



Ausschuss für Tourismus

Ausschussdrucksache

17/20) 43e

Anhörung im Ausschuss für Tourismus im Deutschen Bundestag am 26. September 2012 zum Thema „Tourismus in Nationalparks und Naturparks“

Ulrich Köster, Geschäftsführer Verband Deutscher Naturparke e.V.

104 Naturparke nehmen in Deutschland einen Anteil von 27% der Fläche ein und werden entsprechend § 27 Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchG) nach den Landesnaturschutzgesetzen von den Bundesländern ausgewiesen. Ca. 260 von 295 Landkreisen haben Flächenanteile in Naturparks. Ihren gesetzlichen Aufgaben zufolge eignen sie sich wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung, in ihnen wird eine nachhaltige Tourismusentwicklung angestrebt, sie sind besonders dazu geeignet, eine nachhaltige Regionalentwicklung zu fördern und sie dienen der Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt. Zu diesem Zweck wird eine dauerhaft umweltgerechte Landnutzung angestrebt. Sie bestehen überwiegend aus Landschafts- oder Naturschutzgebieten. Träger der Naturparke sind kommunale Zweckverbände, Vereine oder die Bundesländer (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen). Entsprechend ihrer gesetzlichen Verankerung in den Landesnaturschutzgesetzen sind die Naturparke den für Naturschutz zuständigen Ministerien zugeordnet. Finanziert werden die Naturparke in unterschiedlichem Ausmaß durch die Bundesländer sowie die Landkreise und Gemeinden.

Der Verband Deutscher Naturparke (VDN) ist seit 1963 der Dachverband der Naturparke in Deutschland. 96 der 104 Naturparke sind Mitglied im VDN. Der VDN ist Berater, fachliches Forum und Impulsgeber für die Naturparke, er macht die Aufgaben und Leistungen der Naturparke in der Öffentlichkeit bekannt, vertritt die Interessen der Naturparke und fördert den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit zwischen den Naturparks in Deutschland und Europa. Beispiele für die Arbeit sind die „Qualitätsoffensive Naturparke“ als ein freiwilliges Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung der Qualität von Arbeit und Angeboten der Naturparke und das „Petersberger Programm“ der Naturparke. Hiermit haben die Naturparke sich als Mitglieder des VDN im Jahr 2006 auf Schwerpunkte für die künftige Entwicklung der Naturparke verständigt.

Bedeutung der Naturparke für den Tourismus

Die Bedeutung der Naturparke für den Tourismus in Deutschland ergibt sich aus drei Punkten:

- der **gesetzlichen Aufgabenstellung**,
- der **Attraktivität** der Naturparke für Touristen und Erholungsuchende,
- den **Leistungen** der Naturparke.

Gesetzliche Aufgabenstellung - § 27 BNatSchG: Naturparke sind „einheitlich zu entwickelnde und zu pflegende Gebiete, die sich wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzung für die Erholung besonders eignen und in denen ein nachhaltiger Tourismus angestrebt wird, ... nach den Erfordernissen der Raumordnung für die Erholung vorgesehen sind, ... besonders dazu geeignet sind, eine nachhaltige Regionalentwicklung zu fördern.“ Naturparke sind daher besonders wichtig für Tourismus im ländlichen Raum.

Attraktivität: Deutschland ist mit einem Marktanteil von etwa einem Drittel aller Urlaubsreisen das beliebteste Reiseziel (F.U.R. 2011) der Deutschen, hierbei besonders für einen Kurzurlaub. Naturerleben ist ein wichtiges Urlaubsmotiv. Aufgrund ihrer intakten Natur sowie ihrer naturräumlichen und kulturellen Vielfalt eignen sich Naturparke hervorragend für eine naturnahe und umweltgerechte Erholung. Studien zeigen, dass das Erleben einer intakten Natur und Umwelt für einen Großteil der Deutschen wichtig für die eigene Urlaubszufriedenheit ist und für die Wahl des Urlaubsziels ausschlaggebend sind. Naturparke sind folglich wichtige Destinationen für das in der touristischen Nachfrage wachsende Segment Natururlaub. Sie können Besuchermagnete sein und der Tourismusregion ein positives Image geben.

Gerade die den Ballungszentren nahe gelegenen sowie die besonders attraktiven und touristisch beworbenen Naturparke werden von vielen Menschen in Urlaub und Freizeit besucht. Der Tagestourismus spielt hier eine wichtige Rolle. Die Zahl der Tagesausflüge in Naturparks ist generell deutlich höher als die der Übernachtungen. Die touristische Saison konzentriert sich dabei überwiegend auf den Zeitraum März bis Oktober.

Die touristische Attraktivität der Naturparke schlägt sich auch in der ökonomischen Wertschöpfung nieder. Dies zeigt die im Auftrag des Bundesumweltministeriums durchgeführte Studie zu regionalökonomischen Effekten. Im Naturpark Altmühltal wurde durch dem Naturpark zuzuordnende Besucher im Jahr 2004 ein Bruttoumsatz von 20,7 Mio. € generiert (Beschäftigungsäquivalent von 483 Arbeitsplätzen), im Naturpark Hoher Fläming ein Bruttoumsatz von 6,2 Mio. € (Beschäftigungsäquivalent von 211 Arbeitsplätzen) (Job et al. 2005). Eine Studie hat eine jährliche Wertschöpfung in den 47 österreichischen Naturparks in Höhe von 144 Mio € ermittelt (VNÖ, Ketterer/Siegrist 2009). Die österreichischen Naturparke umfassen eine Fläche von insgesamt 500.000 ha, wohingegen die deutschen Naturparke eine Fläche von insgesamt ca. 9.600.000 ha einnehmen.

Leistungen der Naturparke für Erholung und nachhaltiger Tourismus

Naturparke bieten Bewohnern der Region und Gästen eine attraktive Landschaft sowie Möglichkeiten für Erholung und Erleben der Natur. Naturparke unterstützen die Entwicklung des nachhaltigen Tourismus und kooperieren mit den touristischen Leistungs- und Entscheidungsträgern. Bei der Entwicklung touristischer Angebote und bei der touristischen Vermarktung werden Naturparke einbezogen und beworben. Die Entwicklung von Angeboten für unterschiedliche Besuchergruppen für das Naturerleben sind Aufgaben der Naturparkträger. Hierzu zählen die touristische Infrastruktur wie Wegenetze und auch Informationsmaterialien, geführte Touren und Naturpark-Infozentren.

Leistungen mit Beispielen aus einzelnen Naturparks:

- Naturparke erhalten und entwickeln Natur und Landschaft, die den Kern touristischer Angebote in diesen Landschaften bilden. Hierzu zählen insbesondere Naturschutz- und Landschaftspflegemaßnahmen sowie Lenkungsmaßnahmen für Besucher.
- Die Stärke der Naturparke ist die Integration der touristischen Entwicklung mit anderen Bereichen wie Naturschutz, Landwirtschaft, Umweltbildung, Regionalentwicklung. Naturparke unterstützen die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in der Region, indem sie verschiedene Interessensgruppen und die verschiedenen Belange wie Naturschutz, Tourismus, Landwirtschaft etc. zusammenführen wie z.B. bei der Abstimmung von Mountainbike-Strecken.
- Naturparke bieten mit ihren Naturpark-Führern, Naturpark-Rangern, Naturpark-Guides qualitativ hochwertige Angebote für Gäste und Einheimische – für das Naturerlebnis sowie das Entdecken der regionalen Besonderheiten

wie Kultur, Geschichte und Brauchtum. Zahlreiche Naturparkführer sind als „Zertifizierte Natur- und Landschaftsführer“ fortgebildet im Rahmen einer bundesweiten Kooperation der in der BANU zusammengeschlossenen staatlichen Naturschutzakademien mit dem VDN und weiteren Partnern.

- Naturparke pflegen, unterhalten und entwickeln Erholungs-Infrastruktur. Hierzu zählen Wander-, Rad-, Reit- und Wasserwanderwege wie der Saar-Hunsrück-Steig im Naturpark Saar-Hunsrück, der Südschwarzwald-Radweg im Naturpark Südschwarzwald, naturverträgliche Kanusportrouten im Naturpark Südheide und Naturpark Holsteinische Schweiz oder naturverträgliche Kletterrouten wie im Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst. Rund 75% der Naturparke besitzen ein oder mehrere Infozentren oder Infopunkte als zentrale Informationsstellen für Besucher.
- Naturparke schaffen barrierefreie Angebote, die ein Naturerleben für alle ermöglichen. Hierzu gehören Infozentren oder Naturerlebnispfade für Menschen mit Behinderungen wie in den Naturparks TERRA.vita, Hoher Fläming und Hohes Venn-Eifel. Auf Bundesebene werden diese Aktivitäten durch eine Rahmen-Zielvereinbarung zum barrierefreien Naturerleben unterstützt, die der VDN mit den Bundesverbänden der Menschen mit Behinderungen abgeschlossen hat.
- Die auf gesetzlicher Basis eingerichteten Naturparke sind ein Qualitätsmerkmal und bieten ein hervorragendes Image für das touristische Marketing. Touristische Destinationen und touristische Leistungs- und Entscheidungsträger werben und kooperieren erfolgreich mit „ihren“ Naturparks wie die Naturparkregionen Frankenwald, Altmühltal, Nagelfluhkette in Bayern, oder die Landestourismusorganisationen in Baden-Württemberg, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern.
- Naturparke bauen ein Netzwerk an Partnerbetrieben auf und zeichnen diese teilweise als Partnerbetriebe aus, die bestimmte Qualitätskriterien erfüllen z.B. als Naturpark-Partner oder Naturpark-Wirte. Diese Leistungsträger werben dann mit „ihrem“ Naturpark. Auch Kooperationen mit der Gastronomie wie „Naturpark-Teller“ sind hier zu nennen ebenso wie der Aufbau von Regionalmarken wie „Eifel“ oder „echt Schwarzwald“.
- Naturparke sind Initiator oder Partner für eine Nachhaltige Mobilitäts- und Verkehrsentwicklung. Hierzu zählen ÖPNV-Angebote wie der „Vogelsbergexpress“ im Naturpark Hoher Vogelsberg, der „Naturpark-Express“ im Naturpark Obere Donau, die „Igel Busse“ im Natur- und Nationalpark Bayerischer Wald oder E-Bike Initiativen in verschiedenen Naturparks wie im Thüringer Wald.

Praxisbeispiele aus drei Naturparks:

Naturpark Südschwarzwald/Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord Baden-Württemberg:

- Sporttouristische Angebote mit Wege- und Themenkonzepten (Wandern, Mountainbike, Nordic Walking, Ski-Langlauf, Schneeschuhwandern, Winterwandern, Tourenradwege/Südschwarzwaldradweg) mit tlw. einheitlicher Beschilderung, Wegenetzen, Thementouren.
- Abgestimmte Projekte zur Entwicklung ländlicher Raum: Naturpark-Führer/Gästeführer, Naturpark-Wirte, Naturpark-Märkte, Marke echt Schwarzwald, Naturpark-Brunch.
- Bioenergiedörfer (Beratungsangebot; Ziel: 100 Bioenergiedörfer)
- Siedlungsentwicklung und Architektur

Naturpark Dübener Heide Sachsen/Sachsen-Anhalt:

- Naturpark als Plattform der länderübergreifenden regionalen Entwicklung der Dübener Heide.

- Profilierung als Gesundheits-, Wildtiererlebnisregion und als Naherholungs- und Bewegungsland.
- Wertschöpfungspartnerschaften und Unternehmernetzwerke: In 5 Netzen sind 106 Unternehmen aus Sachsen-Anhalt und 157 aus Sachsen eingebunden (Heidemagnet, Bestes aus der Dübener Heide, Von Natur aus gesund, Jugend Abenteuer Sport, Erlebnis Wildtier)
- Heidemagnet: Jeder Heidemagnet ist ein besonderer Ort im Naturpark, an welchem Besucher verschiedene Angebote vorfinden: Rundwege für Wanderer, Radfahrer, Nordic-Walking-Freunde oder auch Langläufer. Diese Angebote sind mit besonderen Sehenswürdigkeiten und derregionalen Heidegastronomie verbunden;
- Angebot ausgewählter Heideprodukte "Bestes aus der Dübener Heide".
- Wildtiererlebnisprogramm zu Fischadler, Biber, Kraniche, Rot-, Reh- und Schwarzwild sowie Gänse .
- Gesundheit: Netzwerk „Von Natur aus gesund“ vom Land Sachsen-Anhalt als Sieger im Landeswettbewerb beispielhafter LEADER-Projekte 2011 in der Kategorie "Demografischer Wandel" ausgezeichnet.

Deutsch-Belgischer Naturpark Hohes-Venn-Eifel Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz:

- Natur- und Landschaftserlebnis in der Eifel (Wanderrouten, Erlebnispfade, jährlicher Veranstaltungskalender "NaturErleben", Netzwerk von themenspezifischen Naturzentren)
- Projektinitiative "Eifel Barrierefrei" fördert das Natur- und Landschaftserlebnis für Menschen mit und ohne Behinderung
- „Eifel-Blicke“: besonders schöne Aussichtspunkte in der Eifel wurden ausgewählt, beschildert und als besondere Attraktionen des Naturparks vermarktet
- Weiterentwicklung des Römerkanal-Wanderweges zu einem vernetzten Gesamtangebot für den Wandertourismus zwischen Nettersheim (Eifel) und Köln gemeinsam mit dem Naturpark Rheinland.
- Projekt „KlimaTour Eifel - Netzwerk Klimaschutz und Tourismus“: neues Projekt und Einstieg in die Thematik „Klimaschutz und Tourismus“. Der Naturpark wird in den nächsten 2 Jahren das aktuelle Thema „Klimaschutz“ auch in der Tourismusarbeit etablieren.

Vergleich mit anderen europäischen Staaten

- Naturparke oder vergleichbare Schutzgebiete gibt es in allen europäischen Staaten. Naturparke in Österreich, Luxemburg, Schweiz und Deutschland sind nahezu identisch in den Aufgaben.
- Die deutschen Naturparke besitzen im Vergleich der europäischen Länder den größten Flächenanteil. Die Ausstattung der Naturparke in Deutschland ist aber im Vergleich, insbesondere bezogen auf die Flächengröße, am schlechtesten.
- Kooperation mit Tourismusorganisationen:
 - Schweiz: intensive Kooperation mit Schweiz Tourismus; der Dachverband der Schweizer Pärke hat 2010/11 das Projekt „Entwicklung naturnaher Tourismusangebote in Schweizer Pärken“ durchgeführt. Eine Fortsetzung ist geplant.
 - Österreich: Projekt „Naturpark.Erlebnis.Österreich“ ab 2012 mit dem Ziel, touristische Angebote in Naturparks zu entwickeln; u.a. auch zwei Innovationsworkshops des Verb. der Naturparke Österreichs mit der Österreich Werbung mit dem Ziel, innovative und buchbare Naturerlebnisse entlang der Marke „Urlaub in Österreich“ zu entwickeln.
 - Deutschland: Kooperation des VDN mit der DZT im Bereich Kommunikation in der Kampagne „kurz-nah-weg“; mehrjähriger Partner am DZT Stand auf der ITB.

Ausblick und Handlungsbedarf

Die Potentiale der Naturparke für die Stärkung eines nachhaltigen Tourismus zur Stärkung der ländlichen Räume in Deutschland sind bisher bei weiten nicht ausgeschöpft.

Die im Folgenden genannten Vorschläge kommen gleichzeitig der Stärkung der touristischen Attraktivität der Naturparke, der Stärkung ländlicher Räume, der Abfederung des demografischen Wandels, der nachhaltiger Entwicklung, dem Klimaschutz, dem Erhalt der Biologischen Vielfalt und der Gesundheitsvorsorge zugute.

1. Natururlaub sollte zu einem Markenzeichen des Deutschlandtourismus und zu einem hervorgehobenen Thema des Tourismusmarketing werden. Die Naturparke sollten hierbei eine besondere Rolle spielen.
2. Die Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnis-Infrastruktur sowie attraktiven und innovativen Naturerlebnis-Angeboten in den Naturparks sollte unterstützt werden. Ein besonderer Schwerpunkt sollte hierbei auf barrierefreien Angeboten liegen, die Menschen mit Behinderungen ebenso zugutekommen wie weiteren Zielgruppen, zu denen ältere Menschen, Familien mit kleinen Kindern und Kinderwagen zählen. So wird ein Naturerleben für Alle ermöglicht.
3. Die Leistungen der Naturparke insbesondere für die stadtnahe Erholung sollten weiter ausgebaut und bekannt gemacht werden. Hierzu könnte eine Kommunikationskampagne durchgeführt werden, um die Angebote und Leistungen der Naturparke in der Bevölkerung insbesondere in den größeren Städten bekannt zu machen analog der Kampagne in der Schweiz „Schweizer Pärke - näher als man denkt“.
4. Innovative partnerschaftliche Kooperationen und Netzwerke in den Naturparks zwischen Hotellerie, Gastronomie, Landwirtschaft, Naturschutz und weiteren Akteuren sollten gestärkt werden. Ebenso die Entwicklung und Vermarktung von regionale Produkten, Regionalmarken und Regionalmärkten.
5. Angebote für nachhaltige Mobilität, z. B. gezielte, koordinierte Angebote des öffentlichen Personennahverkehrs in und zu den Naturparks sollten unterstützt werden.
6. Die Stärkung von zahlreichen der genannten Leistungen der Naturparke für den Tourismus und die ländlichen Räume wäre möglich durch eine bessere Einbindung der Naturparke im Zuge der Umsetzung der EU-Förderprogramme ab 2014 (ELER, aber auch EFRE und ESF). Auf Bundesebene wäre es hierfür von Vorteil, wenn die Naturparke als Thema in die Partnerschaftsvereinbarung zwischen der Bundesregierung und der EU-Kommission einfließen.

Die genannten Vorschläge stehen im Wesentlichen im Einklang mit dem Beschluss des Deutschen Bundestages „Nationale Naturlandschaften – Chancen für Naturschutz, Tourismus, Umweltbildung und nachhaltige Regionalentwicklung“ vom 29. März 2007 aus Anlass des „Jahres der Naturparke“ (Drucksache 16/3298).

Kontakt

Ulrich Köster, Geschäftsführer
Verband Deutscher Naturpark e.V.
Platz der Vereinten Nationen 9, 53113 Bonn
Telefon: 0228-9212863, Mail: ulrich.koester@naturparke.de
www.naturparke.de