das, was wir bisher geschaffen haben, auch dauerhaft zu implementieren. Es gibt unterschiedliche Ideen, was wir an direkten Projekten machen können, aber es ist wichtig, dass wir uns nicht immer um Projektgelder bemühen müssen, sondern dass diese in der Tat dauerhaft etabliert werden, u.a. auch zu dem Thema ÖPNV, das hatte Frau Dr. Bürglen schon gesagt.

Nicht zu vergessen und das sage ich auch als Vollbluttouristikerin: „Tu Gutes und sprich darüber“. Kommunikation kostet auch Geld. In vielen Projekten findet das Thema Kommunikation finanziell immer nicht statt, da muss dann immer der Tourismus herhalten. Tourismus kostet Geld und auch dafür brauchen wir Geld.

In der Anlage des Papiers, das wir Ihnen zusammengestellt haben, gibt es noch Informationen zum Bundesfreiwilligendienst und zum freiwilligen ökologischen Jahr. Die lege ich Ihnen auch sehr nahe und habe dort auch einen Ansprechpartner mit beigefügt. Die jungen Menschen, die bei uns in der Region ihren Dienst leisten, sind ein ganz wichtiger Bestandteil für die Besucherlenkung und auch die Servicequalität im Bereich des Naturerlebnisses und wir möchten gerne, dass das dauerhaft so bleibt. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank für die kurzen Ausführungen, Frau Höfinghoff. Ich darf jetzt Herrn Klaus Jarmatz das Wort geben.

Klaus Jarmatz (Amtsleiter des Biosphärenreservats Schaalsee): Vielen Dank, Herr Brähmig, für die Einladung. Sehr geehrte Damen und Herren, ich würde mich freuen, wenn in Zukunft auch Biosphärenreservate als UNESCO-Kategorie grundsätzlich mit auf der Agenda stehen, insofern freue ich mich, dass ich hier sein darf.

Ich möchte zu einer Zeit von vor zehn Jahren beginnen. Im Jahr 2003 entschloss sich EUROPARC eine einheitliche Marke für die deutschen Großschutzgebiete herauszubringen, die seinerseits vor allem touristisch relevant ist. Dazu gab es Unterstützung von der Bundesregierung, speziell vom Bundesumweltministerium und es wurde in einem Markenprozess und in einem sehr intensiven Prozess zusammen mit dem Verband Deutscher Naturparke (VDN) eine Marke entwickelt, die 2005 auf den Markt kam und zwar Nationale Naturlandschaften. Unter dieser Marke laufen mittlerweile alle deutschen Biosphärenreservate und mit geringen Einschränkungen auch alle deutschen Nationalparke und einige Naturparke. Auch die Herausgaben des VDN erscheinen unter dieser Marke Nationale Naturlandschaften. Was will ich damit sagen? Das es unwahrscheinlich wichtig ist, diese Kommunikation der Nationalen Naturlandschaften voranzubringen und auch weiter zu unterstützen.

Zu den harten Fakten. Es gibt inzwischen mehrere Studien über Besucherzahlen und Wertschöpfungsanalysen, Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke betreffend. Sie haben einen hohen Wertschöpfungsfaktor und sie haben sich als Besuchermagnete erwiesen. Diese Untersuchungen zeigen nicht zuletzt, dass ein Drittel bis zur Hälfte der Besucher wegen des Schutzstatus kommen. Eine so hohe Zahl hatten wir vor diesen Studien nicht erwartet.

Ein gutes Beispiel dafür ist z.B. auch das UNESCO-Biosphärenreservat Schaalsee, welche Zugkraft so eine Schutzgebietskategorie hat, möchte ich Ihnen daran kurz erläutern, dass es diese Region historisch nie gab. Weder touristisch, noch politisch, noch irgendwie, es gab keine Schaalseeregion. Nach der Grenzöffnung wurde über das Thema des Biosphärenreservates eine neue Region in der Zusammenarbeit und auch touristisch in Europa kreiert und zwar sehr erfolgreich und mit einem mittlerweile nicht unbedeutenden Bekanntheitsgrad. Ich wollte an diesem Beispiel darstellen, dass das sehr wichtig ist. Der BMU-Pressedienst hat recherchiert, dass 50,9 Millionen Menschen im Jahr 2008 Nationalparke besucht haben, d.h. es sind auch sehr viel Mehrfachnutzer dabei, sonst wäre diese Zahl nicht so hoch, die immer wieder kommen. Auch wir haben am Schaalsee solche Zahlen von Wiederkehrer von über 70 Prozent, was nicht schlecht ist.

Warum ist das so? Diese Frage stellt sich vor allen Dingen deshalb, weil es gemanagte Gebiete sind, d.h. es werden Angebote kreiert, es werden mit den Touristikern Partnerschaften eingegangen. Es ist eine Logistik vorhanden, die den Gast und zunehmend auch den ausländischen Gast anspricht, das möchte ich nicht unterschlagen. Wir haben vor allem bei ausländischen Gästen eine Steigerung, speziell nach der Einführung der Marke Nationale Naturlandschaften, weil wir einfacher identifizierbar sind. Das ist eine Frage des Managements. Das Ganze hat natürlich auch Konsequenzen. Konsequenzen insofern, dass wir einerseits in den Biosphärenreservaten und vielen Nationalparks Personal- und Haushaltseinsparungen haben, in Mecklenburg-Vorpommern komplett ein Drittel des Personals in den letzten zehn Jahren, d.h. dieses Management ist das A und O, um einen Qualitätstourismus vorzuhalten. Ich kann einen erhöhten Besucheransturm nur mit Qualitätsangeboten begegnen, die das kanalisieren, die das führen, die das in Bahnen halten, damit dieser Anspruch der Kategorien und damit auch der Zulauf in diese Gebiete erhalten bleibt. Das erfordert ein hoch qualitatives und hoch kompetentes Management. Das ist das A und O, gerade unter dem Motto „Klasse statt Masse“, es geht vor allem darum, Qualität vorzuhalten und diese auszubauen und dabei um Unterstützung in der Politik unsererseits zu werben.

Insofern halten wir auch die Außenwahrnehmung der Gebiete, vor allem durch Rangerdienste, für richtig, weil es sich sehr bewährt hat. Das ist in Deutschland nicht Standard, international fast überall, aber in Deutschland eben nicht. Es hat sich in den Gebieten bewährt und ich würde das auch auf die Tagesordnung setzen, dass das ein wichtiger Aspekt ist in der Außendarstellung und in der Besucherlenkung.

Wichtig ist zusammenfassend Unterstützung, einerseits der Dachorganisation, um die Koordinierung und das Management und das Niveau im föderalistischen Deutschland aufrecht zu erhalten und des Weiteren ist starke Unterstützung bei der Weiterentwicklung, beim Vorantreiben der Dachmarke Nationale Naturlandschaften erforderlich. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank für die Ausführungen Herr Jarmatz. Ich darf jetzt Herrn Ulrich Köster das Wort geben.

Ulrich Köster (Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Naturparke): Sehr geehrter Herr Brähmig, sehr geehrte Damen und Herren, ich danke Ihnen ganz herzlich für die Einladung zur heutigen Sitzung und dass Sie das Thema insgesamt überhaupt auf der Tagesordnung haben und weiter behandeln.

Kurz zu uns, wir sind der Dachverband der Naturparke, vertreten 96 der 104 Naturparke in Deutschland, die insgesamt 27 Prozent der Bundesfläche einnehmen. Noch kurz einen Bezug zu meinem Vorredner, Herr Jarmatz, der auf die Nationalen Naturlandschaften eingegangen ist. Für Sie zur Information, der VDN war in der Gründungsphase mit dabei, ist seit 2008 nicht mehr in der Dachmarke beteiligt, da EUROPARC uns den Lizenzvertrag gekündigt hat und von den Naturparks nutzen ein Drittel der 104 Naturparke die Dachmarke Nationale Naturlandschaften, das sind überwiegend zwei Drittel staatlich getragene Naturparke.

Ich hatte in meiner Stellungnahme kurz dargelegt, welche Leistungen Naturparke im Bereich Tourismus bringen und warum sie wichtig sind. Alles fußt auf der gesetzlichen Grundlage des Naturparks im Bundesnaturschutzgesetz und entsprechend in den Ländergesetzen, Erholungsvorsorge und nachhaltigen Tourismus als Aufgaben mit ins Stammbuch geschrieben bekommen haben und auch bemüht sind, in

den Flächen umzusetzen. Daraus resultieren zahlreiche Leistungen, die zentral sind für die Vermarktung als Schutzgebiete für den naturnahen Tourismus. Das sind zum einen Infrastrukturleistungen, ganz viele Wanderwege, Radwege werden von Naturparks entweder ausgewiesen, betreut, gepflegt mit Partnern zusammen, viele Infocentren, die es in der Region, wie auch in den Nationalparks gibt, betreuen Besucher. Es gibt zahlreiche Angebote, gerade auch von Naturparkführern, ähnlich wie Ranger, die in der Fläche, das sind meist nebenberuflich tätige Menschen oder auch ehrenamtlich tätige Menschen, die aufgrund ihrer Qualifizierung, die sie haben, in der Lage sind, der Bevölkerung und den Gästen Naturlandschaften nahezubringen. Das ist ganz zentral als Scharnier zu den Gästen, zu den Besuchern. Diese Natur- und Landschaftsführer sind bundesweit qualifiziert nach einem System, d.h. es sind zertifizierte Natur- und Landschaftsführer. Die Qualifizierung erfolge gemeinsam mit den bundesweiten staatlichen Akademien, die in dem bundesweiten Arbeitskreis der staatlich getragenen Umweltbildungsstätten (BANU) zusammengefasst sind.

Qualität insgesamt ist ein zentraler Punkt, auch für die Naturparkentwicklung. Ich hatte gesagt, 104 Naturparke sind viel. Was wir brauchen ist eine hohe qualitative Entwicklung. Deswegen haben wir mit Unterstützung des Umweltministeriums seit 2006 die Qualitätsoffensive Naturparke ins Leben gerufen, bei der jetzt 70 Naturparke mitmachen. Da geht es um einen kontinuierlichen Qualitätsprozess auf einem bundesweiten Level und Naturparke in den Themenfeldern Tourismus, Kommunikation, Naturschutz, Umwelt, Bildung und Regionalentwicklung voranzubringen.

Ein zentraler Punkt bei Naturparks ist, es wurde bereits von Frau Dr. Bürglen gesagt, die personelle Ausstattung. Das ist der Punkt, von daher zieht sich das durch alle Redner durch, trotzdem möchte ich es betonen, ein ganz zentraler Punkt, weil das eine zentrale Schwachstelle der Naturparke ist. Wenn man sich überlegt, dass wir 104 Naturparke auf 27 Prozent der Fläche haben und wenn man weiß, dass Naturparke personell mit ein bis fünf, im Schnitt mit zwei bis drei Personen gemanagt werden, ist das ein sehr knappes Verhältnis. Auch europäisch gesehen sind wir als deutsche Naturparke eindeutig Schlusslicht. Wir haben vor einigen Jahren eine Studie gemacht, da sieht man, wenn man uns vergleicht in der absoluten Zahl der Beschäftigten, aber erst Recht im Verhältnis zur Fläche, sind Naturparke in Deutschland sehr knapp aufgestellt. Das ist besonders im Verhältnis der Schnittstelle Naturpark, Tourismus, Regionalentwicklung ein Defizit, wo wir gerne daran arbeiten würden, um das noch besser darzustellen.

Unabhängig davon schauen wir auch auf die europäischen Partner, wie in der Schweiz. Es gibt in der Schweiz erst seit wenigen Jahren naturparkähnliche Gebilde, die „Schweizer Pärke“. Es gab bis dahin nur zwei Parke, den Schweizer Nationalpark und ein Biosphärenreservat und jetzt gibt es eine ganze Reihe Schweizer Pärke. Die Schweiz macht das sehr vehement als Tourismusland, der Schweiztourismus bindet die Schweizer Pärke massiv in die Kommunikation des Schweiztourismus ein. Sie haben beispielsweise ein Projekt gemacht, gefördert von der Wirtschaftsförderung in der Schweiz, nicht europäisch, aber Schweiz spezifisch, wo sie die Angebotsentwicklung nach vorne gebracht haben. Qualifizierung, Coaching für Naturparke und Tourismusvertreter in der Region vor Ort. Ein sehr erfolgreiches Projekt und wenn man sich die Geschwindigkeit der Entwicklung des Tourismus in der Schweiz anschaut in dem Bereich, merken wir, auch wenn sie sehr frisch am Markt sind, dass sie sich mit großer Geschwindigkeit entwickeln und wir jetzt schon herüberschauen können, um aus solchen Dingen zu lernen und das hätten wir in Deutschland auch gerne in ähnlicher Weise, diese Qualifizierung von Angebotsentwicklungen in den Regionen. Das wäre eine ganz große Hilfe.

Im Kern dessen, worum es uns künftig geht, hatte ich in der Stellungnahme sechs Punkte aufgeschrieben, die ich noch kurz aufgreifen möchte. Zentraler Punkt aus meiner Sicht ist die Frage, wie kann man die Strukturen verbessern? Zum einen, wie kann man Marketing verbessern und wie kann man Angebotsentwicklung verbessern?

Im Bereich Marketing gibt es einige Dinge, wir würden uns wünschen, wenn das Thema Naturtourismus noch eine stärkere Rolle insgesamt im Deutschlandtourismus spielen würde. Das würde die Naturparke und auch die anderen Schutzgebiete unterstützen. Es wurde bereits gesagt, wenn es gelingt, mehr Nachfragebedarf zu wecken, brauchen wir wiederum gute Angebote, das ist der zweite Punkt. Wir brauchen Qualität, wir wollen qualitative Angebote haben. Auch da sind wir gut unterwegs. Es gibt sehr viele gute Angebote, innovative Angebote, auch barrierefreies Naturerleben, was wir gerade bundesweit versuchen durch eine Rahmenzielvereinbarung mit den Bundesbehindertenverbänden voranzubringen. Da ist viel Bereitschaft, Know-how, Engagement da, aber es fehlt an Unterstützung in dem Bereich, qualitativ hochwertige Angebote zu entwickeln.

Der dritte Punkt und aus meiner Sicht der Zentrale, weil er politisch sehr aktuell ist, ist der Bereich Finanzierung und Strukturen. Uns allen ist bewusst, dass die Zeiten nicht danach schreien, mehr Personal zu bekommen, auch wenn es notwendig wäre. Das ist uns sehr wohl bewusst. Wo wir aber eine Chance sehen ist aktuell die Fortschreibung der EU-Förderprogramme, die gerade in Brüssel beschlossen werden, demnächst in Deutschland und dann in den Bundesländern speziell umgesetzt werden. Wir wissen aus Beispielen und haben es gerade als Broschüre veröffentlicht, es gibt gute Beispiele für Naturparkförderung aus dem ELER heraus und auch im Zusammenhang damit mit LEADER-Projekten als Beispiel, wo man sieht, dass diese Projekte auch Naturschutz -und Tourismusbezug haben. Es entstehen dort Angebote im Bezug auf Barrierefreiheit, Naturerleben und Informationszentren und anderes mehr. Das ist ein Bereich, wo wir uns wünschen, dass die Schutzgebiete stärker als bisher im ELER, aber auch im Bereich LEADER umgesetzt werden. Wir sehen auch Chancen im Bereich EFRE und Europäischer Sozialfonds ESF, weil auch EFRE den stärksten Wirtschafts- und Tourismusbezug hat. Wir wissen beispielsweise, Nordrhein-Westfalen hat immer ein Ziel-2-Programm, wo auch Naturparke gefördert werden, wo Naturtrails im Rahmen von Natura 2000 gefördert werden. Ein sehr gutes Beispiel, was Schule machen kann. Es gibt viele Beispiele, die stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung, wie man auch EFRE für eine hochwertige Naturtourismusangebotsentwicklung in Schutzgebieten nutzen kann.

Der ESF, der wenig genutzt wird, ist ein gutes Beispiel. Bayern ist hier der Vorreiter, weil dort aus dem ESF heraus auch Schutzgebietsbetreuer finanziert werden. Das ist mir zumindest nur aus Bayern bekannt. Das wäre eine gute Möglichkeit, Herr Jarmatz sprach vom Rangern, Schutzgebietsbetreuern auch aus dem ESF heraus in anderen Ländern zu fördern, wenn es politisch gewollt ist. Wir sehen die Chance, dass Sie auf Bundesebene mit dazu beitragen. Das wäre unsere Bitte an Sie, dass die Schutzgebiete stärker als bisher Eingang finden, idealerweise auch in die Partnerschaftsvereinbarungen der Bundesregierung mit der Europäischen Kommission, dass dort Schutzgebiete als Punkt sich durchziehen sollten in den ganzen verschiedenen Fonds, die da umgesetzt werden. Das wäre sehr wichtig.

Ich möchte einen Punkt von Frau Dr. Bürglen aufgreifen, sie sprach davon, dass es eine teamübergreifende Förderung geben müsste. Das hört man überall, wir zumindest, dass man sektorübergreifende Dinge braucht. Wir haben die Erfahrung, dass Naturschutz auch Tourismusförderung ist. Regionalentwicklung ist auch Tourismusförderung und wiederum Tourismus fördert auch Naturschutz. Frau Höfinghoff hat es gesagt, das greift ineinander. Bisher müssen die Akteure vor Ort drei Förderanträge stellen für drei verschiedene Projektteile und daran scheitern viele. Wenn es gelänge, Förderung so zu gestalten, dass man integrierte Projekte auch förderfähig macht, wäre es eine große Erleichterung und würde auch zur effizienten Mitteleinsatz beitragen. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Danke schön, das war kurz und kompakt. Jetzt gebe ich das Wort an Herrn Franz Leibl.

Dr. Franz Leibl (Leiter des Nationalparks Bayerischer Wald): Herr Vorsitzender, meine Damen und Herren, ich bedanke mich für die Einladung und darf jetzt aus Sicht der Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald das Thema etwas ausleuchten.

Sie wissen, Nationalparke beinhalten Nationale Naturlandschaften von besonderer Güte und Qualität und es ist ihre Aufgabe, ein national bedeutendes Naturerbe zu sichern. Nationalparke haben auch noch weitere Aufgaben, z.B. Umweltbildung und Forschung, aber wir müssen auch Natur erleben ermöglichen, d.h. wir müssen Erholung und sanften Tourismus fördern, das gehört zu unserem Aufgabenbild. Aus diesem Grund hält die Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald beispielsweise eine Besucherinfrastruktur von besonderer Qualität und Umfang vorrätig, um den Touristen, den Besucher und unseren Gästen Attraktionen zu bieten. Als Beispiel: Wir haben 350 Kilometer gut beschilderte, gut ausgebaute und unterhaltene Wanderwege, 210 Kilometer Fahrradwege, zwei hochmoderne Besuchereinrichtungen, Besucherzentren, zwei Tierfreigelände, die von mehreren 100 000 Besuchern jährlich aufgesucht werden und als besondere Attraktion zwischenzeitlich den Baumwipfelpfad mit dem so genannten Baumei, das schaut aus wie die Glaskuppel auf dem Reichstag, bloß aus Holz. Schließlich bieten wir jährlich ein umfassendes Führungs- und Veranstaltungsprogramm an, das von etwa 50 000 bis 60 000 Besuchern aufgegriffen wird.

Wir gehen im Moment davon aus, dass der Nationalpark Bayerischer Wald durch diese Besucherinfrastruktur, die hier aufgebaut wurde, etwa eine Million Besucher aufweist. Unsere Besucherzentren werden im Jahr von durchschnittlich 350 000 Menschen aufgesucht und das Baumei, das seit 2009 existiert, hat im Durchschnitt 400 000 Besucher pro Jahr. Für den Bayerischen Wald als eine sehr strukturschwache Region sind das außerordentliche Zahlen, die natürlich auch bedeuten, dass dadurch die Re-

gion insgesamt gefördert wird, vor allem aber der Tourismus der Region. Es sind zwei Eckpfeiler, die hier besonders herauszuheben sind, was Nationalparks anbelangt. Einmal die besonderen Naturlandschaften dieser Landschaften und zum anderen, wenn Sie mit einer vernünftigen qualitätsvollen Besucher-einrichtung versehen wird, fördert man auf diese Art und Weise das Naturerleben von vielen Gästen und Menschen unserer Gesellschaft.

Wir wissen zum Beispiel, dass die Menschen den Nationalpark Bayerischer Wald deshalb besuchen, weil er eine besonders wilde Waldnatur aufweist, die in anderen Gegenden unserer Heimat nicht so zu beobachten ist. Die spektakuläre Natur ist hier der Anziehungspunkt und wir wissen, dass jeder zweite Besucher der Nationalparkregion nur wegen des Nationalparks kommt. Das Ganze bedeutet dann letztendlich für eine strukturschwache Region wie den Innerbayerischen Wald, dass dadurch auch Arbeitsplätze entstehen. Es gibt Hochrechnungen, die besagen, dass allein durch diesen Nationalparktourismus, der hier entsteht, etwa knapp 500 Arbeitsplätze in der Gastronomie, im Hotelgewerbe usw. geschaffen werden. Von daher sind Nationalparks auch als Infrastruktureinrichtungen für strukturschwache Regionen zu sehen, weil sie eine hervorragende Naturlandschaft haben und weil sie den sanften Naturtourismus fördern.

Ich darf auch erwähnen, dass wir zwischenzeitlich das System der Nationalparkpartnerschaften entwickelt haben. Das sind örtliche Betriebe, die sich ganz aktiv zur Nationalparkidee bekennen und auch mit dem Nationalpark als Imagefaktor werben, Gäste und Kunden anlocken und gleichzeitig unsere Nationalparkphilosophie an die Leute vermitteln. Dafür bekommen sie dann von uns aktuelle Informationen geliefert und sind upgedatet.

Insgesamt dürfen wir nicht vergessen, dass Nationalparks nicht beliebig vermehrbar, nicht imitierbar und nicht transferierbar sind. Sie stellen daher, dort wo sie sind, Alleinstellungsmerkmale für eine Region dar und die Region kann dann letztendlich auf diesen Nationalpark aufbauen, was die Entwicklung des Tourismus anbelangt. Ich spreche bewusst von der Region, weil der Tourismusaufbau als solches nicht Aufgabe einer Nationalparkverwaltung ist, gleichwohl betrachtet sich die Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald als Partner der Tourismusentwicklung bei uns. Wir haben eine eigene Sachbearbeiterstelle ins Leben gerufen, die sich mit Regionalentwicklung und Tourismusentwicklung befasst. Wir unterstützen auch finanziell touristische Projekte in der Region.

Ich möchte zwei nennen, die in der Vorlage beschrieben sind, zum einen das INTERREG-Projekt „Tierisch wild“, das auch zusammen mit tschechischen Nationalparkgemeinden und Gastronomien entwickelt wurde und ganz neu, der Nationalpark ist auch Ideengeber für die derzeit laufende touristische Neustrukturierung. Ein Aspekt, der uns besonders wichtig erscheint, denn wir müssen insgesamt bei uns, was die Tourismusverantwortlichen anbelangt, das Klein-Klein überdenken und das Kirchturmdenken überwinden und zu größeren Organisationsstrukturen im Tourismusgeschehen kommen, damit wir auf dem Markt als Nationalparkregion insgesamt auch wahrgenommen werden. Daran arbeiten wir im Moment alle zusammen, die Nationalparkgemeinden, der TVO und auch die Nationalparkverwaltung. Danke.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Herr Dr. Leibl. Das war so, wie ich es mir wünsche, weil ich den Nationalpark Bayerischer Wald seit über 22 Jahren kenne und ich denke, da wird eine ganz tolle Arbeit gemacht. Jetzt gebe ich Herrn Prof. Dr. Rein das Wort.

Prof. Dr. Hartmut Rein (Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde): Sehr geehrter Herr Vorsitzender, sehr geehrte Damen und Herren, auch ich danke Ihnen recht herzlich für die Einladung. Ich vertrete die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde und dort den Masterstudiengang „Nachhaltiges Tourismusmanagement“, der einzige in Deutschland und einer der wenigen in Europa, die diese Fokussierung haben. Dort befassen wir uns ganz zentral mit Fragestellungen des Tourismus in Großschutzgebieten und das umfasst unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit die unterschiedlichsten Aspekte, von denen ein ganzer Teil heute schon angesprochen wurde.

Ich möchte daher auf einen ganz bestimmten fokussieren, Sie haben das bestimmt schon in meinem Papier gelesen. Es ist das Thema „Besuchermonitoring“ und „Besuchermanagement“. Hintergrund dafür ist, es wurde in vielen Reden heute schon betont, dass die Bedeutung von Natur und Naturerleben im Tourismus ständig zunimmt, dass die Großschutzgebiete dafür das zentrale Rückgrat in Deutschland für das Angebot bilden mit 23 Prozent allein die Naturparke und dass sich durch den Tourismus in den Großschutzgebieten die regionale Wertschöpfung erhöhen lässt. Diverse Studien, die schon teilweise zitiert wurden, zeigen, was das bedeutet. Es wurde auch schon darauf hingewiesen, dass dafür Schnittstellenmanagement, finanzielle Kapazitäten vorhanden sein müssen, die gerade in vielen Räumen aus

meiner Sicht wegbrechen und damit das Potenzial gefährden. Auf diesen Aspekt wollte ich jetzt nicht weiter eingehen, das wurde schon angesprochen, sondern auf den anderen Aspekt, dass in vielen Schutzgebieten eigentlich das Wissen um den Gast fehlt.

Wenn Sie systematisch die deutschen Schutzgebiete analysieren, werden Sie feststellen, die wenigsten wissen detailliert, wer eigentlich ihr Gast ist und die wenigsten haben ein kontinuierliches Besuchermanagement. Das ist eine ganz zentrale Grundlage und jeder professionelle Tourismusverband hat so etwas in gewissen Abständen, dass er weiß, wer ist sein Gast, was will der Gast, was sucht der Gast. Die Beispiele, die heute genannt wurden und immer wieder zitiert werden, sind Einzeluntersuchungen im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsuntersuchung gemacht wurden. Aber kontinuierlich gibt es das meines Wissens nach nirgendwo.

Das ist ein europäisches Phänomen. Es gab gerade in diesem Jahr vor kurzem in Stockholm eine internationale Tagung zu dem Thema, wo das auch problematisiert wurde. Worauf ich hinweisen möchte ist ein Beispiel, das es gibt. Im Land Brandenburg wurde unter Trägerschaft von pro agro mit den 14 Großschutzgebieten und den dortigen Besucherzentren ein standardisiertes Verfahren aufgebaut, online basiert, was uns kostengünstig ermöglicht, ein kontinuierliches, über die Jahre laufendes Verfahren zu entwickeln, mit dem man darstellen kann, was sucht der Gast, was sind seine Motive, was gefällt ihm, wo sieht er Mängel, wie reist er an? Alle Informationen, die man braucht, um dann zielgruppengerechte Angebote schmieden zu können, denn sie werden immer wieder gefordert, aber wenn man nicht wirklich weiß, wer sein Gast ist und was er eigentlich sucht, das verändert sich ja, es ist nicht konstant, fällt es schwer oder man hängt der Entwicklung hinterher.

Aus diesem Grund glaube ich, ist das eine wichtige Fragestellung, die ich persönlich bei den großen Verbänden angesiedelt sehe, also der VDN oder EUROPARC müssten dazu die Initiative ergreifen, aber sie brauchen dafür politische Unterstützung, damit sie sich das leisten können, so etwas aufzubauen und dann der Entwicklung des Naturtourismus in Deutschland zur Verfügung zu stellen. Aus dem Beispiel in Brandenburg mit den 14 Großschutzgebieten und Besucherzentren könnte man lernen oder zumindest schauen, was lässt sich davon auf andere Gebiete übertragen, weil da nicht nur ein Besuchermonitoring dahinter steht, sondern eine eigene Dachmarke, eine Kooperation der Schutzgebiete unter der Dachmarke „Naturschauspiel“ sowie ein einheitliches Qualitätsmanagement. Die meisten der Besucherzentren sind Service Q qualifiziert und auch das setzt voraus, dass ich weiß, was der Gast will und ob der Gast mit der Servicequalität zufrieden ist. Wir kommen immer wieder an den gleichen Punkt. Wir müssen mehr Wissen über den Gast haben und das nicht nur zufällig. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Auch Ihnen, Herr Dr. Rein, vielen Dank für die Ausführungen. Als Letzter in der Vorstellungsrunde Herr Dirk Treichel.

Dirk Treichel (Parkleiter des Nationalparks Unteres Odertal): Sehr geehrter Herr Brähmig, sehr geehrte Damen und Herren, vielen Dank für die Einladung. Ich möchte Sie jetzt entführen in den äußersten Nordosten, an die deutsch-polnische Grenze zum Nationalpark Unteres Odertal. Ich denke, die Geschichte des Parks ist ein ganz gutes Demonstrationsbeispiel für Wirkungsmechanismen zwischen Tourismusentwicklung und Großschutzgebiet Nationalpark. Das Untere Odertal ist anders als viele andere Nationalparke, es ist keine klassische Tourismusregion, wie z.B. das Wattenmeer oder die Sächsische Schweiz, sondern das Untere Odertal hat bis 1990 quasi keinerlei touristische Bedeutung gehabt, keine touristische Infrastruktur. Sie werden vielleicht Schwedt kennen von der dortigen Ölfraffinerie oder von den Papierwerken, so dass man wirklich sagen kann, eine Tourismusentwicklung hat dort erst begonnen mit der Überlegung, einen Nationalpark zu gründen.

Das Untere Odertal ist anders als der schon vorgestellte Bayerische Wald, ein ganz klassischer Entwicklungsnationalpark. Wir haben im Unteren Odertal eine Kulturlandschaft, große landwirtschaftliche Nutzungsbereiche und auch einen hohen Anteil an Privateigentum, so dass die Umsetzung des klassischen Ziels „Natur Natur sein lassen“ nicht unbedingt einfach umzusetzen ist. Das war das Problem, die Nationalparkgründung kam und mit der Nationalparkgründung kamen anschließend sehr viele Probleme und Konflikte, die öffentlich ausgetragen worden sind, d.h. das Untere Odertal hat bundesweit Bekanntheit erlangt. Nicht wegen der Schönheit der Landschaft und nicht, weil sich dort ein Nationalpark befindet, sondern aufgrund der damals nicht gelösten Probleme. Das war ein sehr unguter Start, so dass man sagen kann, zehn Jahre sind zwischen 1995 und 2005 verloren gegangen, denn dieses Negative hat dieses Gebiet so schnell nicht abschütteln können und das Problem war, dass es keine Netzwerkbildung gegeben hat.

Der Nationalpark wurde in der Region abgelehnt, es gab keine Verbindung zwischen den touristischen Akteuren und der Nationalparkverwaltung. Man hat es vermieden, den Begriff Nationalpark irgendwo im Namen zu tragen, so dass das sehr stark Marketingaktivitäten gehemmt hat. Das Projekt geriet Ende der 90er Jahre an den Rand des Scheiterns. Es gab dann die politische Entscheidung, komplett umzusteuern, eine andere Nationalparkpolitik im Unteren Odertal umzusetzen. Das Ganze hat 2005 mit der Initiierung einer Gesetzesänderung begonnen. Das Nationalparkgesetz wurde geändert mit dem Ziel, eine verbesserte Akzeptanz vor Ort zu schaffen, d.h. den Nationalpark in der Region angekommen zu lassen. Diese Gesetzesänderung und eine komplett veränderte Kommunikationsstrategie, wir hatten heute schon das Thema auf Augenhöhe miteinander reden, haben dazu geführt, dass der Nationalpark in den darauffolgenden Jahren immer stärker in der Region verankert werden konnte. In diesem neuen Nationalparkgesetz, das ist auch in meiner Stellungnahme zu finden, ist ein eigener Tourismusparagraf integriert worden, der § 10, der auch überschrieben ist mit Tourismus, um der Region zu zeigen, ein Nationalpark ist u.a. auch für die Menschen da, für die Besucher, er ist offen, er soll erlebt werden, er ist kein Beispiel für Käseglockennaturschutz.

Parallel zu der Gesetzesänderung hat die Nationalparkverwaltung, obwohl es nicht ihre ureigenste Aufgabe ist, sich intensiv engagiert in der Entwicklung von naturtouristischen Angeboten und zwar ganz bewusst, um der Bevölkerung vor Ort zu zeigen, welches Alleinstellungsmerkmal mit so einem Nationalpark, dem einzigen Flußauennationalpark in Deutschland einhergeht. Im Unteren Odertal haben sich viele Beispiele angeboten, Naturschönheiten, die fantastische Naturerlebnisse bieten, wir haben Singschwantage kreiert, die Kranichwoche, die am kommenden Freitag zum siebten Mal im Norden des Nationalparks eröffnet wird und mit vielen Rahmenbedingungen bzw. Einschränkungen sind auch Kanutouren ermöglicht worden in die Auenlandschaft, um da die Wasserwelt erleben zu können. D.h. in die Kommunikation ist die Einschränkung des Nationalparks nicht in den Vordergrund getreten, die natürlich ein Nationalpark auch mit sich bringt, sondern viel stärker die Chancen und Entwicklungspotenziale, welche Wertschöpfung damit generiert werden kann.

Der Effekt ist relativ schnell eingetreten, man kann auch sagen viel zu spät, nach zehn Jahren, aber nach dieser Kehrtwende sehr schnell eingetreten. Die Besucher kamen tatsächlich, sie sind nicht nur versprochen worden, sie haben den Einheimischen berichtet, wie fantastisch dieser Nationalpark ist, wie fantastisch die Naturausstattung ist und das Wichtigste, sie haben Geld in der Region gelassen und da sind wir bei dem entsprechenden Thema. Die Ergebnisse sind der Stellungnahme beigefügt. Wir können bei weitem nicht mithalten mit dem Bayerischen Wald, aber die Studie nach der wissenschaftlichen Grundlage von Prof. Job, die 2007/2008 durchgeführt wurde, auch von der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, die nicht weit vom Nationalpark sitzt, hat gezeigt, dass immerhin schon 60 Vollzeit Arbeitsplätze generiert wurden. Davon allein 20 durch reine Nationalparktouristen. In einer Region mit aktuell immer noch 16 Prozent Arbeitslosigkeit ist das ein durchaus wichtiger Beitrag.

Inzwischen ist der Nationalpark in der Region angekommen, er wird stolz beworben. Wir haben mittlerweile einen Tourismusverein der Nationalpark Unteres Odertal heißt, die Akteure ziehen an einem Strang, wir haben Netzwerke und abgestimmte Marketingaktivitäten, wovon die Besucherentwicklung auch profitiert.

Der Nationalpark grenzt unmittelbar an Polen an. Der Landschaftsraum des Unteren Odertals ist geteilt durch die Grenze, die als solche nicht mehr wahrzunehmen ist, seit 2004, dem EU-Beitritt von Polen und auch dem Beitritt zum Schengener Abkommen. Die Grüne Grenze ist da, aber anders als an der deutsch-französischen Grenze muss man sagen, sie ist immer noch irgendwo in den Köpfen da. Wir haben zu wenig polnische Besucher. Der Nationalpark liegt genau zwischen Stettin und Berlin, Stettin hat 450 000 Einwohner. Die Untersuchung 2007/2008 hat es gezeigt, zwei Prozent polnische Besucher im Unteren Odertal bei einer Entfernung von 50 Kilometern nach Stettin. Das kann nicht zufriedenstellend sein. Wir haben eine dreisprachige Ausrichtung. Das Nationalparkhaus in Criewen hat für polnische Besucher alle Angebote parat. Aktuell läuft ein INTERREG-Projekt über 3,5 Millionen Euro, mit dem wir versuchen, eine touristische Region im Unteren Odertal grenzüberschreitend zu entwickeln, dass der Besucher gar nicht mehr merkt, ob er auf der polnischen oder deutschen Seite ist, gemeinsam mit polnischen Partnern, aber da sind noch viele Kräfte zu bündeln.

Sehr am Herzen liegt uns das Thema „Barrierefreie Angebote“. Wir haben in der Uckermark einen ganz massiven demographischen Wandel. Insgesamt werden die Leute in der Bundesrepublik immer älter, wir haben viele Menschen mit Handicaps, wir haben einige Angebote im Nationalpark, wie z.B. eine behindertengerechte Beobachtungshütte. Wir wollen dort weitergehen, im nächsten INTERREG-Projekt ist geplant, das Thema Wildnis für Menschen mit Handicaps aufzubereiten. Wir wollen spezielle Wildnistrails

entwickeln, weil Wildnis ist per se erst einmal nicht einfach zu erleben für Menschen mit Handicaps wegen schwierigen Wegebedingungen. Wir haben gute Erfahrungen und schöne Beratungen erhalten von der NatKo, der Nationalen Koordinierungsstelle, von der wir sehr viele Hinweise bekommen haben. Ich denke, dass gerade solche Beratungsstellen mit den entsprechenden Ressourcen ausgestattet werden sollten, um bundesweit diese wichtige Beratungstätigkeit ausüben zu können.

Damit möchte ich fast enden. Der letzte Hinweis, die neue Förderperiode war schon angesprochen worden vom VDN. Ich denke, dass der Multifondsansatz, der offenbar auch in der nächsten Förderperiode greifen wird, wo gerade auch EFS-Mittel kombinierbar sind mit EFRE- und ELER-Mitteln durchaus für den Naturtourismus in den Nationalen Naturlandschaften gute Chancen bereit hält. Ich sehe diese Entwicklung mit dem Multifondsansatz relativ positiv. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Ich darf allen Sachverständigen für Ihre Ausführungen ganz herzlich danken. Ich steige gleich in die erste Fragerunde ein, die CDU/CSU-Fraktion beginnt, Frau Marlene Mortler hat das Wort.

Marlene Mortler (CDU/CSU): Vielen Dank Herr Vorsitzender, vielen Dank meine Damen und Herren Experten für die mündlichen Stellungnahmen. Die schriftlichen Stellungnahmen waren ebenso interessant.

Frau Höfinghoff, Sie haben ganz bewusst herausgestellt, dass Sie die einzige Vollbluttouristikerin hier sind, insofern war das ein Gewinn, dass wir Sie dazu mit eingeladen haben, denn es gilt natürlich im Tourismus, was in der übrigen Wirtschaft auch gilt. Stehenbleiben bedeutet letztendlich Rückschritt und es braucht auch immer Bewegung, es braucht Koordination und Kommunikation auf Augenhöhe usw. Was würden Sie als Vollbluttouristikerin den Kolleginnen und Kollegen, ohne ihnen zu nahe zu treten, mit auf den Weg geben? Sie haben die Statements alle sehr aufmerksam verfolgt.

Frau Dr. Bürglen, Sie haben ganz viele Forderungen aufgestellt. Ich möchte noch ein paar Sätze zum Thema Fahrtziel Natur hören, das ist mir zu kurz gekommen und ich denke, tue Gutes und rede darüber, in der Praxis wäre es schon wichtig, Best-Practice-Beispiele zu kennen, wie oder was können wir tun, damit das Ganze noch einen höheren Stellenwert bekommt? Wie hoch ist der Anteil im touristischen Segment von Fahrtziel Natur mit dem Tourismus insgesamt? Ich gehe davon aus, dass Sie diese Zahlen kennen.

Dr. Leibl, es klingt alles sehr perfekt. Man könnte sagen, wenn in eine Region so viel Geld fließt, so viel Personal fließt, man muss sich nicht wundern, aber ich glaube auch für den Bayerischen Wald gilt Bewegung ist Stillstand bzw. Rückschritt. So haben Sie mündlich vorgetragen, als auch am Ende Ihrer schriftlichen Stellungnahme, wir sind in einem extern moderierten Dialogprozess, weil wir auch erkannt haben, Bündelung finanzieller, personeller Ressourcen, räumliche Abgrenzung, touristische Struktur der Nationalparkregion Bayerischer Wald soll neu ausgerichtet werden. Wie weit sind Sie da? Sind Sie auf einem guten Weg? Sind die Akteure alle schon so weit, dass sie sagen, ja da machen wir mit?

Eine weitere Frage, welche Rolle sollte aus Ihrer Sicht und ich spreche jetzt alle Experten an, in Zukunft der Bund spielen, wenn es um Tourismus in Naturparke, Nationalparks und Biosphärenreservaten geht, wohlwissend, dass der Föderalismus im Moment der begrenzende Faktor ist?

Welche Erfahrungen haben Sie in Ihrer Region mit der Deutschen Zentrale für Tourismus gemacht bzw. welche Rolle sollte die DZT in Zukunft in Meinung nach mit übernehmen? Danke schön.

Heinz Paula (SPD): Auch von unserer Faktion ein großes Danke schön an Sie, denn Sie haben unwahrscheinlich präzise Informationen geliefert, aber darüber hinaus uns auch den Mund wässrig gemacht. Ich kenne den Bayerischen Wald sehr gut, ich muss sagen, da fühlt man sich immer wohl und ich kann nur die Bitte an Sie äußern, schauen Sie einmal im Schwarzwald vorbei, da können wir einige Ängste ausräumen, die dort momentan noch sehr vorhanden sind. Ein großes Dankeschön an Sie für die Informationen und es zieht sich wie ein roter Faden durch. Die längerfristige Finanzierung, nicht diese Drei-Jahres-Projektfinanzierung, mit der Sie dann auch qualifiziert weiterarbeiten können und nicht immer das Rad neu in einem Antrag erfinden müssen.

Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie aus Ihren Bereichen heraus klare Punkte benennen könnten. Sie haben z.B. die Ranger genannt. Es wäre zwingend notwendig, dass man sie längerfristig finanziert. Sie haben darauf hingewiesen, dass es eine Reihe von Möglichkeiten in unterschiedlichen Ländern gibt, wie

hier kreativ EFRE und sonstige Mittel mit angezapft werden können. Ich wäre dankbar, wenn man weitere Beispiele bekäme, die für uns aufschlussreich sind.

Frau Mortler, was die GAK angeht, müssen wir sehr genau aufpassen, dass hier entsprechende Dinge auch verankert werden, deswegen einen VDN-Kurses. Dankeschön für die Informationen, die hier entsprechend mit herübergekommen sind.

Lassen Sie mich einen weiteren Punkt ansprechen. Sie haben viele Beispiele genannt, die sehr positiv ankommen. Ich könnte mir vorstellen, deswegen meine Frage an Sie, gibt es eine Möglichkeit, hier gebündelt, es geht in Ihre Richtung, Frau Mortler, was alles an positiven Best-Practice-Beispielen vorhanden ist, dass man hier einmal einen Überblick bekommt, denn es wäre mit Sicherheit sehr interessant, in den Diskussionen diese Dinge entsprechend mit einspeisen zu können.

Was weiterhin die Bereitschaft bei kommunalen Politikern, bei Landespolitikern deutlich erhöht, einige von Ihnen haben es auch angesprochen, nämlich die Umwegrendite hier entsprechende Zahlen vorzulegen. Gibt es diese Zahlen für alle Einrichtungen? Das wäre weiterhin ein sehr wichtiger Punkt, mit dem wir trefflich argumentieren könnten, auch gegenüber Kollegen in unserem Bereich.

Frau Mortler hat es bereits kurz angesprochen, wenn ich mir die Zahlen anschau, die aus dem Oberbereich genannt werden, 93 Prozent der Gäste kommen aus Deutschland. Sie haben es auch angesprochen, Herr Jarmatz, dass hier hauptsächlich inländische Gäste vorhanden sind. Die spannende Frage, was ist eigentlich bisher in Kooperation mit der DZT passiert bzw. welche Wünsche haben Sie an die DZT, die wir natürlich in Gesprächen mit der DZT entsprechend weitertragen können, wiederum eine Frage an Sie alle.

Herr Jarmatz, Sie haben darauf hingewiesen, dass der Wunsch da ist, mehr Besucher zu erreichen, auf der anderen Seite natürlich auch sensible Bereiche und dass aus Naturschutzsicht ein hoch problematischer Bereich, wie kann man diese beiden Dinge gezielt miteinander vereinen, so dass nicht das, was unsere Gebiete besonders wertvoll macht, eventuell durch fehlgeleiteten Tourismus zerstört wird.

Jens Ackermann (FDP): Ich möchte mich im Namen meiner Fraktion für die Stellungnahmen, mündlich wie schriftlich, bedanken.

Für uns ist es ohne Zweifel, dass Tourismus in Nationalparks und Naturparks zusammengehört und dass es eine Win-Win-Situation für die Natur und die Finanzen sein kann. Frau Höfinghoff, Sie haben darauf hingewiesen, dass eine finanzielle Ressource dauerhaft notwendig ist und das bedingt sich gegenseitig. Wir haben hier im Ausschuss schon Anhörungen durchgeführt, wie ein nachhaltiger Tourismus die Natur schützen kann und umgekehrt, wie die Natur vom Tourismus profitieren kann.

Ich habe eine konkrete Nachfrage an Herrn Köster. Sie sagten, dass 27 Prozent der Fläche Deutschlands mit Naturparks oder auch Nationalparks abgedeckt ist, ungefähr 104 insgesamt. Nun unterhalten wir uns in der Bundesrepublik Deutschland über ein großes Umweltschutzprojekt und zwar die Energiewende. Das betrifft Sie auch ganz konkret, wenn wir aus der Kernenergie aussteigen, brauchen wir mehr regenerative erneuerbare Energien, wir brauchen Windräder, Trassen, Oberleitungen oder auch in der Erde und andere Dinge. Wenn 27 Prozent der Fläche Deutschlands Naturparke oder Nationalparke sind, kann ich mir vorstellen, dass Sie das auch betrifft. Mich würde interessieren, inwieweit Sie in die Arbeitsgruppe im Umweltministerium mit einbezogen sind bei Herrn Altmeier, ob Ihre Belange dort in der Arbeitsgruppe zur Sprache kommen, um die Energiewende stemmen zu können.

An Frau Dr. Bürglen die Frage, die Energiewende wirkt sich direkt auch auf die Deutsche Bahn aus. Wir hatten in den letzten Tagen lesen können, dass die Ticketpreise bei der Deutschen Bahn erhöht werden müssen durch die gestiegenen Energiepreise. Mich würde interessieren, ob Sie eine Aussage treffen können, wie sich das noch entwickelt? Sie schreiben in Ihrer Stellungnahme auch, dass von der Nordsee bis in den Alpen die Möglichkeit bestehen soll, mit der Bahn die Naturziele zu erreichen. Wie wird sich das aus Ihrer Sicht mit den Preisen entwickeln und auch mit der Energiesituation bei der Deutschen Bahn?

Eine Frage an Herrn Dr. Leibl, wenn man im Ausland unterwegs ist, werden mit Deutschland bestimmte Klischees assoziiert. In Nordamerika ist z.B. das Oktoberfest bekannt oder der Wald als Mysterium. Wie wird dieses Alleinstellungsmerkmal Wald insgesamt im Ausland vermarktet? Machen Sie das selbst oder wie macht das die Deutsche Zentrale für Tourismus im Ausland? Wie vermarktet die DZT ihre oder auch unsere nationalen Alleinstellungsmerkmale?

Sabine Ursula Stüber (DIE LINKE.): Ich möchte mich im Namen der Fraktion DIE LINKE. sehr herzlich bei den Expertinnen und Experten für Ihre ausführlichen Stellungnahmen und für Ihre Ausführungen im Ausschuss bedanken.

Ich habe Fragen an Herrn Treichel. In Ihrer Stellungnahme sind Sie ausdrücklich auf die Barrierefreiheit eingegangen und daher frage ich Sie, welchen Stellenwert und welche Bedeutung hat bei bisherigen und zukünftigen Planungen die fundierte Beratung einerseits durch die Betroffenen und Ihre Verbände gehabt? Wenn Sie zukünftig Maßnahmen planen, Sie haben die Zusammenarbeit mit Polen erwähnt, können wir Sie als Abgeordnete hierbei unterstützen, um die Zusammenarbeit länderübergreifend zu verbessern?

Sie sind praktisch in der Uckermark in der Konkurrenz mit dem Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin, mit dem Naturpark Uckermärksche Seen, sehen Sie das als Konkurrenz an oder wie funktioniert die Zusammenarbeit, gibt es vielleicht eine gemeinsame Besucherlenkung? Gibt es da Absprachen dazu?

Eine Frage an Herrn Prof. Rein. Ich habe gesagt, mich interessiert besonders Barrierefreiheit. Machen Sie in Ihren Lehrplänen auf die Barrierefreiheit aufmerksam? Werben Sie für soziales Reisen und legen Sie Wert auf touristische Nachhaltigkeit?

Markus Tressel (Bündnis 90/Die Grünen): Auch Namens meiner Fraktion möchte ich mich ganz herzlich bei den Referenten für Ihre Informationen bedanken, die Sie uns gegeben haben. Wir haben uns schon öfter mit dem Thema Nationalparke und Naturparke beschäftigt. Wir alle wissen, dass die Großschutzgebiete nicht nur eine wichtige Bedeutung für die Natur, sondern eben auch in den Regionen eine hohe wirtschaftliche Bedeutung haben. Das ist heute noch einmal deutlich geworden. Es ist ein vielversprechender Ansatz, Ökonomie und Ökologie zu verbinden. Wichtig dafür ist, dass haben wir auch immer in den vergangenen Anhörungen betont, die wir hatten, das Thema Verkehr.

Deswegen meine Frage an Sie, Frau Dr. Bürglen, Sie haben es auch in Ihrer Stellungnahme geschrieben, nachhaltige Mobilitätsformen als Beitrag zur Entwicklung ländlicher Regionen. Ich wohne selber in der Nähe eines Großschutzgebietes, eines Biosphärenreservates. Dort haben wir auch das Problem der so genannten letzten Meile. Mich würde interessieren, welche Ansätze Ihres Erachtens erfolgversprechend sind, um dieses Problem zu lösen und welche Rolle hier ein inter- oder multimodaler Verkehrsträgermix spielt? Das ist vor dem Hintergrund des demographischen Wandels zunehmend immer wichtiger, wie kommen die Leute eigentlich dahin? Ich war in Friesland unterwegs und da wäre es mit dem Zug sehr schwer gewesen hinzukommen, weshalb ich auf einen Mietwagen umsteigen musste, das kann aber nicht jeder. Mich würde interessieren, was Sie dazu sagen? Das ist ein nicht uninteressanter Aspekt.

Ich habe eine Frage an Herrn Dr. Leibl, auch dort Thema Verkehrsangebote. Sie haben mit Ihrer GUTi-Gästekarte einen erfolgversprechenden Ansatz gemacht. Wie ist die Kommunikation für die Verkehrsangebote, d.h. ist es ein großer Bestandteil Ihrer Kommunikation, denn oftmals kommt man in eine Destination herein und weiß vorher nicht, wie bewege ich mich eigentlich in dieser Destination? Sie haben geschrieben, dass Sie diese GUTi-Gästekarte aus einer Erhöhung der Kurtaxe von 31 Cent pro Person bezahlen. Das ist immer ein heikles Thema, wenn es darum geht, wir verlangen den Reisenden über die Kurtaxe mehr Geld ab, da würden mich Ihre Erfahrungen mit der Erhöhung interessieren.

Sie haben etwas angesprochen, was ich ganz interessant fand, das Thema Kirchturmdenken, d.h. größere Strukturen sind wichtig. Das sind Erfahrungen, die haben wir alle schon überall als Menschen gemacht, die sich mit dem Thema Tourismus und touristische Entwicklung befassen, dass das Kirchturmdenken solche Entwicklungen oft ausbremst. Was haben Sie konkret vor, vielleicht auch ein Beispiel, wo Kirchturmdenken bei Ihnen eine Entwicklung ausgebremst hat.

Wenn wir noch einmal auf das GUTi-Ticket zurückkommen, wie ist die Resonanz auch unter den Gemeinden auf dieses Ticket, d.h. sie sind letztlich mit dafür verantwortlich, wie dieses Ticket beworben wird.

Ich habe noch zwei Fragen an Herrn Prof. Rein. Frau Höfinghoff hat in ihrer Stellungnahme so genannte Regionalmanager vorgeschlagen. Ich finde, das ist ein sehr interessanter Ansatz, aber für mich ist die Frage, wie finanziert man das dauerhaft? Mich würde Ihre Einschätzung interessieren, staatlicherseits wird das sehr schwer, so etwas dauerhaft zu finanzieren. Wir wissen alle, die Spielräume werden enger. Wie sehen Sie die Aussichten, so etwas über eine private Finanzierung zu tragen, d.h. die Regionalmanager, insgesamt Ihre Einschätzung zum Thema Regionalmanager?

Herr Jarmatz hat es angesprochen, in dem er gesagt hat, ein gemeinsames Dach für die Natur- und Nationalparke, das ist eine Geschichte mit EUROPARC und VDN. Halten Sie diese institutionelle Aufspaltung für sinnvoll?

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank. Das war die erste Runde. Ich würde vorschlagen, dass wir jetzt in umgekehrter Reihenfolge mit Herrn Treichel mit der Beantwortung der Fragen beginnen, die an Sie gerichtet worden sind. Herr Treichel, Sie haben das Wort.

Dirk Treichel (Parkleiter des Nationalparks Unteres Odertal): Die Fragen von Frau Stüber waren in Richtung deutsch-polnische Zusammenarbeit, inwieweit dort eine Unterstützung möglich wäre. Das Problem ist, dass es in dem Sinne keine touristischen Organisationsformen in Polen gibt, wie man das bei uns kennt, also Tourismusvereine, Tourismusverbände oder eine nationale Organisation, das ist nicht so ausgeprägt. Es gibt im Grunde kein Pendant, so dass unserem Tourismusverein und uns auch die Ansprechpartner auf der polnischen Seite fehlen. Es gibt dort Schutzgebietsverwaltungen, die sich im Grunde nicht für das Thema Tourismus verantwortlich zeichnen und von daher ist dann auch sehr schnell so ein Kooperationsprojekt in die Sackgasse geleitet. Aufgrund der nicht ganz einfachen Historie ist es auch nicht möglich, dass sich Tourismusvereine in Brandenburg dem Thema annehmen. Das funktioniert so auch nicht. Es gibt schon etliche Entwicklungshemmnisse und das Thema könnte aus meiner Sicht im Austausch mit polnischen Abgeordneten, mit der polnischen Regierung, kommuniziert werden, dass man dort grenzüberschreitend arbeiten kann.

Die Frage nach Konkurrenzsituationen Biosphärenreservat, Naturpark, das war ein bisschen provokant. Konkurrenzsituation überhaupt nicht, die Uckermark ist bis vor kurzem der größte Landkreis Deutschlands gewesen, leider hat uns Mecklenburg-Vorpommern das Wasser abgegraben. Die Uckermark ist ein Landkreis, der alle drei nationalen Naturlandschaftskategorien aufweist, also der Naturpark Uckermärksche Seen, das größte Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin in Brandenburg und den Nationalpark. Wir haben eben schon über Kirchturmdenken gesprochen, man denkt also nicht innerhalb einer Schutzgebietskategorie, sondern es ist wirklich so, dass die Gäste, die zu uns kommen, natürlich auch das Biosphärenreservat besuchen, wo es jetzt auch Weltnaturerbeflächen gibt im Grumsiner Forst als ganz wichtige touristische Reisedestination. Wir denken also nicht im Bereich des Unteren Odertals, sondern unser Tourismusverband versucht, die Uckermark zu vermarkten, wobei man da schnell an seine Grenzen stößt, weil irgendwo in Süddeutschland, wenn man Gäste befragt, die Uckermark relativ unbekannt ist. Von daher ist es sinnvoll, große Einheiten herauszubilden, so wie das gerade im Bayerischen Wald versucht wird.

Wir haben gerade ein gemeinsames Projekt zum Thema Nationale Naturlandschaften initiiert, das wurde von Herrn Jarmatz noch einmal angesprochen. Damit haben wir ein bundesweites Netzwerk, was man nicht hoch genug einschätzen kann, nämlich die Partnerprojekte „Zu Gast bei den Partnerinitiativen der Nationalen Naturlandschaften“. Wer im Bayerischen Wald bei so einem Partner war und ihm hat es gut gefallen und derjenige möchte den Nationalpark Eifel oder Unteres Odertal besuchen, dann findet er auf der Internetseite die Partnerbetriebe, d.h. eine Marketingoffensive, die wirklich ihresgleichen sucht. Das ist extrem positiv aus meiner Sicht.

Wir haben gerade ein LEADER-Projekt, da sind wir auch bei den Fördermöglichkeiten initiiert. Der Naturpark Uckermärksche Seen gemeinsam mit dem Nationalpark Unteres Odertal, wo wir mit LEADER-Mitteln über zwei Jahre mit einem Projektumfang von immerhin 70 000 Euro diese Partnerinitiative in der Uckermark für den Naturpark und den Nationalpark einführen werden. Wir haben eine Kooperation mit der lokalen Arbeitsgruppe Mecklenburgische Seenplatte Müritz. Im Müritz Nationalpark gibt es bereits eine große Partnerinitiative mit 50 Mitgliedern und die Kollegen aus der LRG waren letzte Woche bei uns im Unteren Odertal und von daher werden wir in den nächsten zwei Jahren richtige Impulse in der Uckermark umsetzen.

Prof. Dr. Hartmut Rein (Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde): Mir wurde die Frage nach der Lehre in Eberswalde gestellt. Selbstverständlich, wenn man sich mit Nachhaltigkeit befasst, dann vermittelt man überwiegend Inhalte zum nachhaltigen Reisen, zum nachhaltigen Tourismus. Wir arbeiten auch mit den entsprechenden Reiseveranstaltern aus dem Forum „Anders Reisen“ und anderen aus diesem Bereich zusammen. Wir haben auch Kontakte zur NatKo, wir haben schon diverse Projekte mit der Fürst Donnersmarck-Stiftung im Haus Rheinsberg gemacht, es waren auch Vertreter der Donnersmarck-Stiftung bei uns. Wir haben jetzt mit der DKB-Stiftung für gesellschaftliche Verantwortung ein Projekt gemacht, wo wir deren Häuser Schloss Gut Liebenberg und das Jugenddorf Gnewikow Konzepte für Barrierefreiheit entwickelt haben. Das ist bei uns verankert, das gehört dazu.

Die zweite Frage von Herrn Tressel an das Regionalmanagement. Ich kenne natürlich jede Menge Regionalmanagements, aber das sind die, die Sie auch kennen, die alle projektfinanziert sind und sozusagen in dem einen Projekt das Nächste schon wieder vorbereiten müssen. Sie leisten in der Regel sehr gute Arbeit, aber es ist natürlich ein Kampf um das nächste Projekt und immer ein Bangen um die nächste Förderperiode, was erlaubt sie, was erlaubt sie nicht. Es gibt andere Beispiele, ob man sie als klassisches Regionalmanagement bezeichnet, da kann man drüber streiten. Jedenfalls haben sich z.B. im Norden von Brandenburg die Regionen Fürstenberg, Gransee, Lindow und Zedenick zusammengeschlossen und haben die Regio Nord GmbH gegründet. Diese GmbH macht Standortmarketing, aber sie hat auch das gesamte Tourismusmarketing unter sich und wird über die Kommunen finanziert, d.h. es gibt einen Geschäftsführer oder Regionalmanager, der das macht, finanziert über die Kommunen.

Wir arbeiten in einem anderen Zusammenhang an einem Konzept für den Süden Brandenburgs Cottbus, Guben, Forst, wo wir versuchen, das vielleicht umlageorientiert zu machen. Ich kann Ihnen jetzt noch nicht sagen, ob das kommen wird oder nicht. Die Erfahrung ist, es ist projektorientiert und von Jahr zu Jahr und es gibt sehr gute beständige Regionalmanagements, die aber immer mit der Sorge kämpfen müssen, wie geht es nach der nächsten Förderperiode weiter.

Dr. Franz Leibl (Leiter des Nationalparks Bayerischer Wald): Ich möchte auf die Fragen von Frau Mortler eingehen. Es geht um die touristische Neustrukturierung für das Projekt, was wir zu laufen haben zusammen mit den Nationalparkgemeinden. Sie haben gefragt, wo stehen die Akteure? Zunächst muss man darauf hinweisen, das Projekt, was über LEADER gefördert wird und bei dem sich die Nationalparkgemeinden, die hier mitmachen, es sind alle bis auf zwei, finanziell einbringen und desweiteren bringt sich in das Projekt finanziell ein der TVO, Tourismusverband Ostbayern, und auch die Nationalparkverwaltung. Es ist letztendlich Analyse, wo steht im Moment der Tourismus bei den einzelnen Nationalparkgemeinden, was wird in den Tourismus von den einzelnen Gemeinden investiert, wie schaut die Organisationsstruktur aus? Die Status-quo-Analyse soll Ende des Jahres vorliegen, dann würden wir daran gehen, eine Schwächen-/Stärkenanalyse daraus zu machen und Ableitungen machen, welche Vorschläge ergeben sich für die Neuausrichtung der Tourismusstruktur dieser Nationalparkgemeinden. Es geht vor allem darum, Synergieeffekte zu bekommen, d.h. nicht jede Gemeinde muss einen Touristiker als Person bezahlen und bereitstellen, nicht jede Gemeinde muss ein Budget aufwenden für 50 000 Euro und damit nichts erreichen, weil sie damit nicht offensiv werben kann, sondern wir wollen eine große einheitliche Struktur haben und wir denken, dass wir auf diese Art und Weise z.B. zu Personaleinsparungen im Tourismusbereich kommen. Nicht jede Gemeinde muss dann einen Touristiker haben, sondern es genügt eine Anlaufstelle, die alles in der Nationalparkregion organisiert und koordiniert. Wenn ich dann mehrere Zahler habe, kann ich verstärkt nach außen auftreten. Das ist die Zielrichtung, die wir anpeilen. Es gibt immer wieder Ausreißer, die andere Vorstellungen haben, aber Sie sehen, wenn von elf neun mitmachen und zwei nicht, dann ist das eine gute Quote.

Sie haben nach der Rolle gefragt, die der Bund spielen könnte? Der Bund kann vielleicht eine Rolle spielen, was den Bahnverkehr anbelangt. Wir sind sozusagen eine der letzten Ecken in der Bundesrepublik Deutschland, im Südosten Bayerns. Dramatisch wäre es, wenn es bei uns zu Bahnstreckenstilllegungen kommen würde, weil sie sich im Moment vielleicht nicht so rentieren, wie sie vertaktet sind. Wir sind mit der Bahn auch dabei, Probleme zu lösen, was die Einführung eines Ein-Stunden-Taktes in die letzten Ortschaften des Nationalparkvorfeldes anbelangt. Da ist sowohl die Bahn gefordert, als auch die einzelnen Kommunen, ob wir das schaffen, ist noch offen. Es wäre insgesamt fatal für den öffentlichen Nahverkehr, wenn die Bahn verschwinden würde.

Eine weitere Rolle könnte der Bund spielen beim Nationalpark Sumava, unserem großen Nachbarn. Ich muss sagen der Noch-Nationalpark Sumava, weil die tschechische Staatsregierung im Moment dabei ist, den Nationalpark anders auszurichten, anders umzuorientieren. Sie wollen weggehen von der international anerkannten Seite. Die Nationalparks haben IUCN-Kriterium zwei auf vier, das würde heißen, das wäre international kein Nationalpark Sumava mehr, sondern nur noch ein großes Schutzgebiet, etwa ein Biosphärenreservat. Sollte das eintreten, brechen viele Gemeinsamkeiten weg und es brechen auch viele Entwicklungschancen weg und ich habe den Eindruck, dass Tschechien Bayern heute nicht so sehr als Staat sieht, sondern als Bundesland und uns nicht auf der gleichen Augenhöhe akzeptiert. Wenn da Gespräche in Richtung Prag stattfinden könnten, was die Fortentwicklung und der Fortbestand vom Nationalpark Sumava anbelangt, könnte ich mir vorstellen, wäre das hilfreich.

Herr Paula, Sie haben die Frage gestellt, wie vereinbart man Naturschutz und Tourismus? Das ist eine berechtigte Frage, vor allem wenn wir Tourismus haben und generieren wollen, weil es das zweite

Standbein neben dem Naturerbe ist für einen Nationalpark der Kategorie zwei. Wir händeln das so, dass 60 Prozent unseres Nationalparks ohne Einschränkung vom Bürger frei betretbar sind. Da spüren Sie keinen Unterschied zu einer normalen Landschaft, die keinen Schutzstatus hat. 40 Prozent unseres Nationalparks ist mit einem Wegegebot belegt, d.h. Sie dürfen dort das ganze Jahr über nur die markierten Wege betreten, das sind trotzdem 150 Kilometer Wege, die Sie da bewandern können. Das hängt damit zusammen, weil wir Schutzgüter haben wie trittempfindliche Hochmoore oder aber störungssensible Auen vorkommen und da würden sich Kollisionen ergeben, wenn kein disziplinierter Tourismus vorhanden wäre. Wir versuchen das räumlich partiell mit Wegegeboten zu regeln und was auch noch wichtig ist, wir haben ein Rangersystem. Ranger sind die Litfaßsäulen des Nationalparks, sie wandeln sozusagen im Außenbereich, sie müssen den Besuchern Auskünfte geben und den Besucher auch darauf hinweisen, falls er sich nicht an das Wegegebot hält und ihn aufklären. Bei uns ist ganz gezielt die Entwicklung des Parks so vonstatten gegangen, dass die großen Besucherzentren, also der Kernbereich der Besucherinfrastruktur am Rande des Parks liegt, also nicht in der Mitte des Parks oder in den ökologisch hochsensiblen Bereichen, sondern an der Peripherie des Parks, dort wo der Übergang zur Kulturlandschaft, zu den Dörfern stattfindet. Dort findet eigentlich der Schwerpunkt des touristischen Geschehens statt. Von daher können wir dann sowohl das Naturerbe bewahren, als auch Tourismus fördern und Natur erleben sicherstellen.

Zur Frage von Herrn Ackermann, wie wird das Alleinstellungsmerkmal des deutschen Waldes im Ausland vermarktet? Da haben Sie bei uns einen wunden Punkt getroffen. Die Besucher des Nationalparks sind Binnenlandbesucher, also vor allem deutsche Besucher. Wir haben nur ganz wenige ausländische Besucher, ca. vier bis fünf Prozent. Das sind vornehmlich Holländer, Österreicher und Tschechen, wobei der tschechische Besucheranteil in den letzten Jahren wegen des Vorhandenseins des Baumeis ganz massiv nach oben gegangen ist. Von 400 000 Besuchern des Baumeis im Jahr sind mittlerweile ungefähr 100 000 Besucher tschechischer Nationalität. Das Ganze wird nicht aktiv beworben, weder von den Gemeinden noch von uns oder irgendwelchen Trägern des touristischen Geschehens. Was wir allerdings herausbekommen haben ist, dass die meisten Besucher, bevor sie den Park besuchen, sich über das Internet informieren, was es für ein Park ist, was er alles zu bieten hat. Daher haben wir auch einen Internetauftritt in tschechischer Sprache. Wir haben einmal eine Umfrage zu den tschechischen Besuchern machen lassen und herausgefunden, dass sie die Hauptinformationen über das Internet beziehen und als zweites über persönliche Empfehlungen, wenn sie zu uns als Besucher kommen. Daher besteht da auf jeden Fall Verbesserungsbedarf.

Zu Herrn Tressel, wie wird das Verkehrsangebot kommuniziert? Das ist sehr vielfältig, zunächst einmal über die Kommunen, über die Nationalparkkommunen und was das GUTi-System anbelangt, das geht automatisch über die Beherbergungsbetriebe, über die Gastronomiebetriebe, dort, wo der Gast eine Zeit lang zu Hause ist. Zusätzlich betreiben wir an der Parkperipherie fünf Nationalparkinfostellen in den Nationalparkkommunen. Das sind Anlaufstellen, die der Tourist aufsucht und sich über den Park oder das touristische Geschehen in der Region sachkundig macht. Häufig ist das auch gekoppelt mit der Tourismusinformationsstelle der einzelnen Kommune. Das sind die Multiplikatoren, die wir da haben.

Die Resonanz von GUTi ist außerordentlich gut und es kommt manchmal auch zu merkwürdigen Erscheinungen. Da schimpft zum Teil die örtliche Bevölkerung darüber, dass es GUTi gibt, weil sie diese Vergünstigungen nicht haben, sondern nur die Besucher. Da müssen wir sehen, dass wir etwas Ausgewogenes zusammenbringen. Dass GUTi nichts Antiquiertes ist, mögen Sie an dem neuen Artikel in den örtlichen Zeitschriften erkennen, da ist die größte Stadt im Landkreis Freyung-Grafenau diesem System beigetreten. Das ist also keine Nationalparkgemeinde, sondern eine weiter vorgelagerte Gemeinde, die sagt, es ist uns so wichtig, dass wir das auch unseren Gästen anbieten wollen. Das soll heißen, GUTi macht Schule und es ist auch wichtig, dass das beibehalten wird. Was die Erhöhung der Kurtaxe anbelangt, das war keine Thema, zumindest nicht bei den Gemeinden, die das GUTi-System anbieten.

Sie haben den Punkt Kirchturmdenken angesprochen. Der Grund, warum wir diese Neustrukturierung initiiert und bei den Kommunen darum gebeten haben, sie sollen einmal über die Neustrukturierung ernsthaft nachdenken, ist, dass das Rad des Tourismus in der Region von jeder Gemeinde eigenständig erfunden wird. Jede Gemeinde macht es ein bisschen anders, hat ein anderes Budget, hat einen anderen Personaleinsatz, sie sprechen sich untereinander nicht unbedingt ab, man hat kein einheitliches Auftreten nach außen und wenn Sie auf eine Tourismusmesse gehen und sagen, Sie sind die Nationalparkgemeinde Neuschönau, dann reißt das keinen vom Hocker. Anders ist, wenn man sagt, ich gehöre zur Nationalparkregion des Nationalparks Bayerischer Wald, das ist etwas Griffigeres und auf das möchten wir letztendlich hinaus. Wir wollen das Kirchturmdenken weg haben, dass jeder sein Tourismusgeschehen eigenständig für sich selber erfindet.

Ulrich Köster (Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Naturparke): Ich beginne mit den Fragen von Frau Mortler, Sie hatten allgemein gefragt einmal Deutsche Zentrale für Tourismus. Da haben wir z.B. als VDN kooperiert in der Inlandskampagne „Kurz, nah, weg“ 2010/2011 oder auch bei der ITB, wo wir Partner am Stand der DZT waren. Wir freuen uns, dass die DZT Großschutzgebiete mit bewirbt, aber wir können uns vorstellen, dass es noch ausgebaut wird. Zum Beispiel auf der Website, wenn man sich diese anschaut, sind nur einige Naturparke drauf, nicht alle. Da sind noch weitere Entwicklungsmöglichkeiten gegeben, dies weiter auszubauen und ich denke, das wäre auch ein Beitrag bei der Frage, inwiefern der Bayerische Wald im Ausland vermarktet wird. Das wäre auch eine Unterstützung der DZT in diesem Bereich, die dazu beitragen könnte, dass die Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate im Ausland bekannter werden.

Die Rolle des Bundes, da würde ich gerne auf die Punkte zurückgreifen, die ich bereits genannt hatte. Es gibt Möglichkeiten des Einflusses im Bereich der Förderpolitik, die aktuell ganz wichtig sind, aber wir sehen auch Möglichkeiten im Bereich Marketing und Angebotsentwicklung. Marketing nur als Beispiel, die Schweizer machen eine Kampagne „Schweizer Pärke näher als man denkt“. Diese wird vom Bund bezahlt. Das ist eine sehr große Kampagne, die sie machen. Wenn es dafür in Deutschland Ressourcen gäbe, wären wir darüber froh.

Herr Paula, Sie hatten um Beispiele gebeten, Fördermittel, Best practice, ich schicke Ihnen gerne aus den Naturparks etwas zu.

Ökonomische Effekte sind – glaube ich – bei Nationalparks, Biosphärenreservaten flächendeckend mit Förderung des BMU gemessen worden. Bei Naturparks in zwei Fällen. Die Daten liegen hier vor. Von Naturparks fehlt noch eine Bündelung dieser Dinge. Es wäre für uns gut, das zu haben.

Herr Ackermann hat die Frage nach den neuen Energien gestellt, eine sehr knifflige Frage. Wie Sie alle wissen, betrifft das sehr stark das Landschaftsbild. Das Problem dabei ist insgesamt die Geschwindigkeit, mit dem alles passiert. Das ist das Grundproblem. Wir als Dachverband Naturparke sehen selbst die Notwendigkeit der Energiewende als gegeben an und wollen einen Beitrag leisten. Da muss etwas passieren, damit die Energieversorgung sichergestellt wird. Ein Problem ist oft die Geschwindigkeit, der Abwägungsprozesse, die erforderlich sind und das ist der zentrale Punkt für uns, wir sagen Energiewende auf jeden Fall, Windkraft auch auf jeden Fall, da wo es passt, aber die Abwägung ist entscheidend unter den Belangen Naturschutz, Landschaftsbild und auch Erholungsvorsorge. Wir wissen, die Geschwindigkeit überrollt alle, da bräuchten wir einfach mehr Luft, um vernünftige Planungsprozesse zu haben, die die Dinge abwägen. Ein gutes Beispiel, im Altmühltal gibt es ein Projekt, was gerade gemacht wird mit Förderung des Umweltministeriums, das sich mit der Frage beschäftigt, wo die Windkraftträder am sinnvollsten aufgestellt werden könnten, ohne die Erholungseignung der Landschaft zu beeinträchtigen. So etwas hätte es im Vorlauf schon geben müssen, zu dem Zeitpunkt, an dem die Energiewende gestartet ist. Das ist ein Konfliktthema, wo vor Ort geschaut wird, möglichst nach guten Lösungen zu ringen. Das ist der zentrale Punkt und das machen alle Naturparke für sich in den Regionen.

Klaus Jarmatz (Amtsleiter des Biosphärenreservats Schaalsee): Zuerst möchte ich auf die Frage von Herrn Paula bezüglich eines zu erwartenden Konfliktes in Zusammenhang mit steigenden Besucherzahlen in Nationalen Naturlandschaften und der Einhaltung der jeweiligen fixierten Schutzziele eingehen. Meines Erachtens nach greifen hier unsere guten Erfahrungen mit ausgeklügelten Besuchermanagement- und Besucherleitsystemen einschließlich der Infozentren und Rangerdienste. Hiermit gelingt es weitestgehend die sensiblen Bereiche auszusparen. Allerdings setzt die Umsetzung wiederum ein professionelles Management der Gebiete mit ausreichend Ressourcen voraus.

Die Frage von Herrn Tressel, ob eine Aufspaltung der Dachfunktion in EUROPARC und VDN sinnvoll ist lässt sich zurzeit aus meiner Sicht nur so beantworten: Bei einer kooperativen und abgestimmten Zusammenarbeit beider Organisationen, ja.

Herrn Ackermanns Frage nach der Rolle der Nationalen Naturlandschaften bei der Energiewende stellt sich für die deutschen UNESCO Biosphärenreservate folgendermaßen dar: Schon seit mehreren Jahren setzen die Biosphärenreservate modellhaft verschieden Projekte zum Themenkomplex Klimawandel, Klimaanpassung um. Viele davon beschäftigen sich mit alternativen Energien.

Abschließend möchte ich noch darauf hinweisen, dass kürzlich das deutsche Nationalkomitee für das UNESCO Programm „Der Mensch und die Biosphäre“ ein Positionspapier zur Nutzung von Biomasse und Windkraft in Biosphärenreservaten heraus gegeben hat.

Constanze Höfinghoff (Geschäftsführerin Nordsee-Tourismus-Service GmbH): Herr Tressel, Sie sprachen Regionalmanager an. Ich hatte nicht von Regionalmanagern gesprochen, sondern von Betriebsberatern. Es geht mir nicht um eine ganze Region, sondern es geht mir tatsächlich um die einzelnen Betriebe. An der Nordsee Schleswig-Holstein werden 50 Prozent des Volkseinkommens aus dem Tourismus generiert, aber nicht aus gewerblichen Betrieben, sondern aus vielen kleinen Partnern. Das ist eine besondere Herausforderung, insbesondere, wenn Sie irgendetwas an Strategien umsetzen wollen, aber erst recht, wenn es um eine Strategie für nachhaltigen Tourismus in einer Region geht, die schon extrem stark vom Tourismus geprägt ist, d.h. es gibt sehr viele unterschiedliche Akteure in der Region, die Sie überzeugen müssen. Das geht eigentlich nur durchs Klinken putzen und dafür brauchen wir Menschen. Wir brauchen Menschen, die müssen nicht alles wissen, aber sie müssen Menschen kennen, die es wissen und sie müssen eine Art Leitfaden, einen Berater-Guide dabei haben, die wirklich von Tür zu Tür gehen und denen ein Mehrwert vermitteln. Dazu hatte ich in meinem Papier geschrieben, wie kann man Anreize schaffen, damit es nachher nicht nur aus Überzeugung, weil ich finde das jetzt toll, etwas zum Thema Nachhaltigkeit zu machen, sondern wirklich auch im Portemonnaie zu spüren ist, dass Sie entsprechend Kosten sparen oder tatsächlich nachher beim Gast einen Mehrwert haben, wobei beim Gast noch nicht angekommen ist, ich möchte jetzt nachhaltig reisen, weil ich ein Guter bin, sondern es hat eher damit zu tun, mit gutem Gewissen zu reisen. Es gibt in der Bevölkerung auch einen Wandel, ein Umdenken, aber trotzdem ist das noch kein Reiseanlass, ich reise jetzt, weil ich gerne nachhaltig reisen möchte in die und die Region, das ist eher eine Nische.

Eine Kofinanzierung muss dann möglich sein, dass die, die beraten werden, tatsächlich auch einen Beitrag leisten, aber um überhaupt einmal anzuschreiben, bedarf es sicher auch öffentlicher Gelder, sonst schaffen wir das einfach nicht und es ist sehr personalintensiv.

Was ich mir unter anderem wünsche ist, dass wir in der Tat wahrgenommen werden und auf beiden Seiten, Naturschutz und Tourismus, tatsächlich Ressourcen geschaffen werden. Wir haben in der Erarbeitung der Strategie für nachhaltigen Tourismus ein INTERREG-Projekt, was tatsächlich über drei Länder geht, über drei Staaten geht, koordiniert über das Wattenmeersekretariat, aber ich z.B. als Nordsee-Tourismus-Service GmbH bringe da meine komplette Arbeitsleistung kostenfrei mit herein, weil das aus unglaublich bürokratischen Gründen gar nicht anders ging. Das heißt, wenn hier nicht jemand sitzen würde, der mit unglaublicher Leidenschaft, großem Interesse und Überzeugung Lust darauf hätte, sich dann auch noch im internationalen Kontext, also komplett auf englisch, mit diesen Dingen zu beschäftigen und Motor zu sein für die gesamte Region, dann würde es in der Nordsee Schleswig-Holstein einfach nicht stattfinden. Das kann ich auf Dauer nicht leisten, nicht gegenüber meinen Gesellschaftern und auch nicht mehr gegenüber mir selbst. Wir müssen es schaffen, dass wir diese Dinge institutionalisieren sowie personelle und finanzielle Ressourcen bekommen, um das nicht nur tatsächlich zu erarbeiten, sondern nachher auch umsetzen zu können. Da brauchen wir Ihre Unterstützung.

Herr Paula, welche Erfolgsfaktoren sind da? Sie können diese gerne meinem Bericht entnehmen. Wenn Sie sonst Fragen haben, wenden Sie sich gerne an uns, sowohl an meine Kollegin vom Nationalpark als auch an mich. Ganz wichtig ist, dass eine Professionalisierung auf beiden Seiten stattfindet. Das haben wir in Schleswig-Holstein mit der Nationalparkverwaltung und der NTS geschafft, weil wir es institutionalisiert haben und weil wir voneinander über viele Jahre gelernt haben. Wir ersetzen uns gegenseitig. Christiane Gaetje könnte jetzt genauso hier sitzen, wie ich, weil wir uns diese Kompetenz angeeignet haben. Es ist wichtig, dass generell das Thema Besuchermanagement und auch Marketing mit in das Aufgabenportfolio der Nationalparke und Naturparke aufgenommen und nicht immer gesagt wird, naja, die machen Naturschutz und die machen Tourismus, sondern in beiden Bereichen ist es wichtig, einen Dialogpartner zu schaffen und zu finanzieren. Bei dem, was im Moment die Budgets und die Personaldecke in den Naturbereichen haben oder was wir im Tourismus haben, ist das einfach nicht möglich, dass auf Dauer, vor allem bei den Herausforderungen, die jetzt auch noch kommen, die wir auch gerne annehmen wollen, wirklich professionell abzuarbeiten. Das schaffen wir nicht und es geht nicht, ja dann bekommt der Nationalpark jetzt eine Stelle, aber der Tourismus nicht oder der Tourismus bekommt eine Stelle, aber der Nationalpark nicht. So funktioniert das nicht, denn dann schaffen Sie noch künstlich größeres Konfliktpotenzial. Es gibt positive Beispiele. Wir haben ein Projekt gefördert bekommen zum Thema Weltnaturerbe, Wattenmeer, wobei wir allerdings als NTS oben drauf 140 000 Euro hereingesteckt haben, Geld, was mir z.B. für den Gesundheitstourismus gefehlt hat. Jetzt darf ich wieder drei Jahre Gesundheitstourismus machen, aber ich kann keinen Naturtourismus mehr machen, weil ich das Geld nicht habe.

Sie sprachen auch das Thema Zahlen an. Ich finde, wir haben schon sehr viele Marktforschungsdaten, weil der Tourismus dort hervorragend aufgestellt ist. Es gibt die Reiseanalyse, die das Potenzial darstellt.

Es gibt die Gästebefragung Schleswig-Holstein bei uns im Land, die die Gäste, die schon da sind, entsprechend befragt. Welchen Wirtschaftsfaktor genau der Nationalpark bei uns hat, wird gerade von Prof. Job in der Studie erarbeitet. Fakt ist aber, dass tatsächlich 50 Prozent des Volkseinkommens an der Nordsee Schleswig-Holstein aus dem Tourismus kommen. Es ist so, dass Natur erleben eines der wesentlichen Reismotive ist, aber es ist so, egal, ob das Wattenmeer Nationalpark heißt oder ob es Weltnaturerbe heißt, die Leute kommen aufgrund der Natur und nicht weil es den Nationalpark gibt. Ich glaube nicht, dass Prof. Job da etwas anderes herausfinden wird, sondern dass aufgrund des Bewusstseinswandels in der Gesellschaft der Nationalpark immer eine größere Rolle spielen wird, aber die Leute kommen, weil sie Tourismus in der Region haben wollen oder an die Nordsee kommen wollen, weil das die zweitstärkste touristische Marke in Deutschland ist und nicht ausschließlich, weil es der Nationalpark ist.

Frau Mortler, ein paar Sachen habe ich jetzt schon beantwortet, von dem, was Sie mich auch gefragt haben. Mit Abstand ist tatsächlich das Thema Klima, Landschaft, Abstand vom Alltag das Hauptreisemotiv, um zu uns zu kommen. Ostsee und Nordsee sind die stärksten touristischen Marken im Deutschlandtourismus nach der Destinations-Brand-Studie von IMT in Heide. Ich glaube, dass es wichtig ist, dass man ein bisschen differenziert schaut, in welche Region man geht. Ich bin kein Freund davon, Dinge zu generalisieren. Sie sehen schon an der Runde hier, dass es sehr unterschiedliche Voraussetzungen und auch unterschiedliche Fördertöpfe gibt, je nachdem, ob man Glück hat, in einer INTERREG-Region zu sein oder das Pech hat, je nach dem und es ist eine große Herausforderung und es wichtig, dass die Schnittmenge auf beiden Seiten finanziert wird.

Etwas, was ich mir von dieser Runde wünsche, ist tatsächlich, dass Sie auch alles daran setzen, diese ganzen INTERREG-Projekte oder auch sonstige Fördermittel zu entbürokratisieren. Ich habe mir geschworen, ich mache nie wieder ein INTERREG-Projekt, weil es einfach so aufwendig ist, dass das, was nachher unten herauskommt, eigentlich verschwindend gering ist, wenn ich mir vorstelle, welcher Aufwand dahinter steckt. Das geht nicht nur mir so, sondern es geht vielen anderen Partnern auch so. Dass man natürlich wissen muss oder dass man bestimmte Voraussetzungen erfüllen muss, um mit öffentlichen Geldern umzugehen, das ist richtig, aber es hat auch alles seine Grenzen, weil es sich irgendwann nicht mehr lohnt.

Zum Thema DZT, ich wünsche mir schon seit vielen Jahren, dass die DZT weniger Kultur und mehr Küste macht, das sage ich als Küstenregion. Ich habe mich darüber schon mehrfach mit der DZT auseinandergesetzt, denn wenn Sie ins Ausland gehen, dann weiß niemand im Ausland, dass Deutschland zwei Küsten hat. Das ist ziemlich traurig. Dann hörte ich immer, Sie können sich ja beteiligen, das kann ich eben nicht, weil weder Schleswig-Holstein, noch die Küstenländer an sich das Geld haben, was andere Bundesländer haben, um sich in Marketingaktivitäten einzukaufen und man muss auch da die Märkte differenziert betrachten, denn ich will ja vielleicht nicht alle Gäste haben, die kann ich nämlich bei mir an der Nordsee nicht alle verarbeiten, weil kaum jemand Englisch spricht. Es ist wichtig zu wissen, dass bei uns in der Region fast 95 bis 97 Prozent der Gäste aus Deutschland kommen. Von den ungefähr fünf Prozent sind es vornehmlich Schweizer, Österreicher und Dänen, die zu uns kommen. Wir wissen, dass der Auslandsmarkt wächst, deswegen finden wir es auch gut, dass die DZT die ganze Kraft in das Auslandsmarketing setzt. Ich glaube auch, wie meine Vorredner schon gesagt haben, da ist noch Luft nach oben, um etwas zu tun, gerne zum Thema „Natur erleben“ und nicht nur Schlösser, Weißwurst usw. Mir wäre es auch wichtig, da noch einmal zu schauen, wenn wir uns dort stärker mit einbringen sollen, dann müssen es auch Angebote sein, die wir auch leisten können und nicht irgendwo eine Anzeige in irgendeiner Zeitschrift, die mich 5 000 Euro kostet, wo ich nicht weiß, wo sie landet und ich kein Response habe. Ich muss jeden Cent, den ich ausbebe, nachweisen und ich brauche eine Erfolgsmessung. Das habe ich bisher in der Transparenz nicht gehabt. Vielleicht macht das die DZT, wir fordern das auch immer über unsere Landestourismusorganisation TASH an, aber ich habe das bisher noch nicht zu meiner Zufriedenheit beantwortet bekommen. Wenn Sie das noch einmal mitnehmen, fände ich das super.

Dr. Kathrin Bürglen (Projektleiterin Fahrtziel Natur, Deutsche Bahn): Frau Mortler, ich ergänze gerne noch etwas zum Thema Fahrtziel Natur. Wir arbeiten zusammen, weil wir wissen, dass der höchste Beitrag zur Verbesserung des Klimaschutzes bei einer touristischen Reise durch Verkehrsverlagerung zu erzielen ist, d.h. Verlagerung von Individualverkehr auf öffentliche Verkehrsmittel. Wir haben uns das Ziel gesetzt, die nachhaltige Mobilität zur Anreise und zur Fortbewegung innerhalb der Schutzgebiete, die bei Fahrtziel Natur Partner sind, zu verbessern und setzen das insbesondere um durch Netzwerkbildung, durch Know-how-Transfer, durch Kommunikation von Best-Practice-Beispielen. Sie haben alle den Ausdruck einer Broschüre vorliegen, die gerade vor wenigen Wochen herausgekommen ist. Das Original habe ich hier, das ist klassische Vermittlung von Best-Practice-Beispielen beim Thema „Vernetzung nachhaltiger Tourismus und Mobilität“. Es soll Anregungen geben in anderen Gebieten, sich die Beispiele heraus-

zusuchen und zu überlegen, wie man selbst umweltfreundliche Mobilität vor Ort institutionalisieren kann. Wir haben einen Wettbewerb ausgeschrieben, den Fahrtziel Natur-Award, nicht nur, um die Besten entsprechend zu fördern und auszuzeichnen, der Gewinner bekommt ein Kommunikationspaket von 25 000 Euro vor dem Hintergrund, dass wir deutschlandweit hervorragende Mobilitätsangebote in Schutzgebieten bekanntmachen müssen. Der Gast muss wissen, dass er dort mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut hinkommt und vor Ort mobil ist. Ich denke mit unserem ersten Gewinner Bayerischer Wald und mit dem daraus folgenden GUTi-Angebot konnten wir sehr gut zeigen, dass sich da auch sehr viel tut, die Gäste sehr zufrieden sind und zunehmend auch die Angebote des öffentlichen Verkehrs nutzen.

Fahrtziel Natur hat sich auch sehr engagiert in der Angebotsentwicklung. Gemeinsam mit unserem Reiseveranstalter AMEROPA haben wir die ersten Angebote mit 100 Prozent Ökostrom im deutschen Tourismus umgesetzt. Das sind Angebote, bei denen die geschätzte Strommenge für die Reise vorher aus deutscher Wind- und Wasserkraft eingekauft wird und dann in das Bahnstromnetz zusätzlich zu den eigenen Energiezielen der Bahn eingespeist wird. Die Touristen sind auf diese Art und Weise CO₂-frei in die Schutzgebiete unterwegs. Wenn die Mobilität vor Ort so hervorragend ist wie bei mittlerweile fast einem Drittel der Fahrtziel Natur-Gebiete, dann sind sie auch umweltfreundlich mobil vor Ort.

Es gibt eine intensive Zusammenarbeit mit BUND-Reisen, sie haben dort hervorragende Angebote bei geführten Gruppenreisen. Ende des Jahres wird ein neues Angebot auf den Markt gebracht und zwar Reisen, bei denen die Menschen aktiv im Naturschutz mitarbeiten können in ihrem Urlaub, um das Bewusstsein, im Urlaub etwas für den Naturschutz tun zu können, die Region intensiv erleben zu können, noch einmal zu stärken.

Wir kommunizieren auch die Angebote der Nationalparkpartner auf unserer Internetseite, um das ganze breite Angebot der Nationalparke, Naturparke und Biosphärenreservate wirklich bundesweit bekannt zu machen. Auch das ist ein ganz wesentliches Ziel von Fahrtziel Natur.

Zur zweiten Frage, welche Rolle könnte der Bund bei der Förderung des Tourismus in den Naturparks spielen, möchte ich, wie das Herr Köster schon angedeutet hat, noch einmal auf das Projekt Angebotsentwicklung in der Schweiz, Innotour, hinweisen. Wir arbeiten auch intensiv mit dem Verband Schweizer Pärke zusammen, da sich auch die Schweiz für eine mögliche Übernahme des Konzepts Fahrtziel Natur interessiert. Dieses Projekt ist dadurch ausgezeichnet, dass nicht nur die Angebotsentwicklung theoretisch gefördert wird, sondern auch praktische Produktentwickler in die Pärke gesandt werden, die dort helfen, die Angebote wirklich aufzubereiten und marktfähig zu machen.

Zum Thema Best-Practice-Beispiele hatte ich mich schon geäußert und auf die entsprechende Broschüre hingewiesen. Zur Zusammenarbeit mit der DZT kann ich nur sagen, wir haben auch eigene Auslandsvertretungen als Bahn, die sehr intensiv mit der DZT vor Ort zusammenarbeiten und sie nehmen in den entsprechenden Märkten das Thema Fahrtziel Natur gemeinsam gerne auch mit.

Zur Frage nachhaltige Mobilitätsform, Herr Tressel, die letzte Meile. Ich hatte dazu jetzt schon eine Aussage gemacht bei den Best-Practice-Beispielen. Da sind ganz viele Konzepte vorgestellt, die schon eine gute Grundlage haben, die man aber durch Angebote für einen multimodalen Verkehrsträgermix sicherlich noch erweitern kann. Ich weiß, dass in vielen Gebieten sehr viele interessante Projekte laufen. Im Bayerischen Wald haben wir das E-Wald-Projekt, aber auch in anderen Regionen gibt es ganz tolle Angebote, die Pedelecs im Saarland, die hervorragend genutzt werden für die touristischen Verkehre. Ich sehe da eine große Zukunft, gerade im Verkehrsträgermix für den ländlichen Raum, für unsere Schutzgebiete Angebote zu schaffen, die sowohl für Touristen als auch für Einheimische attraktiv sind.

Zur Frage von Herrn Ackermann zum Thema Preisentwicklung kann ich aus meinem Verantwortungsbereich heraus leider nichts sagen. Ich kann aber, soweit mir das bekannt ist, etwas zum Thema Energie wende sagen. Sie wissen, dass die Deutsche Bahn als größter Stromverbraucher in Deutschland unglaublich engagiert ist und sich ambitionierte Ziele gesetzt hat. Bis 2020 möchten wir 35 Prozent unserer Energie aus regenerativen Energien beziehen, insbesondere aus deutscher Wasser- und Windkraft und unsere Vision ist es, bis 2050 einen Schienenverkehr mit 100 Prozent Ökostrom zu realisieren. Zusätzlich haben wir solche Angebote, die Umweltplus-Angebote, wie die Fahrtziel Natur-Reisen oder sehr viele andere noch, die jetzt schon mit 100 Prozent Ökostrom laufen. Sie verändern den Strommix der Bahn zusätzlich zu den Zielen, die sich das Unternehmen gestellt hat noch einmal oben drauf positiv, d.h. werden nicht in die Unternehmensziele eingerechnet. Wir sind auf einem sehr guten Weg und ich denke, da werden Sie auch in Zukunft noch viel Gutes von uns hören.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Dr. Bürglen. Jetzt sind wir mit unserer Zeit fast um, aber ich denke, wir haben noch einige Fragen. Wir wollen noch eine kurze kompakte Fragerunde machen. Herr Kollege Liebing, bitte.

Ingbert Liebing (CDU/CSU): Eine Frage an Frau Bürglen. Für die Gestaltung Ihrer konkreten Angebote, wer sind da Ihre Hauptansprechpartner? Sind es eher die Vertreter in den Schutzgebietsverwaltungen in den Naturschutzbereichen oder sind es die Touristiker? Wenn Sie sich über die mangelhaften Strukturen beklagen, müssen wir ja auch wissen, wo müssen wir dann ansetzen?

Eine Frage an Frau Höfinghoff, Produktgestaltung, Angebotsgestaltung, da haben wir viele Akteure. Gibt es inzwischen sehr konkrete buchbare Angebote, die Sie ausschließlich in Richtung der „Natururlauber“ vermarkten oder ist das etwas, was in dem Gesamtpaket der Vermarktung der Region mitgeschleppt wird?

Hans-Joachim Hacker (SPD): Herr Treichel, eine Frage zum Oberzentrum Stettin für die Uckermark und Vorpommern. Wo sehen Sie die Hemmnisse in der Entwicklung der Zusammenarbeit im touristischen Bereich? Ist es die Sprache, ist es die schlechte Verkehrsanbindung nach Stettin? Wir nehmen das gerne auf, weil wir auch mit den polnischen Kollegen aus dem Sejm im neuen Jahr ins Gespräch kommen wollen.

Herr Jarmatz, es ist eine triviale Frage, aber vielleicht nicht unwichtig, gerade für Regionen, die wirtschaftlich nicht so stark sind, wie die Küstenregionen im touristischen Bereich. Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Thema „Regionale Wirtschaftskreisläufe“ und können hier Biosphärenreservate und Naturparke Anschluss geben für die Wirtschaftsentwicklung in der Region, um Perspektiven für die Menschen zu schaffen?

Anita Schäfer (CDU/CSU): Meine Damen und Herren, ich möchte mich noch einmal ganz herzlich bedanken, es war sehr lehrreich und sehr informativ, was Sie gebracht haben.

Herr Prof. Rein, als Sie vom Wissen um den Gast sprachen, Dachmarke sowie einheitliches Qualitätsmanagement, da habe ich gedacht, sind wir noch nicht so weit, was Sie da jetzt bringen? Dann hörte ich plötzlich den Dr. Leibl, er hat genau dieses Thema angesprochen und auch Herr Treichel hat in diese Richtung gesprochen. Ich würde Ihnen vorschlagen, tauschen Sie die Karten aus und Sie, Herr Professor werden etwas erarbeiten.

Ich komme aus dem Naturpark Pfälzer Wald, wir hatten jetzt ein Jahr diskutiert über den Nationalpark und wir haben leider die Karten verspielt. Ich bedaure das sehr, weil ich zehn Jahre an dieser Sache hänge und leider bekamen wir vor Ort keinen Zuspruch. Wir hatten die gleichen Probleme wie Sie und das hat mir gezeigt, durchhalten lohnt sich immer und man muss auch einmal um eine Sache kämpfen. Bei uns ist es jetzt verspielt, es geht leider in den Norden der Region. Wir schauen jetzt, ob wir eine andere Destination beflügeln können, etwas anderes zu tun. Noch einmal herzlichen Dank, es war sehr informativ.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Schäfer. Kollege Seifert, bitte.

Dr. Ilja Seifert (DIE LINKE.): Meine Damen und Herren, mehrere von Ihnen haben erfreulicherweise das Thema angesprochen, dass es bei Ihnen auch um barrierefreien Tourismus geht. Sie, Herr Treichel, haben freundlicherweise sogar die NatKo erwähnt, die von unserem Ausschuss aus sehr positiv bewertet wird. Leider gibt es ein Problem mit der Finanzierung. Meine Frage geht in die Richtung, kann man so etwas Ähnliches sagen, was Sie sagten, Herr Jarmatz, dass es Menschen gibt, die weil es Naturparke sind, dorthin kommen, kann man das auch für die Barrierefreiheit sagen. Kommen welche hin, weil es dort Barrierefreiheit gibt oder ist das eher, jetzt müssen wir auch noch Barrierefreiheit machen?

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Eine Frage an Frau Höfinghoff. Was halten Sie von der Entwicklung eines Tourismusgesetzes, in dem all diese Dinge auf Länderebene für die weitere Entwicklung zusammengetragen werden?

Herr Leibl, was planen Sie zum 50jährigen Jubiläum des ersten deutschen Nationalparks Bayerischer Wald im Jahre 2020? Es klingt viel, acht Jahre, die Zeit wird aber schneller herum sein, als wir uns das vorstellen können.

Dann noch die Frage, wer das beantworten kann, Bund, Länder haben sich auseinander divergiert, d.h. die Länder haben sich aus der Finanzierung eines gemeinsamen Marketings in der Größenordnung von mehreren Millionen Euro zurückgezogen. Wäre es aus Ihrer Sicht sinnvoll, die Nationalparke, Biosphären-

reservate, Großschutzgebiete im Inland, aber auch im Ausland gemeinsam mit der DZT zu vermarkten, dass wir vielleicht noch einmal einen politischen Angriff versuchen, um hier eine Neuauflage hinzu-bekommen.

Dr. Kathrin Bürglen (Projektleiterin Fahrtziel Natur, Deutsche Bahn): Herr Liebing, herzlichen Dank für die Frage. Mir ist gleich eingefallen, dass ich noch die Zahlen vergessen hatte. Insbesondere bei AMEROPA-Reisen hatten wir im letzten Jahr ca. 4 000 Gäste allein für Fahrtziel Natur-Reisen in die Schutzgebiete und ein besonders gutes Beispiel unserer Zusammenarbeit ist die Zusammenarbeit mit den Partnern an der Wattenmeerküste in Schleswig-Holstein und Niedersachsen, wo sich die touristischen Partner für die Angebotsentwicklung von Angeboten, Übernachtung, Schutzgebietsbaustein und wir für die Anreise zusammengefunden haben, mit unserem Projekt aufgesetzt haben, das gemeinsam bewerben und wir konnten dort seit August diesen Jahres 500 Buchungen für die Wattenmeerküste verzeichnen, allein auf dem Vertriebsweg des Reiseveranstalters, den wir zählen können. Für die vielen Einzelangebote, die noch dahinter stehen, liegen uns keine Messgrößen vor. In diesem Fall haben sich die Touristiker der Länder verantwortlich gefühlt, entsprechend Angebote zu entwickeln.

Unsere eigentlichen Ansprechpartner bei Fahrtziel Natur sind die Schutzgebietsverwaltungen. Sie können oft die Angebotsentwicklung nicht leisten, sollen aber Angebote bringen, die einen wesentlichen Schutzgebietsbaustein beinhalten und müssen auf diese Art und Weise entsprechend mit dem Tourismus zusammen arbeiten und uns für unsere Vermarktungsschiene Angebote zur Verfügung stellen. Da kommen wir immer wieder in die Situation, dass an der Schnittstelle die Aufgaben manchmal gar nicht so einfach wahrnehmbar sind, insbesondere dann, wenn attraktive touristische Bausteine aus dem Schutzgebiet mit vermarktet und perspektivisch dann, wenn viele Gäste kommen, auch umgesetzt werden sollen. Vor diesem Wissen um die Schwierigkeiten der Kollegen vor Ort in den Schutzgebieten, die das mit uns gerne ausbauen möchten und auch vor dem Wissen um die aktuellen Anfragen, die dazu laufen, war mein Einführungsstatement ein bisschen geprägt.

Zum Thema Barrierefreiheit möchte ich sagen, wir haben im letzten Jahr bei allen Fahrtziel Natur-Gebieten das Thema Barrierefreiheit abgefragt. Da kamen ganz spannende Angebote zum Vorschein, die wir jetzt noch einmal mit den Kollegen aufbereiten, die sich bei uns im Hause Bahn um das Thema Barrierefreiheit engagieren, und die wir auch kommunizieren möchten.

Constanze Höfinghoff (Geschäftsführerin Nordsee-Tourismus-Service GmbH): Das Thema Produktgestaltung, wir haben gerade schon gehört, dass wir sehr erfolgreich gemeinsam mit Fahrtziel Natur und dem Veranstalter der Deutschen Bahn mit AMEROPA gemeinsam Produkte entwickelt haben. Das haben wir auch schon vor zwei Jahren angefangen, weil wir ein Förderprojekt hatten, wo wir AMEROPA-Leistungen mit in Anspruch nehmen konnten, was das Thema Vertrieb angeht. Ich sagte es auch bei meinem Eingangsstatement, Kommunikation kostet einfach auch Geld und dieses Geld brauchen wir und das haben wir dann mit sehr vielen Eigenmitteln, aber auch mit Fördergeldern zusammenbekommen. Wir sind sehr froh, dass das nicht im Sande verläuft, sondern wir das jetzt länderübergreifend mit Niedersachsen weiter umsetzen können und die Deutsche Bahn und Fahrtziel Natur an unserer Seite sind, das ist beispiellos in Deutschland.

Generell gibt es natürlich konkrete Naturerlebnisangebote, auch spezielle Reisen, wie z.B. die Wanderreise Wildnis. Die haben wir uns aus dem Eifel Nationalpark abgeschaut und so etwas für das Wattenmeer aufgelegt. Das ist aber schwer messbar, wie das gebucht wird, weil wir versuchen, nur mit Nationalparkpartnern zusammenzuarbeiten. Das sind meistens kleinere Häuser oder sie sind schon belegt oder mehr in den ländlichen Regionen, wo es schwierig ist, diese mit ins Boot zu bekommen. Das hat auch wieder etwas mit dem Thema Professionalisierung zu tun und auch mit dem Management. Wir sind „erst“ 130 Nationalparkpartner bei uns an der Küste, es könnten eigentlich viel mehr sein, aber irgendeiner muss sie zertifizieren, einer muss sie akquirieren und wir haben nicht die personellen Kapazitäten. Es gibt auch eine Radreise „Weltnaturerbe Wattenmeer“ und auch eine Radreise „Natur erleben“. Wir haben einen eigenen Veranstalter gegründet, er heißt Nordsee Radreisen, jetzt ab sofort Nordsee Reisen, weil wir dieses Segment stärker ausbauen wollen. Die Kraft, weiter Marketing für diese Dinge zu machen, wird in den nächsten zwei Jahren bei der NTS kaum zur Verfügung stehen, weil wir ganz klar den Auftrag haben, das Thema Gesundheitstourismus zu pushen und das sind im Moment 200 000 Euro, die allein von Oktober bis April nächsten Jahres hereinfließen, deswegen muss ich Natur wieder ein bisschen zurückstellen.

Herr Brähmig, Tourismusgesetz, ich weiß nicht genau, was Sie damit meinen und was da genau passieren soll? Wir werden als Touristiker immer etwas stiefmütterlich behandelt, weil wir ein schönes

Querschnittsthema sind, insbesondere, dass muss ich einmal sagen, schmückt sich die Politik immer ganz gerne mit guten Zahlen oder Tourismus ist ja so schön bunt und emotional total positiv besetzt und wenn gerade nichts anderes los ist, dann wird sich beim Tourismus bedient. Wir sind eine totale Querschnittsaufgabe. Das sieht man auch hier bei dem Thema „Naturschutz und Tourismus“, aber Tourismus schafft Arbeitsplätze, die nicht exportierbar sind, Tourismus schafft aber auch Lebensqualität in Regionen, um vielleicht auch Ansiedlungsmanagement für Industrie oder andere Firmen, auch für den Mittelstand, zu gewährleisten. Wir sind dezentral organisiert, es gibt eben nicht eine IG Metall oder ähnliches für den Tourismus, die dann mal kurz auf die Straße geht oder in einen Generalstreik tritt. Das funktioniert nicht und deswegen ist Lobbyarbeit für den Tourismus extrem schwierig. In Schleswig-Holstein ist es so, dass wir nachweislich tourismusrelevante Steuereinnahmen in Höhe von über 600 Millionen Euro an den Bund gespült haben und 263 Millionen Euro davon sind wieder zurück in den Landeshaushalt Schleswig-Holstein gegangen. Trotzdem mussten wir im letzten Jahr um 500 000 Euro kämpfen für ein landesweites Marketing über eine zentrale Tourismusorganisation. Wenn Sie die Chance sehen, über ein Tourismusgesetz den Tourismus stärker mit in den Fokus zu rücken und uns ernst zu nehmen, dann bin ich sofort dafür.

Klaus Jarmatz (Amtsleiter des Biosphärenreservats Schaalsee): Selbstverständlich spielen gerade die Entwicklung von regionalen Kreisläufen in Gebieten, die nicht diese Powerregionen sind, wie Küste oder Müritz-Schaalsee, eine große Rolle. Fakt ist, dass wir solche regionalen Netzwerke nachweislich mit einer überhöhten Zahl gegenüber den anderen Bereichen der Landkreise mit Existenzgründungen verbuchen können. Diese Vernetzungsstrukturen, vor allen Dingen über das Partnervertriebskonzept spielen da eine ganz große Rolle. Da darf man jetzt nicht an Pillepalle denken, also an klein-klein, da sind mittlerweile auch Mittelständler dabei, u.a. der größte Mittelständler im Getränkebereich in Deutschland oder jetzt kürzlich bei uns eine Investition von 16 Millionen Euro, die in einen Lebensmittelbetrieb geht, der vor allem in die Regionalität und den Tourismus setzt, nämlich das Ganze auch gläsern gestaltet, ob das nun die Frage der Glaubhaftigkeit von regionalen Lebensmitteln usw. ist. Um das noch einmal zu unterstreichen, der Wertschöpfungsfaktor, der sich mit Wirkung auf den touristischen Bereich aus den Nationalparks und Biosphärenreservaten, vor allem in den Entwicklungszonen ergibt, ist messbar sehr hoch, gerade weil das Management dieser Verwaltung, diese Vernetzung tätigt, also diese Leute zusammenbringt. Vor allem jetzt in Form dieser Partnerinitiative, die am Schaalsee allerdings schon 14 Jahre läuft und an der Elbe seit zwei Jahren auch sehr erfolgreich anläuft.

Ich würde gerne noch auf das Thema von Herrn Dr. Seifert, Barrierefreiheit, eingehen. Da ist auch die große Chance drin, nämlich diese Partnerinitiative läuft unter recht strengen Kriterien, einem Kriterienkatalog, d.h. unsere Ferienwohnungen müssen das schon nachweisen oder begründen, warum es bautechnisch oder so nicht geht, denn nicht überall geht es nachträglich wegen Denkmalschutz und solchen Sachen. Das Bedauerliche ist, dass der öffentliche Bereich, ich weiß nicht, wie es bei Bundesbehörden ist, aber der öffentliche Bereich vor allen Dingen in Kommunen und bei den Ländern da eher die negative Rolle spielt, weil viele neue Einrichtungen oder auch alte rekonstruierte Einrichtungen dem Anspruch nicht gerecht werden. In Skandinavien sieht das anders aus.

Ulrich Köster (Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Naturparke): Ich schließe da gerne an, zum einen zum Bereich Wertschöpfung. Auch in Naturparks gibt es extrem viele Beispiele, wo Regionalmarken, Partnerschaften wie Naturparkwirte, Marke Schwarzwald, Marke Eifel, andere Dinge mehr bringen ganz viel regionale Wirtschaftskreisläufe in Gang, schaffen Wertschöpfung und damit auch Einkommen und Arbeitsplatzsicherung.

Wir arbeiten seit einigen Jahren mit der NatKo zusammen und wir haben eine Angebotsbroschüre veröffentlicht aus 30/40 Naturparks mit Angeboten im Bereich Barrierefreiheit, die auch sehr gut nachgefragt wurde. Wir haben bereits einige Naturparke dafür, speziell die Eifel ist bekannt, dass sie sich beim Thema Barrierefreiheit auch positioniert und auch Ketten von Angeboten entwickelt hat und das führt eindeutig zur Nachfragesteigerung von den Menschen mit Behinderungen.

Herr Brähmig fragte, ob die Vermarktung der Großschutzgebiete über die DZT-Inland und -Ausland ein Vorteil wäre? Ich denke eindeutig ja. Das wäre eine Unterstützung für das Marketing generell und darüber hinaus hätte es das auch eine Leitbildfunktion. Wenn die DZT das stärker machen würde, das würden die Landestourismusorganisationen wahrnehmen, auch die regionalen Touristiker nehmen das wahr, d.h. es würde bis nach unten durchwirken und es wäre auch sehr vorteilhaft in Bezug auf die Frage, wie auch vor Ort, das Standing des Schutzgebietes und auch, wie die Investitionen laufen in der Region und überregional. Für all diese Dinge zusammen wäre es ein großer Vorteil, wenn die Gebiete gebündelt stärker über die DZT beworben werden.

Dr. Franz Leibl (Leiter des Nationalparks Bayerischer Wald): Was planen wir bis zum 50jährigen Jubiläum? Was für uns wichtig ist, wir haben festgestellt, dass am Lusenzenrum drei attraktive Einheiten vorhanden sind, der Baumwipfelpfad, das Besucherzentrum und das Tierfreigelände und dort haben wir in Stoßzeiten bis zu 5 000 bis 6 000 Besucher pro Tag. Das ist der Renner schlechthin. Wir haben mittlerweile richtige Kaffeefahrten dorthin, was auch Parkplatznöte ergibt, aber das ist eine andere Sache. Was sich hier am Lusenzenrum entwickelt hat, soll sich in den nächsten Jahren auch in vergleichbarer Weise am Falkensteinzentrum entwickeln. Wir haben dort bereits das Tierfreigelände, das Haus zur Wildnis, aber die dritte Attraktion fehlt noch. Drei Sachen sind notwendig, um einen Besucher einen ganzen Tag eine schöne Beschäftigung in schöner Umgebung zu bieten. Das ist ein Aspekt, den wir noch verfolgen wollen. Ganz wichtig für uns ist, wir wollen unsere Öffentlichkeitsarbeit professionalisieren. Wir wollen geführte Wildniswanderungen, die im Moment nicht die Regel sind, letztendlich zum Alltagsgeschäft machen. Sie sind dann meistens auch mehrtägig im Park und ich glaube, dass das ein Event ist, welches viele Leute anziehen wird.

Prof. Dr. Hartmut Rein (Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde): Ich glaube, ich bin bei meinen Ausführungen nicht ganz richtig verstanden worden. Ich meine natürlich eine Befragung, die nicht allgemeine Dinge abfragt, wie die Reiseanalyse und die permanente Gästebefragung, sondern ganz spezifische Fragen zu den Angeboten der Schutzgebiete. Der Punkt, wo diese Fragen gestellt werden sollen, sind die Besucherzentren, denn die Besucherzentren sind die Eingangstore in die Großschutzgebiete. Diese Besucherzentren sind aber nicht automatisch Einrichtungen der jeweiligen Schutzgebiete. In Brandenburg gibt es mindestens 14, davon sind zehn in freier Trägerschaft, d.h. getragen vom BUND, NABU und anderen Verbänden. Das bedeutet aber nicht, dass sie unbedingt miteinander reden oder kooperieren, sie stimmen sich nicht unbedingt miteinander ab. Nicht untereinander und manchmal auch nicht mit ihren Schutzgebieten, zu denen sie eigentlich gehören. Das, was Brandenburg gerade geleistet hat, ist mit der Dachmarke der Besucherzentren, diese Kooperation herbeizuführen und in diesen Besucherzentren nach deren Angeboten zu fragen. Ganz spezifische Fragen zu stellen, wenn man die bei der Reiseanalyse stellen wollte, müsste man ein paar tausend Euro bezahlen, das kann kein Schutzgebiet.

Dirk Treichel (Parkleiter des Nationalparks Unteres Odertal): Zunächst die Frage von Herrn Hacker nach der deutsch-polnischen Kooperation bzw. woran liegt es denn, dass dort die polnischen Gäste ausbleiben? Sie hatten schon Vorschläge unterbreitet, ist es die Sprache, ist es die Verkehrsinfrastruktur? Polnisch ist nicht einfach zu lernen. Ich hatte vorhin schon ausgeführt, dass die Angebote bei uns im Nationalpark aktuell schon dreisprachig gehalten sind, d.h. wir sind komplett auf polnische Besucher vorbereitet. Ich denke, es ist auch nicht unbedingt realistisch, dass man jetzt deutsche Natur- und Landschaftsführer in polnischer Sprache ausbildet, die dann Besuchern von der deutschen Seite Highlights auf der polnischen Seite zeigen. Ich denke, dass ist auch nicht möglich oder nötig, denn man kann wirklich polnische Natur- und Landschaftsführer gewinnen, die polnische Gäste auf unserer Seite begleiten und genauso anders herum, dass unsere Natur- und Landschaftsführer aus dem Nationalpark heraus auf die polnische Seite, wo sich auch Schutzgebiete befinden, mit den Gästen fahren und dort die Highlights entsprechend zeigen.

Ich denke es gibt zwei Defizite, die die Ursache für den geringen Anteil an polnischen Gästen darstellen. Das eine ist durchaus die Verkehrsinfrastruktur. Wir haben eine wichtige Bahnlinie von Berlin über Angermünde nach Stettin und bis Angermünde kommen Sie wunderbar, relativ schnell. Sie können zum Biosphärenreservat, zum Nationalpark radeln, aber wenn Sie dann nach Stettin weiterfahren, wird es schwieriger. Es sind nur 50 Kilometer, Sie brauchen wesentlich länger als von Angermünde nach Berlin und der Stundentakt ist absolut gästeunfreundlich. Es gibt zurzeit intensive Diskussionen über den Streckenausbau, es gibt dort auch etliche kommunalpolitische Aktionen und Aktivitäten, aber die letzte Information ist, es ist wieder zurückgestellt worden und kein Licht im Tunnel, dass sich an der Strecke irgendetwas in den nächsten Jahren ändert. Das müsste von Ihnen vielleicht noch einmal nachgefragt werden, wie da der aktuelle Stand ist.

Wir haben noch die Frage von Herrn Brähmig gehabt, DZT, Engagement, Auslandwerbung, Marketing für Nationale Naturlandschaften in Deutschland. Ich denke, dass ist auch ein Fakt, der dafür verantwortlich ist, dass wir so wenig polnische Gäste haben. Wir haben viele Angebote, aber sie sind unbekannt. Wenn Sie in Stettin, Poznan oder Wroclaw unterwegs sind und fragen Nationalpark Unteres Odertal, Nationale Naturlandschaften oder Nationalparke in Deutschland, wenig bekannt. Es gibt tolle Angebote und die müssten auf der polnischen Seite viel stärker in die Öffentlichkeit gerückt und vermarktet werden, da sind wir absolut weit zurück. Es würde sich sogar lohnen, ein Tourismusbüro für den Nationalpark in Stettin zu betreiben, um dort spezielles Marketing durchzuführen.

Zur DZT noch der Hinweis, es gibt erhebliche Potenziale, gerade im Bereich der Nationalen Naturlandschaften. Ich möchte an dieser Stelle das Birdwatching ansprechen. Da haben die Nationalparke im Niedersächsischen Wattenmeer und im Schleswig-Holsteinischen Wattenmeer tolle Initiativen entwickelt, dass auf Englisch sehr viel Werbematerial entwickelt wurde. Es gibt gerade in Frankreich, in Großbritannien sehr viele Birdwatcher, also Leute, die nicht Briefmarken sammeln, sondern Vögel, Vogelarten und diese abhaken und sich gegenseitig austauschen. Das sind keine kleinen Gruppen, sondern es sind Hunderttausende. Auch da ist ein Markt, der im Ausland wartet und besser erschlossen werden könnte.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Herr Treichel, vielen Dank. Es hat nun doch länger gedauert, aber ich denke es war notwendig und wichtig, dass wir hier alle Informationen erhalten und Fragen beantwortet bekommen haben.

Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg für die Arbeit. Das, was Sie uns mitgegeben haben, werden wir entsprechend in den Fraktionen und Arbeitsgruppen nachbereiten. Wir haben uns heute nicht das erste Mal mit diesem Thema beschäftigt und ich gehe davon aus, dass wir uns wieder austauschen werden, denn es wird auch in Zukunft ein ganz wichtiges Thema für uns sein. Nochmals an alle Sachverständigen herzlichen Dank für die schriftlichen und ergänzenden mündlichen Ausführungen. Wir wünschen Ihnen einen guten Nachhauseweg und viel Erfolg bei der Arbeit. Die Sitzung ist geschlossen.

Schluss der Sitzung: 17.25 Uhr

Klaus Brähmig, MdB
Vorsitzender