

**Ausschuss für Tourismus
Ausschussdrucksache**

18-20-14

Stellungnahmen der Sachverständigen

zu der öffentlichen Anhörung
des Ausschusses für Tourismus

am 15. Oktober 2014

von 14.00 Uhr bis 16.00 Uhr in Berlin,

Paul-Löbe-Haus, Saal 4.600

„Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten“

	Seite
Dr. Elke Baranek Geschäftsführerin EUROPARC Deutschland e.V.	2
Dr. Martin Flade Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin	7
Ulrich Köster Geschäftsführer Verband Deutscher Naturparke e.V.	16
Dr. Franz Leibl Leiter der Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald	21
Eugen Nowak Landesamt für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz Brandenburg, Biosphärenreservat Spreewald	28
Dr. Mario Schrumpf Naturpark Stechlin-Ruppiner Land	34



EUROPARC Deutschland · Pfalzburger Straße 43/44 · 10717 Berlin

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Heike Brehmer, MdB
Platz der Republik 1
11 011 Berlin

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom Unser Zeichen Name, Durchwahl

Ort, Datum

Berlin, 16.09.2014

Öffentliche Anhörung Ausschuss für Tourismus am 15.10.2014 „Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten“ – Positionen EUROPARC Deutschland

Sehr geehrte Frau Vorsitzende Bremer,

im Namen des Vorstandes von EUROPARC Deutschland e.V. bedanke ich mich ganz herzlich für die Einladung, Ihnen unsere Positionen zum **Thema „Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten“** darlegen zu dürfen.

EUROPARC Deutschland e.V. (ED) ist der Dachverband der deutschen Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks. Diese haben sich seit 2005 unter der **Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“** zusammengeschlossen, um gemeinsam mehr gesellschaftliche Aufmerksamkeit und Unterstützung für den Naturschutz in den Großschutzgebieten zu erlangen. Der Verband wurde 1991 als deutsche und erste Sektion der europäischen Föderation EUROPARC gegründet. Während die Föderation EUROPARC ihre Arbeit auf die europäische Ebene konzentriert, richten sich die Aktivitäten von EUROPARC Deutschland im Wesentlichen auf die Schutzgebiete in Deutschland. Im Kern geht es dem Verband darum, die Nationalen Naturlandschaften zum einen in ihrer gesetzlich verfassten Arbeit zu unterstützen und zum anderen in der Gesellschaft mehr Aufmerksamkeit, Engagement und Wertschätzung für die Nationalen Naturlandschaften einzuwerben. Wir tun dies mit unterschiedlichen Projekten in den Bereichen Jugendarbeit („Junior-Ranger-Programm“), Freiwilligenarbeit („Ehrensache Natur“) Unternehmenskooperation („Marktplatz Natur“), Planung-Evaluation-Qualitätssicherung und Nachhaltiger Tourismus („Partner-Initiative“).



Mitglieder von EUROPARC Deutschland sind neben den Gebietsverwaltungen auch Stiftungen und Naturschutzverbände sowie regional tätige Organisationen und Fördervereine, die ein Interesse am Erhalt und an der Förderung der NNL haben.

„Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten“ ist ein sehr facettenreiches Thema, das sich nur bewerten lässt, wenn der Blick etwas geweitet wird. Aus Sicht des Dachverbandes lässt sich folgendes feststellen:

(1) Ohne intakte Natur und Landschaft ist touristische Wertschöpfung in den Nationalen Naturlandschaften nicht möglich

Das Wertschöpfung durch Tourismus in Großschutzgebieten in maßgeblichem Umfang stattfindet, wurde wissenschaftlich unter anderem mit zwei großen Studien „Regionalökonomische Effekte des Tourismus in deutschen Nationalparks“ (Job et al. 2009) und „Wirtschaftliche Effekte des Tourismus in Biosphärenreservaten Deutschlands“ (Job et al. 2013) belegt. Interessant ist die Motivation der Besucher, die Nationalen Naturlandschaften zu besuchen. Festgestellt wird beispielsweise, dass wichtigster Grund für den Besuch einer Biosphärenreservatsregion Freiluftaktivitäten wie z.B. Spaziergehen, Wandern oder Radfahren sind. „Weiterhin spielen Landschaft, spezielle Landschaftsformen und die Natur eine sehr wesentliche Rolle.“ (Job et al. 2013, S.137-138). An dieser Aussage wird eines deutlich: **Die Qualität von Natur und Landschaft sind Grundvoraussetzung für das Naturerlebnis, Grundvoraussetzung für touristische Attraktivität und Aktivität und damit Grundvoraussetzung für die in den Großschutzgebieten stattfindende Wertschöpfung.**

Die Bundesregierung formuliert als zentrales Ziel der Tourismuspolitik, die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft zu steigern (BMWi 2013, S.16). Das wird nur gelingen, wenn die wichtigste Ressource „Natur und Landschaft“ eine stärkere Aufmerksamkeit des Wirtschaftsresorts bekommt. Eine intakte Natur ist die Grundlage unseres Lebens und die Grundlage aller Wirtschaftsaktivitäten, das gilt auch und vor allem für die Tourismuswirtschaft. Es kann nur immer wieder daran appelliert werden, diese Tatsache auch politisch ernst zu nehmen und **Unternehmensbilanzen wie auch volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen zu fordern, die den Beitrag der Natur einbeziehen.**

Das bedeutet auch, alle Akteure ins Visier zu nehmen, die Naturraum- und Landschaftsgestaltend wirken. Aus dieser Sicht wird **Tourismuspolitik sehr schnell Landwirtschaftspolitik.** Und hier sollte ganz klar formuliert werden: „Öffentliches Geld für öffentliche Leistungen“, heißt Subventionen im Agrarbereich müssen viel stärker an den Erhalt von Natur und Landschaft geknüpft werden, als dies bisher der Fall ist.



Wichtige Instrumente sind die Gemeinschaftsaufgaben „Agrar- und Küstenschutz“ wie auch „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“. Aus letzterer werden bisher vor allem touristische Basisinfrastrukturmaßnahmen gefördert, zu denen typischerweise Informationszentren und –systeme, Kur- und Strandpromenaden, Bädereinrichtungen oder auch Rad- und Wanderwege gehören. Aus unserer Sicht müssen diese Mittel auch für Belange des Natur- und Umweltschutzes einschließlich damit verbundener Besucherbetreuungssysteme oder auch Informationszentren der Nationalen Naturlandschaften erweitert werden. Ähnliches gilt für Mittel aus den EU-Strukturfonds. Auch hier fehlt ein Zuschnitt auf die Erfordernisse der Nationalen Naturlandschaften.

(2) Die Kosten für Schutz und Pflege von Natur und Landschaft müssen in den Wertschöpfungsketten berücksichtigt werden.

Investitionen der Tourismuswirtschaft sind zumeist von einer attraktiven Natur und Landschaft abhängig. Dies wird kaum beachtet, wenn es um Schutz und Erhalt dieser wichtigen Ressource „Natur und Landschaft“ geht. Wir haben hier die klassische Situation der „freien Güter“. Natur und Landschaft werden verwertet, das bedeutet, es erfolgt Wertschöpfung ohne dass ein adäquater Gegenwert zurückfließt, um die wichtigste Ressource zu erhalten, zu schützen oder auch zu gestalten.

Zukünftig sollten deshalb regionale Wertschöpfungsketten umgesetzt werden, die Landwirtschaft, Landschaftserhalt, Naturschutz und Tourismus miteinander verknüpfen. Das bedeutet im konkreten Fall, die Tourismuswirtschaft stärker an Schutz und Erhalt von Natur und Landschaft zu beteiligen, als das bisher der Fall ist.

(3) In den Nationalen Naturlandschaften muss ein innovativer, naturverträglicher und nachhaltiger Tourismus umgesetzt werden. Die Schutzgebietsverwaltungen haben hier eine Schlüsselrolle.

Es ist nicht zielführend, in die sogenannte touristische Infrastruktur in Form von Hotels, Rad- und Wanderwegen etc. zu investieren, ohne sich über den langfristigen Erhalt der Basis Gedanken zu machen. **Entscheidend sind Ressourcen, um innovative und naturverträgliche, sogenannte nachhaltige Tourismusformen entwickeln, umsetzen und vermarkten zu können und dies auf allen Ebenen – von der Region bis zum Bund.** Hier sind Kreativität, und Kontinuität gefragt, um marktfähige Alleinstellungsmerkmale zu entwickeln und eben auch umzusetzen. Dies erfordert allerdings auch eine deutliche personelle Stärkung der Schutzgebietsverwaltungen auch im Hinblick auf notwendiges naturtouristisches Know-How.



Im tourismuspolitischen Bericht der Bundesregierung von Mai 2013 wird festgestellt, dass es in Deutschland mit seiner anspruchsvollen Umwelt- und Klimapolitik eine Fülle von nachhaltigen Tourismusangeboten gibt (BMWi 2013, S. 14). Wir freuen uns über das Bekenntnis der Bundesregierung, diese Entwicklung zu unterstützen. „So fördert sie u.a. die nachhaltige touristische Erschließung der ca. 130 Nationalen Naturlandschaften.“ (ebd.) Wie es konkret vor Ort aussieht, werden uns sicher die Vertreter und Vertreterinnen der Nationalen Naturlandschaften berichten. Auf Ebene des Dachverbandes vermissen wir eine gezielte Stärkung der Schutzgebietsverwaltungen und eine Kontinuität in der Projektförderung. Wir vermissen eine deutliche Fokussierung auf die Nationalen Naturlandschaften in Projekten, die sich mit „Tourismus im ländlichen Raum“ befassen. Wir sehen die Nationalen Naturlandschaften als wichtige Motoren und Kristallisationspunkte ländlicher Entwicklung und es ist uns unverständlich, dass sie bspw. in dem von 2011 bis 2013 durchgeführten Projekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie“ sowie Deutscher Reiseverband „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“, keine gesonderte Beachtung erfahren haben.

(4) Naturtourismus braucht einen klaren Absender – „Nationale Naturlandschaften“

Naturtourismus in Nationalen Naturlandschaften braucht einen klaren Absender, wenn die Alleinstellungsmerkmale eines auf natürliche Ressourcen und Naturerleben bezogenen Tourismus erfahrbar, erkennbar und verwertbar werden sollen. Mit der Marke „Nationale Naturlandschaften“ wurde mit Förderung des Bundes und der Deutschen Bundesstiftung Umwelt ein solcher Absender geschaffen, der das Potenzial hat, eben diese Attribute im Markenkern zusammenzuführen. Damit könnte eine Marke positioniert werden, die sich deutlich von anderen Destinations-, Programm- und Produktmarken unterscheidet.

Leider fehlt es hier an Kontinuität, insbesondere auf Bundesebene Potenziale wirklich nutzen und ausbauen zu können, die sich ganz klar auf „Natururlaub“ beziehen“. Dass es einen Markt gibt, belegen Studien der Deutschen Zentrale für Tourismus, die **2016 eine Themenkampagne „Faszination Natururlaub“ im Auslandsmarketing umsetzt**. Sie strebt damit eine weltweite Positionierung des Reiselandes Deutschland als Zieldestination für den „Natururlauber“ aus dem Ausland an. Wir freuen uns sehr über dieses ambitionierte Ziel und kooperieren gern mit der DZT, weil zusätzliche Besucher auch die Wertschöpfung in den Nationalen Naturlandschaften erhöhen werden und weil sich die Aufmerksamkeit für die Gebiete erhöhen wird. Wir sehen allerdings auch die große Herausforderung, zielgruppenspezifisch attraktive Angebote in den Gebieten zu konzipieren und umzusetzen. Letztlich sollte die Chance, „Natururlaub“ in den Focus zu rücken genutzt werden, um auch deutschen Urlaubern die Nationalen Naturlandschaften nahe zu bringen. Dafür wäre aus unserer Sicht eine Kampagne erforderlich. „Faszination Natururlaub“ ist ein Versprechen, das in den Nationalen Naturlandschaften eingelöst wird. Dafür muss es Substanz in



Form konkreter Angebote und eine klare Markenpositionierung „Nationale Naturlandschaften“ geben.

(5) Die Nationalen Naturlandschaften bieten Identität also Markenerne und brauchen Multiplikatoren

In diesem Sinne bieten die Nationalen Naturlandschaften Identität und brauchen Multiplikatoren. Ein Projekt, das genau diese Tatsache nutzt, ist „Partner der Nationalen Naturlandschaften“. Die sogenannten „Partner-Initiativen“ sind in den Nationalen Naturlandschaften verankert und verbinden unter anderem Gastgewerbe mit einem gästeorientierten Naturerlebnis in dem jeweiligen Schutzgebiet. Betriebe, die zu „Partnern der Nationalen Naturlandschaften“ zertifiziert werden, tragen mit ihrem hohen Qualitätsversprechen zum Schutz der Natur bei und werden gleichzeitig zu Botschaftern für Naturschutz und für Naturerleben, weil sie eben auch über eine gemeinsame Programm-Marke erkennbar werden. „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ ist ein beispielgebendes Erfolgsmodell einer Win-Win-Situation für die Tourismuswirtschaft, den Gast und die Natur. Aktuell sind 22 Gebietsverwaltungen und fast 900 Betriebe bundesweit beteiligt. Auch hier sind sich alle Beteiligten einig, dass die Marke „**Nationale Naturlandschaften**“ das Potenzial hat, nachhaltigem und naturbezogenem Tourismus eine Adresse zu geben –“. **Leider fehlen auch hier auf Bundesebene Ressourcen, um die dafür notwendige Markenentwicklung sprich die Weiterentwicklung der Qualitätsstandards und zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen weiterzuerfolgen.**

Abschließend soll nochmals der Bogen zum Anfang gespannt werden. Wertschöpfung in den Nationalen Naturlandschaften findet durch Tourismus statt, ist ausbaufähig und hilft, ländliche Räume zu stabilisieren. Allerdings ist Wertschöpfung in den Nationalen Naturlandschaften ohne Wertschätzung der Gesellschaft nicht möglich. Hier gilt es anzusetzen und ressortübergreifend zu denken und zu agieren.

Mit freundlichen Grüßen

i.A. Dr. Elke Baranek



LAND BRANDENBURG

Landesamt für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz
Tramper Chaussee 2 | 16225 Eberswalde

Landesamt für Umwelt,
Gesundheit und
Verbraucherschutz

Abteilung Großschutzgebiete,
Regionalentwicklung

Biosphärenreservat
Schorfheide-Chorin



- Der Leiter -

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Vorsitzende
Heike Brehmer, MdB
Platz der Republik 1
D - 11011 Berlin

Bearb.: Dr. Martin Flade
Gesch.-Z.:
Hausruf: 03331 3654-31
Fax: 03331 3654-10
Internet: www.lugv.brandenburg.de
Martin.Flade@lugv.brandenburg.de

Angermünde, 15.09.2014

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages zum Thema "Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten" am 15.10.2014

Hier: Stellungnahme aus Sicht des Biosphärenreservates Schorfheide-Chorin

1. Das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin

Das Biosphärenreservat (BR) Schorfheide-Chorin wurde im Jahr 1990 im Rahmen des Nationalparkprogrammes der DDR eingerichtet und ist mit 1.292 km² Fläche etwa eineinhalbmal so groß wie das Land Berlin. Es gehört jedoch mit – innerhalb der Reservatsgrenzen – nur etwa 24.000 Einwohnern (18,5 Einwohnern/km²; Durchschnitt Brandenburg = 83 EW/km², Berlin = 3785 EW/km²) zu den am dünnsten besiedelten Regionen Deutschlands. Das Gebiet ist geprägt durch ausgedehnte Wälder (48 % der Fläche), darunter einige der größten zusammenhängenden Tieflandbuchenwälder der Erde, etwa 240 Seen (7 %), darunter viele Klarwasserseen, u.a. der Parsteinsee als größter See Brandenburgs und der Werbellinsee als zweittiefster See Brandenburgs, weiterhin Tausende von Mooren, Erlenbrüchen und Kleingewässern (4 %) sowie hügelige, reichstrukturierte Agrarlandschaften (39 %).

Mit fast 14.000 Hektar Ökolandbauflächen befindet sich hier die größte ökologische Anbauregion Deutschlands. Zusammen mit 6.300 ha extensiv genutztem Grünland ist fast die Hälfte der Landwirtschaftsfläche chemiefrei bewirtschaftet. Lediglich vier Kleinstädte mit maximal 4.000 Einwohnern liegen im Biosphärenreservat. Kennzeichnend sind kleine, landwirtschaftlich geprägte Angerdörfer mit 100-500 Einwohnern mit z.T. gut erhaltener historischer Bausubstanz (Feldstein- und Backsteinbauten) und verbreiteten kleine Tierhaltungen und Bauerngärten. Historisch prägende Bauwerke und Elemente sind u.a. das Zisterzienserkloster

Hauptsitz der Abteilung:

Tramper Chaussee 2

16225 Eberswalde

Tel.: 03334 66-2723

Fax: 03334 66-2650

Besucheranschrift:

Hoher Steinweg 5-6

16278 Angermünde

Tel.: 03331 3654-0

Fax: 03331 3654-10

Chorin aus dem 13. Jahrhundert, das Schiffshebewerk in Niederfinow sowie die Schorfheide als traditionelles herrschaftliches Jagdgebiet: kaiserliches Jagdrevier, Jagdgebiet Herrmann Görings und weiterer Nazi-Größen und schließlich Staatsjagdgebiet der DDR-Regierung (dazu gibt es die sehenswerte Ausstellung „Jagd und Macht“ im Jagdschloss Groß Schönebeck).

Die Naturlandschaft ist deutschlandweit herausragend und darüber hinaus von europaweiter Bedeutung. Das drückt sich u.a. in Ausweisung von 60 % der Fläche als Natura-2000-Gebiete aus, darunter mit 49.100 ha fast ein Fünftel aller FFH-Gebiete Brandenburgs. Insgesamt über 50 Adler-Brutpaare (Fischadler, Seeadler, Schreiadler) und mit 450 Brutpaaren das am dichtesten besiedelte Kranichbrutgebiet Europas, das libellenartenreichste Gebiet Deutschlands, über 2.500 Laichgewässer der Rotbauchunke und letzte Vorkommen der Europäischen Sumpfschildkröte beleuchten beispielhaft die Bedeutung des Biosphärenreservats für die Biologische Vielfalt.

Der Buchenwald Grumsin westlich von Angermünde wurde zusammen mit vier weiteren deutschen Buchenwäldern im Jahr 2011 von der UNESCO als Weltnaturerbe anerkannt. Er gehört damit zu den nur drei Weltnaturerbebeständen in Deutschland (Fossilengrube Messel, Wattenmeer, Buchenwälder).

2. Tourismus im Biosphärenreservat

Der Tourismus gehört neben der Land- und Forstwirtschaft zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen und Einkommensquellen im BR. Dabei dominieren bis jetzt relativ zurückhaltende, landschaftsangepasste Formen des Tourismus. Alleinstellungsmerkmale des Tourismus sind im BR:

- a) Die Kombination aus Kultur- und Naturtourismus, z.B. Choriner Musiksommer (klassische Konzerte im Kloster, oft in Verbindung mit Wanderungen und Radtouren), Kirchensommer Brodowin und Kirchenkonzerte in anderen Dörfern, kleinere Galerien und Ausstellungen in Hotels, Kirchen und offenen Höfen.
- b) Erleben von Weite und Einsamkeit in großflächig von technischen Bauwerken weitgehend freien Landschaften durch Wandern und Radfahren, ferner Baden und Angeln in einsamen Seen, lokal auch Reiten, Segeln, Kanufahren und Tauchsport.
- c) Naturbeobachtung (Vögel beobachten, Pilze sammeln, Botanisieren, geführte naturkundliche Wanderungen usw.)
- d) Ökolandbau-Tourismus: Besuch von ökologischen Landwirtschaftsbetrieben, Teilnahme an Hofführungen, Einkauf in den Hofläden.

Durch die Nähe zu Berlin (65-90 km) und vor allem die gute Bahnanbindung (Fahrtdauer von Berlin-Hbf. zum Bhf. Chorin 43 Minuten, Züge im Stundentakt) ist das BR klassisches Wochenend-Ausflugsziel für Berliner und zunehmend Zielgebiet für Fahrradtourismus (u.a. großer Fahrradverleih am Bahnhof Chorin, auch E-Bikes). Der Fahrradtourismus wird durch eine hohe Konzentration überregionaler Radwege gefördert (Radfernweg Berlin-Usedom, Uckermärker Radrundweg, Oder-Neiße-Radweg, Tour Brandenburg u.a.). Eine weitere große Gruppe sind Familienurlauber, die besonders Campingplätze und Ferienwohnungen frequentie-

ren. Schließlich ist das Gebiet Ziel von Kultur- und Bildungsreisen z.B. zum Kloster Chorin, zu Konzerten, zu Ökolandbaubetrieben usw.

Trotz dieses breiten Spektrums an touristischen Zielen und Schwerpunkten sind die Besucherzahlen im Gebiet immer noch vergleichsweise niedrig und mit schätzungsweise 600.000-700.000 Besuchern im Jahr (auf einer relativ großen Fläche) nicht mit den Besucherzahlen in touristischen Schwerpunktgebieten wie z.B. dem Spreewald (4 Mio. Besucher/Jahr auf nur einem Drittel der Fläche) oder dem Nationalpark Jasmund auf Rügen (4,5 Mio. Besucher allein am Königsstuhl) vergleichbar.

Tab. 1: Ausgewählte Besucher- und Übernachtungszahlen 2013 im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin und Trend in den letzten 5-10 Jahren

Touristisches Ziel	Besucherzahl 2013) = Übernachtungen	Trend
Schiffshebewerk Niederfinow	250.000	steigend
Wildpark Schorfheide	120.000	gleich bleibend
Europäische Jugend- und Begegnungsstätte Werbellinsee	104.000*)	gleich bleibend
Landwirtschaftsbetrieb Ökodorf Brodowin	60.000	stark steigend
Kloster Chorin - davon <i>Musiksommer</i> :	>40.000 26.000	steigend
Besuchertzentrum Blumberger Mühle	23.200	gleich bleibend
Schorfheide-Info Joachimsthal	6.000	gleich bleibend
Weltnaturerbe Buchenwald Grumsin	3.500	stark steigend

Insgesamt wird die touristische Besucherzahl im Landkreis Uckermark (der die nördliche Hälfte des Biosphärenreservats, aber auch den Nationalpark Unteres Odertal und den Naturpark Uckermärkische Seen beinhaltet) im Jahr 2012 auf 279.000 (mit 838.300 Übernachtungen) veranschlagt, mit steigender Tendenz (Angabe Touristen-Info Angermünde).

Die touristischen Akteure (Ämter und Gemeinden, Tourismusvereine und –verbände, viele Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, BR-Verwaltung) sind sich einig, dass die Entwicklung von „Massentourismus“ keine gewünschte Option für das BR und die Uckermark insgesamt ist. Vielmehr setzt man auf landschaftsbezogenen, naturnahen Tourismus und Qualitätsentwicklung. Zwar erscheint eine weitere Erhöhung der Besucherzahlen um bis zu 50 % möglich und ist auch gewünscht, jedoch soll ein Niveau gehalten werden, das die besonderen Qualitäten der Region – landschaftliche Schönheit, Unzersiedeltheit und Weite mit der Möglichkeit, auch Stille und Einsamkeit zu erleben – nicht gefährdet. Im Fokus der Bemühungen um eine Steigerung der Wertschöpfung steht deshalb nicht vordergründig eine Steigerung der Besucherzahlen, sondern eine Weiterentwicklung der Qualität und saisonverlängernde Maßnahmen. Dies betrifft Beherbergungseinrichtungen, Gastronomie, zertifizierte Rad- und Wanderwege, Naturbeobachtungs- und Bildungseinrichtungen usw.

Dass diese Strategie durchaus erfolgreich ist, zeigt auch die Auszeichnung der Uckermark als Sieger des Bundeswettbewerbs „Nachhaltige Tourismusregion“ des BMU im Jahr 2013.

Typische Beispiele für das spezielle touristische Profil des Biosphärenreservates und der angrenzenden Region sind z.B. folgende Unternehmen und Projekte:

- Uckermärker Picknickkorb (Lieferung von Picknickkörben, die ausschließlich aus Uckermärker Produkten bestehen, an alle gewünschten und erreichbaren Ziele in der Landschaft)
- Pakeseltouren Brandenburg (geführte ein- bis mehrtägige Wanderungen mit Eseln und Maultieren mit Erklärung der Landschaft durch eine Biologin)
- Unternehmen „Treibholz“ (Verleih von Booten u. Flößen, geführte Kanutouren, Floßfahrten inkl. Verpflegung auf dem Wasser, Konzerte auf dem Wasser)
- Naturcampingplatz Pehlitzwerder (auto- und hundefreier Campingplatz auf einer Halbinsel im Parsteinsee mit hervorragenden Naturbeobachtungsmöglichkeiten, im Winter freigezogen)
- Nullemissiones-Mobilitäts-Netzwerk (System von Verleih- und kostenlosen solaren Ladestationen für E-Bikes und perspektivisch auch E-Mobile im BR)
- Natur- und Landschaftsführer im Weltnaturerbe Grumsin (geführte Wanderungen in die ansonsten für Besucher gesperrte Kernzone).

Dabei sind sich die Akteure sehr bewusst, dass eine intakte, unzerschnittene, reichhaltige Landschaft die Grundlage des Tourismus im Biosphärenreservat ist. Fast alle Kommunen lehnen daher z.B. Windkraftnutzung (BR in Brandenburg sind für Windräder ohnehin tabu), intensive Landwirtschaft (Maiswüsten), lärmintensive Nutzungen (z.B. zunehmende Motorrad-Gruppenfahrten, Quads, Motorboote und Wasserski auf dem Werbellinsee...) und Massenveranstaltungen ab. Ebenso stoßen landschaftsschädigende Infrastrukturmaßnahmen wie z.B. der geplante Bau einer 380kV-Freileitung (Uckermarkleitung) sowie geplante Intensivtierhaltungen vollständig (Freileitung) oder weitgehend auf Ablehnung bei Kommunen, örtlichen Betrieben und Einwohnern.

3. Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Region

Obgleich die wirtschaftliche Bedeutung von Biosphärenreservaten recht gut untersucht und belegt ist (JOB et al. 2013), gibt es im BR SC nur relativ wenige touristische Haupterwerbsbetriebe, die über Familienunternehmen hinausgehen (z.B. größere Hotels, Wildpark usw.). Vielmehr liegt der Schwerpunkt im Neben- und Zuerwerb, also dem Angebot von Ferienwohnungen und Gästezimmern auf dem Hof, teils in umgebauten Stallgebäuden, Scheunen und Remisen, Direktvermarktung, kleinen Dienstleistungen usw.

Ein Beispiel ist das Ökodorf Brodowin: Neben einem von einem Verein betriebenen Naturcampingplatz gibt es in dem Dorf mit 430 Einwohnern (115 Arbeitsplätze im Dorf, davon 95 in Landwirtschaft, Verarbeitung und Vermarktung) inzwischen etwa 80 Gästebetten mit steigender Tendenz. Davon fallen jedoch nur 22 Gästebetten auf Haupterwerbsbetriebe (Pension mit Café bzw. Gaststätte mit Fremdenzimmern), der überwiegende Teil dagegen auf nebenher betriebene Ferienwohnungen und Gästezimmer, die sich auf viele Hofstellen verteilen. Allein in Brodo-

win gibt es 4 (Bio-)Hofläden, eine Gaststätte und drei Cafés. Die Arbeitslosigkeit liegt seit Mitte der 1990er Jahre auf bayerischem Niveau (stets unter 6 %).

Durch die beschriebenen Strukturen ergibt sich eine Einkommensstützung in der Breite, von der viele profitieren. Es gibt positive Effekte auf Lebensmittel-Direktvermarktung, Handwerk, Gastronomie, Kunst, Natur- und Landschaftsführer.

Wichtiges Instrument zur Vernetzung der vorhandenen Strukturen und Betriebe ist das „Prüfzeichen Schorfheide-Chorin“, einer Regionalmarke mit hohem Qualitätsanspruch. Unter dem Dach des Prüfzeichens sind zurzeit etwa 85 Betriebe der BR-Region miteinander vernetzt, die sich bestimmten, auch ökologischen Qualitätsanforderungen und regionalen Wirtschaftskreisläufen verpflichtet fühlen. Das Prüfzeichen wird nicht nur an Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, sondern auch an Landwirtschaftsbetriebe, Lebensmittelverarbeitung und -vermarktung, Handwerksbetriebe und Umweltbildungseinrichtungen vergeben.

Eine wesentliche Erkenntnis aus der Entwicklung von Brodowin und seinen Nachbardörfern (Chorin, Serwest, Liepe) ist, dass sich auf der Basis des ökologischen Landbaus mit Verarbeitungs- und Vermarktungskette und einer behutsamen touristischen Entwicklung sowohl wirtschaftliche Prosperität als auch der umfassende Schutz der biologischen Vielfalt gemeinsam verwirklichen lassen (Beispiel siehe Abb. 1) - mehr noch: beide Faktoren sind hier unmittelbar voneinander abhängig: Die touristische Attraktivität ist von Schönheit und Intaktheit sowie biologischer Vielfalt der Landschaft abhängig. Der erfolgreiche Naturschutz ist wiederum von einer funktionierenden ökologischen Landwirtschaft und seine Akzeptanz auch von der touristischen Wertschöpfung abhängig.

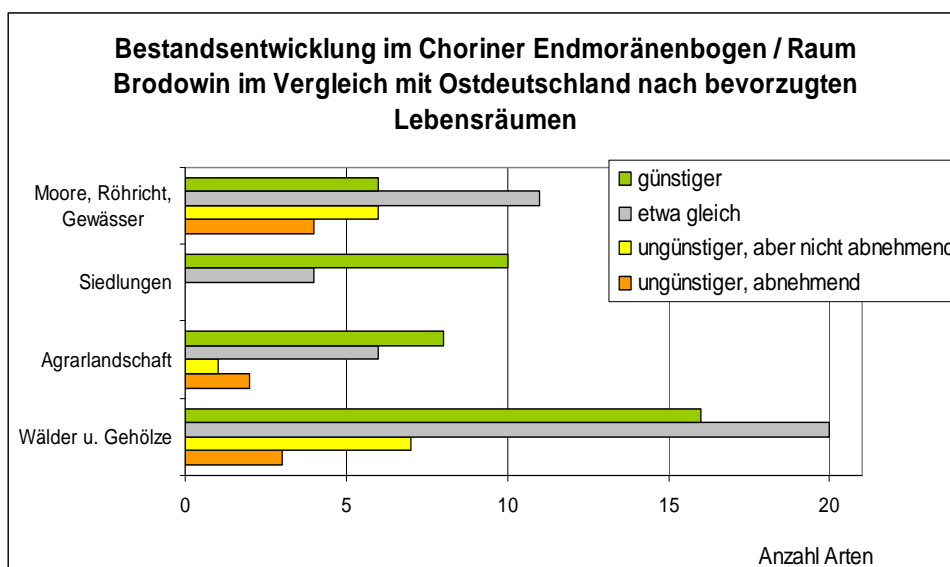


Abb. 1: Beleg für die Vereinbarkeit von wirtschaftlicher Prosperität und dem Schutz der biologischen Vielfalt: Bestandsentwicklung der Brutvögel im Raum Brodowin im Vergleich zu Ostdeutschland im Zeitraum 1997-2013 (nach Monitoring-Daten der Biosphärenreservatsverwaltung und des Dachverbandes Deutscher Avifaunisten)

4. Intakte Landschaft als Grundlage des Tourismus und der Lebensqualität

Eine besondere Funktion der BR-Verwaltung besteht einerseits darin, Schönheit, Unzerschnittenheit, Intaktheit und biologische Vielfalt der Landschaft als Grundlage auch für die nachhaltige Tourismusedwicklung zu gewährleisten, und andererseits die Akteure im BR miteinander zu vernetzen und zu koordinieren. Die diesbezüglichen Erwartungen von Kommunen, Unternehmen und Bewohnern an die BR-Verwaltung sind hoch und teilweise nicht (mehr) zu erfüllen.

Der im Zuge der Sparmaßnahmen des Landes umgesetzte allgemeine Verwaltungsbau betraf auch die BR-Verwaltung (Abbau in der Verwaltung seit 2003 von 19 auf 11, bei der Naturwacht Abbau auf jetzt 13 Mitarbeiter). Gegenüber dem letzten Evaluierungsbericht an das MAB – Komitee ist ein weiterer Rückgang zu verzeichnen.

Gleichzeitig haben die Sachmittel, z.B. für Vertragsnaturschutz auf landwirtschaftlichen Flächen, stark abgenommen. Es ergibt sich dadurch eine Schere zwischen steigenden Erwartungen der Akteure einerseits und abnehmenden Möglichkeiten der BR-Verwaltung andererseits. Kommunen, Tourismusverbände und örtliche Landwirtschaftsbetriebe fordern zunehmend vehement mehr Personalmittel und Engagement vom Land ein. Die BR-Verwaltung versucht ihrerseits, verstärkt Ziele und Maßnahmen über Drittmittelprojekte, teils über dazwischen geschaltete externe Träger, umzusetzen

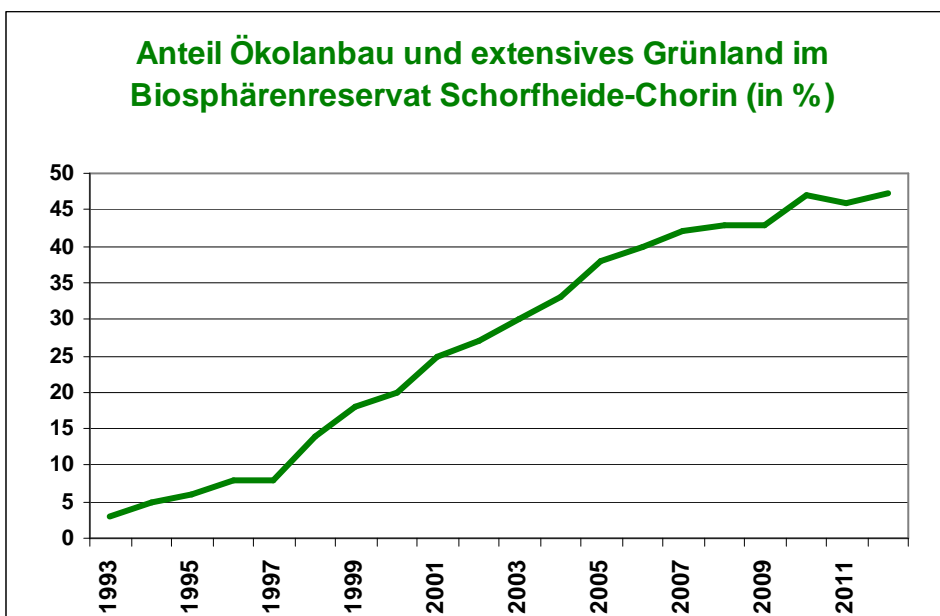


Abb. 2: Entwicklung des Ökolandbaus im BR Schorfheide-Chorin (beachte das Abflachen der Kurve ab 2006 und die Stagnation ab 2010).

Unabhängig von der Personal- und Haushaltssituation der BR-Verwaltung haben äußere Anreize besonders aus dem Bereich der Landwirtschafts- und Energiepolitik zunehmend Einfluss auf die Entwicklung des BR. Während Zahl und Fläche der Ökolandbau-Betriebe von 1990 bis ca. 2006 beständig zugenommen haben, hat

sich diese dynamische Entwicklung mit Inkrafttreten des EEG ab 2006 deutlich abgeschwächt und stagniert seit 2010 vollständig (Abb. 2). Das Land Brandenburg hatte zudem zeitweise von 2010 bis 2013 die Umstellungsförderung von konventionellem auf ökologischen Landbau eingestellt. BR stellen bisher bei Fördermaßnahmen für den Ökolandbau keine vorrangige Förderkulisse dar.

Ab 2006 kam es sprunghaft zum Anstieg von Energiemais-Anbau, der sowohl aus Sicht des Naturschutzes als auch aus Sicht der touristischen Qualität der Landschaft die problematischste Feldkultur ist. Mit Abschaffung der obligatorischen EU-Flächenstilllegung 2007 sind auch die vielen bunten Brachen weitgehend aus der Landschaft verschwunden. Es ist insgesamt eine Verknappung an landwirtschaftlichen Flächen eingetreten, mit dem Effekt des sprunghaften Anstiegs der Flächen- und Pachtpreise und Erhöhung des Nutzungsdrucks.

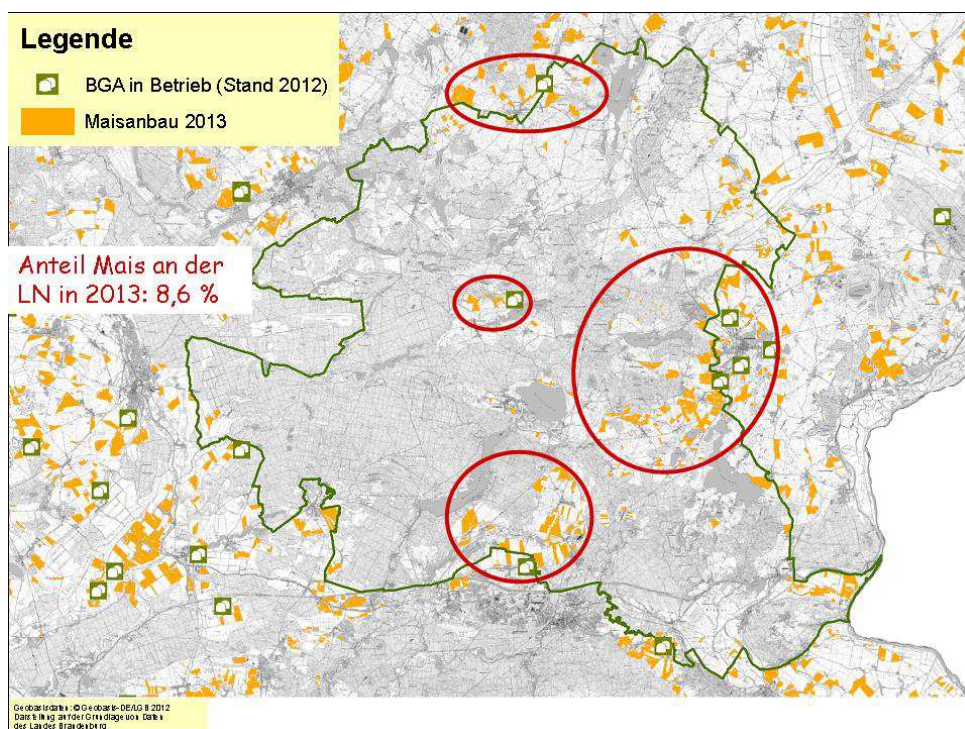


Abb. 3: Zusammenhang zwischen Biogasanlagen und (für die Landschaftsqualität sehr problematischen) Silomaisflächen im BR Schorfheide-Chorin.

Gerade ökologische Landwirtschaftsbetriebe, die ein Garant für die biologische Vielfalt und touristische Attraktivität der Landschaft sind, geraten zunehmend unter ökonomischen Druck, während Betriebe, die großflächig und intensiv Mais für Biogasanlagen anbauen, wirtschaftlich gut dastehen (Abb. 3). Im Ergebnis gibt es eine Nutzungsintensivierung auch im BR und erste Rückumsteller von ökologischer auf konventionelle Landwirtschaft. Die BR-Verwaltung hat in dieser Situation weder ausreichende finanzielle noch personelle Instrumente, um dieser Entwicklung erfolgreich entgegen zu wirken.

Ähnlich schwach ist die Stellung des BR bei neuen Infrastrukturprojekten, die eigentlich bereits in den Raumordnungsverfahren umgelenkt oder modifiziert wer-

den sollten. Beispiele für solche Projekte, die die Landschaftsqualität im BR deutlich und nachhaltig beeinträchtigen, sind z.B. der Ausbau der Oder-Havel-Wasserstraße inkl. eines neuen Schiffshebewerkes in Niederfinow, der Bau von Standstreifen, Park- und Rastplätzen an der A 11 im zentralen Naturschutzgebiet des BR, der geplante dreispurige Ausbau der B 198, der Bau der Uckermarkleitung (380 kV-Freileitung) quer durch das BR, eine neue Ortsumgehung der B 167 von Eberswalde inklusive neuem Autobahnanschluss usw.

Andererseits wehren sich Bewohner, örtliche Unternehmen und teilweise auch Kommunen zunehmend gegen diese Entwicklungen, da sie sie als Angriff auf die Lebensqualität und die touristischen Entwicklungspotenziale verstehen. So hat die Bürgerinitiative „Biosphäre unter Strom“ in kurzer Zeit einen sechsstelligen Geldbetrag von allen betroffenen Kommunen (Angermünde, Eberswalde, Chorin) sowie vielen lokalen Unternehmen der Bereiche Ökolandbau, Vermarktung (z.B. Hemme Milch) und Tourismus (Hotelbetriebe) eingesammelt, um gegen den im August 2014 ergangenen Planfeststellungsbeschluss für die Uckermarkleitung zu klagen. Andere Bürgerinitiativen wehren sich gegen die beantragte Neueinrichtung oder Erweiterung von großen Schweinemast- und Kälbermastanlagen im oder am Rand des BR, die in der Mehrzahl dann auch nicht genehmigt wurden bzw. deren Genehmigungen aktuell beklagt werden (Haßleben).

5. Fazit

- Im BR Schorfheide-Chorin hat sich ein landschaftsbezogener und nachhaltiger Tourismus mit speziellem Profil erfolgreich etabliert, der weiter moderat anwächst. Eine enge Zusammenarbeit zwischen touristischen Akteuren, Kommunen und BR-Verwaltung ist notwendig, und dort, wo sie stattfindet, auch erfolgreich (Sieg Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusregion“ usw.).
- Diese angepasste und naturverträgliche touristische Entwicklung leisten einen wesentlichen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung und Arbeitsplatzsicherung in einer sehr dünn besiedelten und strukturschwachen Region.
- Die Wertschöpfung kommt dabei nicht einigen wenigen Großunternehmen zugute, sondern fließt in die Breite, ganz vorwiegend in kleinere Unternehmen, Familienbetriebe und in den Neben- und Zuerwerb.
- Grundlage dieser ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Entwicklung ist die herausragende Qualität der Landschaft (Stichworte Schönheit, Weite, Unzerschnittenheit, Stille, biologische Vielfalt, Produktion gesunder Nahrungsmittel, saubere Seen usw.).
- Eine Aufgabe der BR-Verwaltung ist es, die Qualität der Landschaft als wesentlichem Teil der Lebensqualität und der touristischen Attraktivität der Region zu gewährleisten und die Akteure miteinander zu vernetzen. Über die Prüfzeichen-Vergabe für regionale Unternehmen sorgt das BR für Qualitätssicherung und ökologische Nachhaltigkeit.

- Der überall stattfindende Personalabbau ist in Biosphärenreservaten auch der touristischen Entwicklung abträglich. Der Wertschöpfungsgewinn in der Region findet keinen Niederschlag in der Ausstattung der BR-Verwaltung.
- Die Arbeitsmöglichkeiten der BR-Verwaltung werden zudem durch überregionale politische Rahmenbedingungen, die in das BR hineinwirken (Agrar-, Infrastruktur- und Energiepolitik), erheblich und zunehmend erschwert.
- Biosphärenreservate werden noch nicht ressortübergreifend als Modellregionen für Nachhaltige Entwicklung verstanden. Es fehlen auch auf Bundesebene Förderprogramme, die gezielt auf die Kulisse der Biosphärenreservate ausgerichtet sind; dies bezieht sich nicht nur auf Naturschutz, sondern gerade auch auf nachhaltige Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Tourismus, Infrastruktur und Energiewirtschaft.
- Gerade auch bei Infrastrukturprojekten des Bundes müssen die Belange der Biosphärenreservate (und auch der anderen Großschutzgebiete) Berücksichtigung finden. So könnten bei der Trassierung von Höchstspannungsleitungen diese Gebiete vorrangige Kulisse für Erdverkabelungen sein. Beim Ausbau von Bundesverkehrswegen sind Regelungen notwendig, die die besondere Wertigkeit dieser Regionen gerade auch für den Tourismus berücksichtigen.



Dr. Flade



Öffentliche Anhörung im Ausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestags am 15. Oktober 2014 zum Thema „Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten“

Stellungnahme von 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. Gemeinsam mit den Nationalparks und Biosphärenreservaten zählen sie zu den Großschutzgebieten. 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. 98 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.

I. Bedeutung der Naturparke für den Tourismus

Naturparke sind entsprechend § 27 BNatSchG wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzung für die Erholung besonders geeignet und in ihnen wird ein nachhaltiger Tourismus angestrebt. Wenn man in Betracht zieht, dass sie 27% der Fläche Deutschlands einnehmen, wird deutlich, dass Naturparke besonders wichtig für den Tourismus im ländlichen Raum sind. Naturparke bieten Bewohnern der Region und Gästen eine attraktive Landschaft sowie Möglichkeiten für Erholung und Erleben der Natur. Touristische Leistungs- und Entscheidungsträger sowie Tourismusregionen werben und kooperieren erfolgreich mit „ihren“ Naturparks. Naturparke unterstützen die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus und sie entwickeln naturtouristische Angebote für unterschiedliche Besuchergruppen. Hierzu zählt touristische Infrastruktur wie Wegenetze für Wandern, Radfahren, Reiten etc. und Naturpark-Infozentren ebenso wie geführte Touren mit qualifizierten Naturpark-Führern. Insbesondere auch unter den Aspekten der Sozialverträglichkeit und dem demografischen Wandel bieten Naturparke attraktive, barrierefreie Angebote der kurzen Wege. So können auch sozial schwache oder in ihrer Mobilität eingeschränkte Besucher, gerade auch aus Ballungszentren, Natur erleben ohne weite Anfahrtswege. Sie sind auch Initiatoren und Partner für eine Nachhaltige Mobilitäts- und Verkehrsentwicklung und bemühen

sich insgesamt um eine touristische Infrastruktur, die dem Leitbild der Nachhaltigkeit verpflichtet ist.

Die touristische Bedeutung der Großschutzgebiete hat sich auch in den Ergebnissen des Bundeswettbewerbs „Nachhaltige Tourismusregionen in Deutschland“ gezeigt, den das Bundesumweltministerium und der Deutsche Tourismusverband 2013 veranstaltet haben. Die Sieger kommen überwiegend aus Großschutzgebietsregionen.

II. Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten

Die Bedeutung von intakter Natur und von Angeboten für das Erleben von Natur wird im Bewusstsein der Bevölkerung immer wichtiger. Dies hat auch die Naturbewusstsein-Studie gezeigt, die das Bundesamt für Naturschutz 2013 veröffentlicht hat. Damit einher geht das immer größer werdende Bedürfnis nach Erholung und Urlaub in intakter Natur und Landschaft. Dies gilt nicht nur für Deutschland, sondern auch im internationalen Kontext. Nach Angaben der Deutsche Zentrale für Tourismus DZT ist „Landschaft und Natur“ (Erholung) neben den „Sehenswürdigkeiten“ (Kultur) das Nr.1-Kriterium der ausländischen Urlaubsgäste für die Destinationsentscheidung. Dies ist der Grund dafür, dass die Deutsche Zentrale für Tourismus 2016 die Themenkampagne „Faszination Natururlaub“ durchführt, bei der Naturerlebnis und Naturerfahrung in Natur- und Nationalparks sowie Biosphärenreservaten im Vordergrund stehen.

Die durch die Großschutzgebiete erfolgende Wertschöpfung ist durch verschiedene Studien belegt, von denen hier einige beispielhaft genannt werden. Eine vom Bundesumweltministerium in Auftrag gegebene Studie zu den ökonomischen Effekten von Großschutzgebieten kam 2004 zu dem Ergebnis, dass für die Naturparke Altmühltal und Hoher Fläming ein allein touristisch bedingter regionalökonomischer Effekt nachgewiesen werden kann, der im Naturpark Altmühltal einem Beschäftigungsäquivalent von 483 Arbeitsplätzen entspricht und im Naturpark Hoher Fläming von 211 Arbeitsplätzen (Job et. al. 2005). Es profitieren besonders das Gastgewerbe, aber auch der Einzelhandel und das Dienstleistungsgewerbe durch die Besucher der Naturparke. In Österreich wurde die jährliche Wertschöpfung in den 47 österreichischen Naturparks, die insgesamt nur rund 5% der Naturparkfläche in Deutschland entsprechen, mit 144 Mio. Euro jährlich ermittelt (VNÖ 2012; Ketterer & Siegrist 2009).

Nach Berechnungen von Prof. Job von der Universität Würzburg werden die gegenwärtig 14 Nationalparke in Deutschland pro Jahr von rund 50 Millionen Menschen besucht, dabei wird ein Umsatz von rund 2,1 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das entspricht einem Vollzeitbeschäftigungsäquivalent von 69.000 Personen. Betrachtet man nur die 10,5 Millionen Besucher, die ausdrücklich wegen des Nationalparks in die Region kommen, dann belaufen sich die Bruttoumsätze auf fast eine halbe Milliarde Euro, dies entspricht Beschäftigungsäquivalenten von rund 14.000 Arbeitsplätzen. Diese Zahlen sind das Ergebnis einer Hochrechnung, in die detaillierte Untersuchungen aus sieben deutschen Nationalparke eingeflossen sind (BMU-Pressedienst Nr. 173/08, 14.08.2008).

Eine wissenschaftliche Studie des Deutschen Wanderverbandes, gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft, zeigt, dass Wanderer in Deutschland jährlich 7,5 Milliarden Euro in den Orten ausgeben, die sie während ihrer Touren besuchen. Hinzu kommen die Ausgaben für die An- und Abreise sowie für die Ausrüstung. Allein letztere belaufen sich auf 3,7 Milliarden Euro pro Jahr (Deutscher Wanderverband 2011). Die Großschutzgebiete sind für das Wandern von großer Bedeutung und häufig in die Wegeplanung- und -instandhaltung eingebunden. Zahlreiche der attraktivsten Wanderwege Deutschlands führen z.B. durch Naturparke. Dies wird auch bei einem Blick auf die Website von „Top trails of Germany“ deutlich, einer 2005 gegründeten Marketingkooperation, die eine Reihe naturnaher und erlebnisreicher Fernwanderwege in den schönsten deutschen Regionen bewirbt (www.top-trails-of-germany.de). Nahezu alle dort vorgestellten Fernwanderwege führen durch Naturparke.

Eine Studie über die Dachmarke Rhön im Biosphärenreservat Rhön zeigt in einer detaillierten Analyse der Wertschöpfungsketten, dass Mitgliedsbetriebe der Dachmarke Rhön im Vergleich zu Betrieben, die nicht zur Dachmarke Rhön gehören, mehr Wert darauf legen, ihre Waren in der Region einzukaufen. Die Wertschöpfung bleibt also in größerem Umfang in der Region. So wird eine vielfältigere ökonomische Struktur in der Region unterstützt. Die Dachmarke Rhön wird als Ergebnis der Studie als ein marktorientiertes Instrument angesehen, das eine nachhaltige, wirtschaftliche Entwicklung der Region unterstützt (Felix Kraus / Cornelius Merlin / Hubert Job, Würzburg Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie Jg. 58 (2014), Heft 2-3, S. 164–180). Aus der Studie kann man auch die Bezüge zwischen touristischer Wertschöpfung und Wertschöpfung in weiteren Branchen in Großschutzgebieten ableiten. Denn die Mitgliedsbetriebe der Dachmarke Rhön besitzen mit ihren Angeboten auch eine große touristische Relevanz. Im Fall der Dachmarke Rhön wie auch bei anderen Dachmarken und Regionalmarken in Großschutzgebieten, sind es die Großschutzgebiete mit ihren Verwaltungen, die die entscheidenden Impulse für die Etablierung dieser Regional- und Dachmarken liefern.

Dass eine umfassende Betrachtung des ökonomischen Werts von Schutzgebieten wie Nationalparks, Naturparks oder Biosphärenreservaten über das Thema Wertschöpfung hinausgeht, sei an dieser Stelle nur mit einem Verweis auf die TEEB-Studie angemerkt. Die TEEB-Studie weist auf den wichtigen Beitrag von Schutzgebieten für den Erhalt von Ökosystemen und Biodiversität sowie deren Leistungen für den Menschen hin. Nach Prof. Dr. Bernd Hansjürgens vom Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung werden die weltweiten jährlichen Ausgaben für Schutzgebiete mit rund 6 Mrd. US Dollar veranschlagt, der jährliche Bedarf für ein effektives Schutzgebietsmanagement wird mit etwa 45 Mrd. USD geschätzt und der jährliche Nutzen von Schutzgebieten liegt schätzungsweise zwischen 4.500 Mrd. und 5.200 Mrd. USD (Bernd Hansjürgens „TEEB und die ökonomische Bedeutung von Nationalparks und Schutzgebieten“ in „100 Jahre Nationalparks in Europa“, EUROPARC Deutschland, 2011).

III. Wie kann die Wertschöpfung verbessert werden?

Deutlich geworden ist, dass in Großschutzgebieten besonders gute Voraussetzungen für eine Wertschöpfung durch den Tourismus bestehen, die insbesondere den Menschen in ihren Regionen zugutekommen und damit in besonderem Maße den ländlichen Raum stärken.

Entscheidend ist die Frage, wie dieses Potential noch besser genutzt und ausgebaut werden kann.

1. Personelle und finanzielle Ausstattung der Großschutzgebiete stärken

Die Leistungen der Großschutzgebiete für eine starke touristische Wertschöpfung beruhen in erster Linie darauf, dass es sich um aktiv gemanagte Schutzgebiete handelt. Um die besondere Natur und Landschaft in den Großschutzgebieten erfolgreich in Wert setzen zu können, sind ausreichende personelle und finanzielle Ressourcen in den Schutzgebietsverwaltungen erforderlich. Hier haben insbesondere zahlreiche Naturparke ein Defizit. Der VDN geht davon aus, dass in einem Naturpark inklusive der Geschäftsführung oder Leitung zur Bewältigung der Aufgaben Personal im Stundenumfang von mindestens vier Vollzeitstellen in Management und Verwaltung vorhanden sein muss. Mehrere Bundesländer haben sehr gute Erfahrungen mit der ergänzenden Einrichtung einer hauptamtlichen Naturwacht (Ranger) gemacht. Nur mit ausreichendem Personal ist die Kooperationen mit den touristischen Leistungsträgern und Tourismusverbänden ebenso wie die Planung und Gestaltung von angebotsorientierten Infrastrukturmaßnahmen wie Wander- und Radwege, barrierefreien Naturerlebnismaßnahmen, dem Management von Partnernetzwerken etc. möglich. Diese Personalzielzahlen werden auch von anderen Dachverbänden wie in Österreich und in der Schweiz genannt.

Das 2004 verabschiedete „Arbeitsprogramm Schutzgebiete“ im Rahmen des Übereinkommens über die biologische Vielfalt (CBD) betont im Übrigen auch das Ziel der Einrichtung und Unterhaltung effektiv gemanagter nationaler und regionaler Schutzgebietssysteme.

2. Gezielte Förderung der Entwicklung der Großschutzgebiete

Die Großschutzgebiete müssen bei der Entwicklung und dauerhaften Unterhaltung von schutzgebietsgerechten Leistungsbausteinen für die Stärkung der touristischen Wertschöpfung unterstützt werden. Hierzu zählen z.B. Infrastrukturmaßnahmen wie Wander- und Radwege, barrierefreie Naturerlebnismaßnahmen, der Aufbau und das Management von Netzwerken mit Partnerbetrieben aus der Region aus Hotellerie, Gastronomie, Landwirtschaft, Naturschutz und weiteren Akteuren, die Förderung von regionalen Produkten und der Aufbau von Regionalmarken, Angebote für nachhaltige Mobilität im öffentlichen Personennahverkehrs sowie die Gestaltung innovativer Naturerlebnisangebote und Qualifizierung der Leistungsträger.

Eine Förderung ist hier teilweise möglich aus den ELER- und EFRE- Förderprogrammen. Von großem Nutzen wäre eine Neuausrichtung der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz zu einer Gemeinschaftsaufgabe Ländlicher Raum, bei der insbesondere die nachhaltige Inwertsetzung von Natur- und Kulturlandschaften einen Schwerpunkt bilden sollte.

Ein Signal, wie relevant eine Förderung der Großschutzgebiete für die Verbindung von Erhalt und Inwertsetzung von Natur und Landschaft eingeschätzt wird, kommt zurzeit aus der Schweiz. Dort wird seit einigen Jahren ein Netzwerk an „Pärken“ aufgebaut, deren Förderung das Schweizer Bundesparlament durch Beschluss im September 2014 auf jährlich 20 Mio. SFR oder umgerechnet 16,5 Mio € erhöht hat.

In ähnlicher Weise wäre die Schaffung eines nationalen Förderprogramms für Nationalparke, Naturparke und Biosphärenreservate sehr zu begrüßen.

3. Anknüpfen an DRV-Projekt „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“

Der Deutsche Reiseverband hat, gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, im Rahmen des Projektes „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ das Tourismussystem ländlicher Raum analysiert. Ein Ergebnis ist, dass Natur, Regionalität und Nachhaltigkeit für die Nachfrage zunehmend bedeutsam werden, für die touristische Entwicklung ländlicher Räume also positive Faktoren sind.

Die Großschutzgebiete in Deutschland stellen im ländlichen Raum wesentliche Impulsgeber der touristischen und regionalen Entwicklung dar. Schon aufgrund ihrer naturräumlichen Ausstattung besitzen sie überdurchschnittliches touristisches Potenzial. Durch die In-Wertsetzung dieses Natur-, aber auch des Kulturerbes im Rahmen der Tourismusentwicklung stellen sie ein essentielles Instrument zur nachhaltigen regionalen Entwicklung von ländlichen Räumen dar. Dadurch leisten sie auch einen wichtigen Teil für die Herausbildung/Stärkung einer regionalen Identität und besitzen durch ihre Organisation eine potenziell starke regionale (touristische) Koordinations- und Managementfunktion.

Daher sollten auf Basis der Erkenntnisse des bundesweiten DRV-Projektes Leitlinien, Strategien und Handlungsempfehlungen für Großschutzgebiete entwickelt werden, um diese als Impulsgeber für eine nachhaltige Tourismus- und damit auch Regionalentwicklung zu positionieren. Mit einem Leitfaden "Tourismusperspektiven der Großschutzgebiete in ländlichen Räumen" könnten u.a. folgende Ziele verbunden werden: Stärkung der Großschutzgebiete als Instrument der Tourismus- und Regionalentwicklung, Stärkung/Qualifizierung der touristischen Fähigkeiten des Schutzgebiets-Managements, Schärfung des Profils und der Qualität der naturtouristischen Angebote, Definition der Partner sowie der jeweiligen Kompetenzen im Rahmen eines regionalen Kompetenznetzwerkes, Aufzeigen von

branchenübergreifenden regionalen Vernetzungsmöglichkeiten zum Aufbau regionaler Identitäten und regionaler Wertschöpfungskreisläufe. Die in der Grundlagenstudie definierten Handlungsfelder des Tourismus in ländlichen Räumen sollten bezüglich ihrer Ausrichtung auf Großschutzgebiete spezifiziert werden.

4. Tourismus in die Erhaltung des Naturkapitals in den Großschutzgebieten einbeziehen

Die Tourismuswirtschaft und die touristischen Leistungsträger könnten noch stärker in die Erhaltung des Naturkapitals in den Großschutzgebieten einbezogen werden und die Arbeit der Schutzgebietsverwaltungen insgesamt unterstützen, um damit die Grundlagen für die Wertschöpfung in diesen Regionen zu stärken. Hierzu sollte ein Dialogprozess zwischen Vertreter/innen des Tourismus und der Großschutzgebiete auf Bundesebene initiiert werden, aus dem Empfehlungen und konkrete Modellprojekte hervorgehen sollten, u.a. auch dazu, wie die Kosten für Schutz und Pflege von Natur und Landschaft in den Wertschöpfungsketten berücksichtigt werden können. Ein Beispiel hierfür ist die finanzielle Unterstützung des Landschaftserhalts durch die Kurtaxe in der im Naturpark Südschwarzwald gelegenen Ferienregion Münstertal-Staufen. Dieser Dialogprozess könnte in ein Projekt eingebunden werden, dass speziell für Großschutzgebiete an das DRV-Projekt „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ anknüpft (siehe 3.).

5. Infrastruktur natur- und landschaftsverträglich ausbauen

Natur und Landschaft bilden die Grundlage für die touristische Wertschöpfung in den Großschutzgebieten, die erhalten werden muss. Daher müssen alle Großschutzgebiete beim Ausbau von Infrastruktur als sensible Gebiete betrachtet werden. Das heißt nicht, dass z.B. in Naturparks generell keine Stromtrassen verlaufen dürfen, es muss aber eine bessere Abwägung erfolgen und die Intaktheit von Natur und Landschaft muss in der Abwägung höher gewichtet werden. So wird im Untersuchungsrahmen der Bundesnetzagentur für die Strategische Umweltprüfung 2014 für den Stromtrassenneubau die Empfindlichkeit des Schutzgutes Naturpark mit „mittel“ bewertet, wohingegen Biosphärenreservate auch in der Pflegezone in ihrer Empfindlichkeit als „hoch“ eingestuft werden. Diese Einstufung des Schutzgutes Naturpark ist fachlich nicht gerechtfertigt. Auch die Agrarpolitik muss entsprechend gesteuert werden, so dass z.B. bei der Förderung nachwachsender Rohstoffe der Schutz von Natur und Landschaft stärker Berücksichtigung findet.

6. DZT Themenkampagne „Faszination Natururlaub“ für Inlandsmarketing nutzen

Wie bereits ausgeführt, stellt die Deutsche Zentrale für Tourismus DZT mit ihrer Themenkampagne „Faszination Natururlaub“ im Jahr 2016 die Großschutzgebiete ins Zentrum ihres Auslandsmarketings. Es besteht eine große Chance darin, diese Themenkampagne zu nutzen, um auch im Inlandsmarketing die touristische Wertschöpfung in den Großschutzgebieten zu stärken. Damit dies gelingt, bedarf es der Unterstützung für eine Inlandsmarketingkampagne in Verbindung mit einer Stärkung der Entwicklung von innovativen Naturerlebnisangeboten in den Schutzgebieten.

Kontakt

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

Nationalpark Bayerischer Wald



Schriftliche Stellungnahme zum Thema

„Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten“

zur öffentlichen Anhörung im Deutschen Bundestag am 15.10.2014

Einleitung

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

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

Untersucht man die Tourismusedwicklung seit Ende der 1960er Jahre, so besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen Nationalparkgründung und dem Anstieg der Ankunfts- und Übernachtungszahlen. So haben sich in den unmittelbar an den Nationalpark angrenzenden Gemeinden die Übernachtungszahlen in den ersten 10 Jahren in etwa verdoppelt bzw. bis 1990 verdreifacht (z. B. Neuschönau: 1970 29.898 Übernachtungen,

1983: 58.360, 1990: 97137). Die höchsten Übernachtungszahlen wurden nach der deutschen Wiedervereinigung erreicht (z. B. Neuschönau: 1995 165.908 Übernachtungen). In den Folgejahren fielen die Übernachtungszahlen in etwa wieder auf das Niveau vor der Wende zurück. Wenngleich die Gästeankünfte seit rd. 10 Jahren schon wieder zulegen, sind erst in den letzten zwei Jahren auch wieder gestiegene Übernachtungszahlen zu verzeichnen (der generelle Trend zum Kurzurlaub spiegelt sich auch hier wieder). Bedingt durch den ausbleibenden Winter 2013/14 sowie durch den regenreichen Monat Juli ging die Übernachtungszahl im Bayerischen Wald im Vergleich zu 2013 um ca. 10 % zurück.

Seitens der Nationalparkverwaltung sind seit Nationalparkgründung 1970 bis 2014 rd. 300 Mio. Euro in die Region geflossen. Zahlreiche überregional bedeutsame Einrichtungen wurden damit finanziert, so u. a.:

- Tierfreigelände (ab 1970)
- Jugendwaldheim (1975)
- Waldspielgelände (1978)
- Hans-Eisenmann-Haus (1982)
- Waldgeschichtliches Museum (1986)
- Infostelle Mauth (2001)
- Wildniscamp am Falkenstein (2002)
- Infostelle Spiegelau (2002)
- Haus zur Wildnis mit Tierfreigelände und Steinzeithöhle (2006)
- Baumwipfelpfad (2009) zusammen mit der „Erlebnisakademie“ als externer Investor

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

Der Nationalpark Bayerischer Wald kann nach den Ergebnissen o. g. Studie „eine hohe Bedeutung als touristische Destination in Anspruch nehmen. Mit insgesamt 760.000 Besuchern (2007) stellt der Nationalpark die am häufigsten besuchte Attraktion der Region dar. Fast die Hälfte der Touristen wird erst durch die Präsenz des Nationalparks zu einem Besuch der Region motiviert. Der ausschließlich durch den Nationalpark motivierte Tourismus sorgt in der Region für ein Vollzeitbeschäftigungsäquivalent von 456 Personen, während die Nationalparkverwaltung etwa 200 Vollarbeitsplätze unterhält“.

Eine nachfrageseitige Analyse des Tourismus ergab, dass der Nationalpark Bayerischer Wald durch die Tagesbesucher zum Saisonausgleich gegenüber den saisonalen Schwankungen bei den Gästeübernachtungen beiträgt. So ergab die Zählung im Jahr 2007 (760.000 Besucher), dass sich die Besucherzahlen aus 67 % Übernachtungsgästen und 33 % Tagesgästen zusammensetzen. Diese Tendenz hat sich seit der Inbetriebnahme des Baumwipfelpfades 2009 noch verstärkt (durchschnittlich ca. 350.000 Besucher/Jahr).

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

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

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



Besuchereinfrastuktur sowie Bildungs- und Erholungseinrichtungen - einmalig in Europa

- Dem Besucher steht auf der 242 km² großen Nationalparkfläche ein umfangreiches und vorbildlich markiertes Wegenetz zur Erholung und sportlichen Betätigung zur Verfügung. Die Nationalparkverwaltung unterhält 351 km markierte Fußwanderwege, 215 km markierte Radwanderwege, ein 5 km langes markiertes Teilstück im Randbereich als Reitweg und im Winter ein maschinell gespurtes, von den Gemeinden betreutes Loipennetz von 85 km Länge. Auf attraktiv gestalteten Holztafeln kann sich der Besucher an Schnittpunkten einen Überblick schaffen und Wissenswertes über Flora, Fauna und Geschichte erfahren. Es existieren acht Grenzübergänge in den Nationalpark Šumava, davon vier ganzjährig begehbar für Wanderer, Radfahrer und Skiläufer und vier mit zeitlicher Beschränkung oder Einschränkung bei der Nutzergruppe.
- Die Präsenz der Mitarbeiter der Nationalparkwacht im Gelände ist für eine fundierte Besucherinformation unverzichtbar. 24 hauptamtliche Nationalparkranger stehen den Gästen im Gelände Rede und Antwort.
- Die Nationalparkzentren sind besondere Besuchermagnete. Das Nationalparkzentrum Lusen verfügt über das Hans-Eisenmann-Haus mit umfangreichem Bildungs- und Erlebnisangebot, die Tier-, Pflanzen- und Gesteins-Freigelände, den Baumwipfelpfad der Firma „Die Erlebnis Akademie AG“ und drei verpachtete gastronomische Einrichtungen. Rund 180.000 Besucher statten dem Hans Eisenmann Haus 2013 einen Besuch ab, beim Tierfreigelände und dem Baumwipfelpfad sind es etwa 350.000. Das Nationalparkzentrum Falkenstein im Norden umfasst das Haus zur Wildnis (2013 rd. 120.000 Besucher), eine Steinzeithöhle, ein Tier-Freigelände und Gastronomie. Das Waldgeschichtliche Museum in St. Oswald, es wurde 2013 neu eröffnet, informiert über die Entstehung der Kulturlandschaft des Böhmerwaldes.
- Sozioökonomisches Monitoring
Im Rahmen des 2013 begonnenen Sozioökonomischen Monitorings wurden ca. 1.300 Besucher im Gelände gefragt, warum sie den Nationalpark Bayerischer Wald besuchen und wie sie seine Besuchereinrichtungen werten.
Als wichtigste Besuchsgründe wurden angegeben:
 - Befragt nach der Zufriedenheit mit den Besuchereinrichtungen im Gelände wurden folgende Wertungen abgegeben:
 - Erholung (Wert 1,50)
 - Naturerlebnis (Wert 1,51)
 - Gesundheit (Wert 1,67)
 - Weniger von Bedeutung sind Aspekte wie Bildung (Wert 2,98) oder Spannung/Abenteuer (Wert 3,59)
 - Etwa 92 % finden die Menge an Besuchereinrichtungen im Nationalpark ideal (5 % zu dicht, 3 % zu wenig)
 - Etwa 91 % finden die Menge an Wanderwegen ideal (4 % zu dicht, 5 % zu wenig)

Ein weiteres, interessantes Befragungsergebnis war, dass für etwa 60 % der Besucher der Status Nationalpark eine große Rolle für den Besuch am Tag der Befragung

spielte. 22 % gaben an, dass sie nicht hier wären, wenn es den Schutzstatus Nationalpark nicht gäbe.

Insgesamt waren etwa 95 % der Befragten sehr zufrieden oder zufrieden mit dem Besuch des Nationalparks am Tag der Befragung.

Damit wird der Nationalpark Bayerischer Wald seiner Aufgabe, eine sanfte, naturverträgliche Erholungsnutzung zu ermöglichen vollumfänglich gerecht.

Führungs- und Veranstaltungsprogramm - jeder Tag ein neues Erlebnis

- Durch ein umfangreiches Führungsprogramm (Sommer-/Winterprogramm, Sonderführungen) werden im Nationalpark täglich mehrere Führungen mit verschiedenen Themenschwerpunkten angeboten. Alleine über das Regelführungsprogramm (rd. 1.000 Führungen pro Jahr) werden über 8.000 Nationalparkbesucher erreicht. Insgesamt werden über das gesamte Führungsangebot des Nationalparks jährlich ca. 55.000 Besucher angesprochen.
- Neben dem Führungsangebot führt der Nationalpark zahlreiche Veranstaltungen durch. Das Angebot geht vom Kindergeburtstag über Kunstausstellungen bis hin zum Natur- und Tierfilmfestival. Zentrale Veranstaltungsorte sind die Nationalparkzentren Falkenstein und Lusen sowie das Waldgeschichtliche Museum und die Nationalparkinformationsstellen.
- Externe Partner, wie WaldZeit e.V. oder die beiden Vereine „Pro Nationalpark“ sind wichtige Bausteine in der Durchführung des Nationalparkführungs- und Veranstaltungsprogrammes. So arbeiten etwa 100 Mitglieder der Vereine „Pro Nationalpark“ ehrenamtlich als Waldführer und Waldzeit bietet mehrtägige Wanderungen an.

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

In der Nationalparkregion besteht ein gut ausgebautes und grenzüberschreitendes Öffentliches Nahverkehrsnetz aus Bus- und Bahnlinien. Tagesgäste aus der Region können mit dem Bayerwald-Ticket ab 8,-€/Tag im Gebiet des Verkehrsverbunds (3 Landkreise) umweltfreundlich an- und abreisen.

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

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

Unterstützend finanziert wird das GUTI-Ticket durch eine um 0,33 € erhöhte Kurtaxe/Person in den aktuell 16 teilnehmenden Gemeinden (ab 2015 voraussichtlich schon 20 Gemeinden).

Ziel ist es, alle Gemeinden in den Landkreisen Regen und Freyung-Grafenau für das GUTI-Projekt zu gewinnen und das Streckennetz bzw. die Vernetzung weiter zu verbessern.

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

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

Nationalpark-Partner - Mittler der Nationalparkidee und Garanten für Qualität

Als erster Ansprechpartner für die Übernachtungsgäste hat der Gastgeber bei der Informationsweitergabe eine zentrale Bedeutung. Die Kooperation „Nationalpark-Partner“ zielt darauf ab, durch umfangreiche Informationsweitergabe und Schulung der Gastgeber die Nationalparkbesucher fachkundig zu informieren. Aktuell gibt es 75 Nationalparkpartner, mit dem Schwerpunkt bei den Beherbergungsbetrieben und gastronomische Einrichtungen, darunter auch 3 in Tschechien. Die Übernachtungsbetriebe haben zusammen rd. 3.000 Betten und rd. 300.000 Übernachtungen pro Jahr. Weitere Kooperationspartner sind die ÖPNV-Betriebe sowie Veranstalter aus dem Bereich Naturerleben. 2013 und 2014 konnten zudem die Waldbahn wie auch die Ilztalbahn als Nationalpark-Partner gewonnen werden. Als wichtige Kriterien für die Nationalpark-Partner gelten die Bereitstellung und Vermittlung von Nationalparkinformationen, eine 3-Sterne-Klassifizierung der Gastgeber, die Verwendung regionaler Produkte, umweltbewusste Betriebsführung und die Unterstützung der umweltschonende Mobilität.

Neustrukturierung im Tourismusmanagement - Basis, um erfolgreich zu sein

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

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

Auch in der Nationalparkregion Bayerischer Wald gibt es in diesen Bereichen zweifelsohne Optimierungsmöglichkeiten, die es auszuschöpfen gilt. Das touristische Marketing rund um den Nationalpark ist bislang durch weitgehend unkoordinierte Aktivitäten von Gemeinden bzw. von Gemeindekooperationen (Zweckverbände, Werbegemeinschaften, lose Projektgemeinschaften) geprägt. Diese kleinteiligen Strukturen schwächen die

Wettbewerbsfähigkeit und die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Ostbayern, der für die Image- und Marketingkampagne der Dachmarke Bayerischer Wald verantwortlich zeichnet und auf die Zulieferung attraktiver, buchbarer Angebote aus den Regionen des Bayerischen Waldes angewiesen ist.

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

Nach einem zweijährigen Dialogprozess hat sich zwischenzeitlich ein Verein „Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald“ bestehend aus 12 Kommunen der Nationalparkregion gegründet. Dieser wiederum ist Gesellschafter der „Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald GmbH“. Diese hat im Mai dieses Jahres ihre Arbeit aufgenommen.



LAND BRANDENBURG

**Landesamt für Umwelt,
Gesundheit und
Verbraucherschutz**
Abteilung Großschutzgebiete,
Regionalentwicklung

Landesamt für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz
Postfach 60 10 61 | 14410 Potsdam

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Vorsitzende
Heike Brehmer, MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin

**Biosphärenreservat
Spreewald**



Bearb.: Eugen Nowak
Gesch.-Z.:
Hausruf: +49 (0) 3542 8921-12
Fax: +49 (0) 3542 8921-40
Internet: www.br-sw.brandenburg.de
eugen.nowak@lugv.brandenburg.de

Lübbenau, 18.09.2014

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages zum Thema "Wertschöpfung durch den Tourismus in Großschutzgebieten" am 15.10.2014

1. Das Biosphärenreservat Spreewald – eine historische Kulturlandschaft

Der Spreewald ist eine Flussauenlandschaft, die seit Jahrhunderten durch verschiedene Landnutzungen gestaltet wurde. Sie befindet sich ca. 100 km südlich von Berlin und ist seit ca. 150 Jahren ein Tourismusmagnet. Seit der Zeit Theodor Fontanes, der 1859 den Spreewald in seinen „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ beschrieb und damit das Interesse auswärtiger Gäste weckte, ist die Zahl der Besucher auf ca. 2,5 Mio. jährlich gewachsen. Ca. 1.500 km Fließgewässer geben der Landschaft ein einmaliges Gepräge. Neben den traditionellen Kahnfahrten stehen heute zunehmend Kanu- und Fahrradfahren, Kulinarik, Natur- und Gesundheitstourismus im Vordergrund. Der Spreewald ist Heimat zahlreicher andernorts bereits seltener Arten und Lebensräume – Otter und Schwarz- und Weißstorch seien nur exemplarisch benannt.

Die Gründung des Biosphärenreservates 1990 und die Anerkennung durch die UNESCO 1991 haben mit dafür gesorgt, dass der Tourismus im Spreewald sich in den letzten 24 Jahren als landschaftsbezogener, überwiegend nachhaltiger Tourismus entwickelt hat (GUMNIOR, 2011). Die Biosphärenreservatsverwaltung wird in diesem Zusammenhang als Bewahrer des Ursprünglichen einerseits, andererseits als Initiator verschiedener Projekte für einen naturbezogenen Tourismus wahrgenommen und speziell in den letzten Jahren zunehmend anerkannt. Der „Masterplan naturverträglicher Kanutourismus Spreewald“ und die daraus abgeleiteten Projekte wie das einheitliche Wasserwege-Leitsystem und die interaktive Website zum Kanutourismus im Spreewald (<http://www.spreewald.de/urlaub-im-spreewald/kanutouren-im-spreewald/>) sind aktuelle Beispiele dafür. Dadurch wird ein wichtiger Beitrag zur Lenkung der zunehmenden Touristenströme erbracht.

Besucheranschrift:

Schulstr. 9; 03222 Lübbenau

Tel: + 49(0)3542 8921-0

Fax: + 49(0)3542 8921-40

Hauptsitz:

Seeburger Chaussee 2
14476 Potsdam
OT Groß Glienicke

Die historische Kulturlandschaft Spreewald - das in den vergangenen Jahrhunderten entstandene parkartige Mosaik aus kleinflächigen Wiesen, Äckern, Baumreihen und Fließten - ist das touristische Markenzeichen der Region und gleichzeitig Voraussetzung für die zu schützende Artenvielfalt im Biosphärenreservat. Sie ist Resultat einer extensiven landwirtschaftlichen Nutzung, die unter den heutigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht rentabel ist. Demzufolge sind die Landnutzer auf Transferleistungen der öffentlichen Hand angewiesen. Diese speisen sich bisher überwiegend aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds ELER, cofinanziert aus Landesmitteln. Weiterhin stellten die für den Naturschutz zuständigen Ressorts von Bund und Land Mittel für die Erhaltung der Landschaft zur Verfügung. Ein wichtiges Argument dafür ist der Schutzstatus Biosphärenreservat. Diese Gelder sind seit Jahren rückläufig.

Im Zusammenhang mit dem zielgerichteten Einsatz dieser Mittel leistet die Verwaltung des Biosphärenreservates durch fachliche Vorgaben, Beratung der Landwirte und direkte Umsetzung des Vertragsnaturschutzes einen wesentlichen Beitrag zur Erhaltung der Spreewaldlandschaft.

Als Beispiele seien genannt:

- Vertragsnaturschutz des Landes Brandenburg (100% Landesmittel) – jährlich ca. 400.000 €, Tendenz stark abnehmend (Abb. 1)

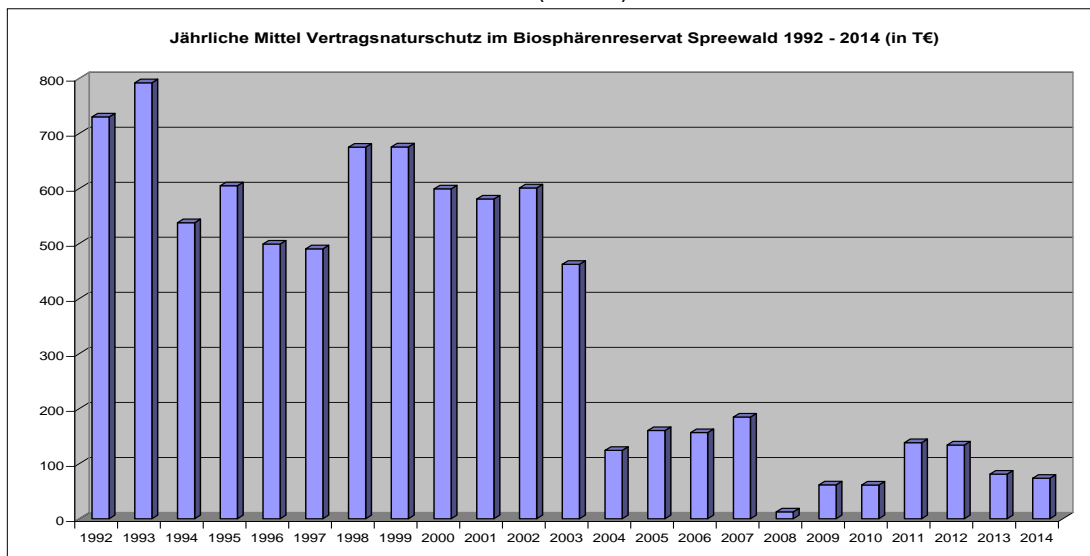


Abb. 1: Entwicklung der Mittel Vertragsnaturschutz im Biosphärenreservat Spreewald (in T€)

- Kulturlandschaftsprogramm (finanziert aus ELER) – jährlich ca. 160.000 € - Tendenz sinkend
- Spreewaldwiesen-Programm, Extensivierung, Öko-Landbau (finanziert aus ELER) – ca. 3 Mio. € jährlich – Tendenz gleichbleibend
- Naturschutzgroßprojekt Spreewald (finanziert von Bund, Land und kommunalem Zweckverband) – 12,2 Mio. € - 2014 beendet, kein Folgeprojekt

Die typischen Feuchtwiesen, die den besonderen Charme der Landschaft ausmachen und gleichzeitig Lebensraum wertvoller und gefährdeter Tier- und Pflanzenarten sind, sind in den letzten Jahrzehnten bereits massiv zurück gegangen (Abb. 2). Heute muss konstatiert werden, dass die dauerhafte Erhaltung der Kulturlandschaft Spreewald nicht gesichert ist.

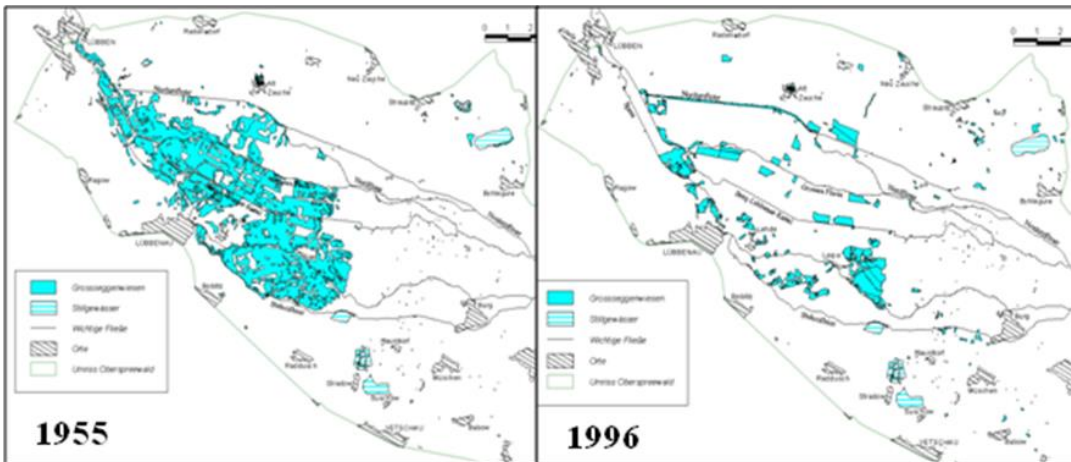


Abb.2: Vergleich Fläche spreewaldtypischer Feuchtwiesen im Obergrenzwald 1955 - 1996

Auch die Personalausstattung der Biosphärenreservatsverwaltung ist stark rückläufig. Sie beträgt nunmehr noch 9 Mitarbeiter, nachdem um das Jahr 2000 noch doppelt so viele Personen beschäftigt waren. Auch die Ranger der Naturwacht sind nur noch mit 8 Personen auf 500 km² Biosphärenreservat präsent. Damit können wichtige Aufgaben für die Landschaftspflege nicht oder nur noch eingeschränkt wahrgenommen werden.

Fazit 1: Die wesentliche Grundlage für die Attraktivität und touristische Nutzung des Biosphärenreservates Spreewald – die Kulturlandschaft – wird überwiegend aus Mitteln der Landwirtschaft und des Naturschutzes finanziert. Diese Mittel und die personellen Ressourcen der Biosphärenreservatsverwaltung sind rückläufig. Der langfristige Erhalt der Kulturlandschaft ist daher gefährdet.

2. Wie entwickelt sich der Tourismus im Biosphärenreservat Spreewald?

Die touristische Entwicklung des Spreewaldes verläuft seit Jahren ausgesprochen positiv. Zitat Halbjahresbilanz 2014 Tourismusverband Spreewald: „Der Spreewald ist als Reiseziel beliebter denn je. Von Januar bis Juni 2014 kamen laut Statistischem Landesamt Berlin-Brandenburg rund 272.000 Gäste in die Region. Das entspricht einem Plus von 12,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und einer Steigerung von mehr als 15 Prozent im Vergleich zu 2012“.

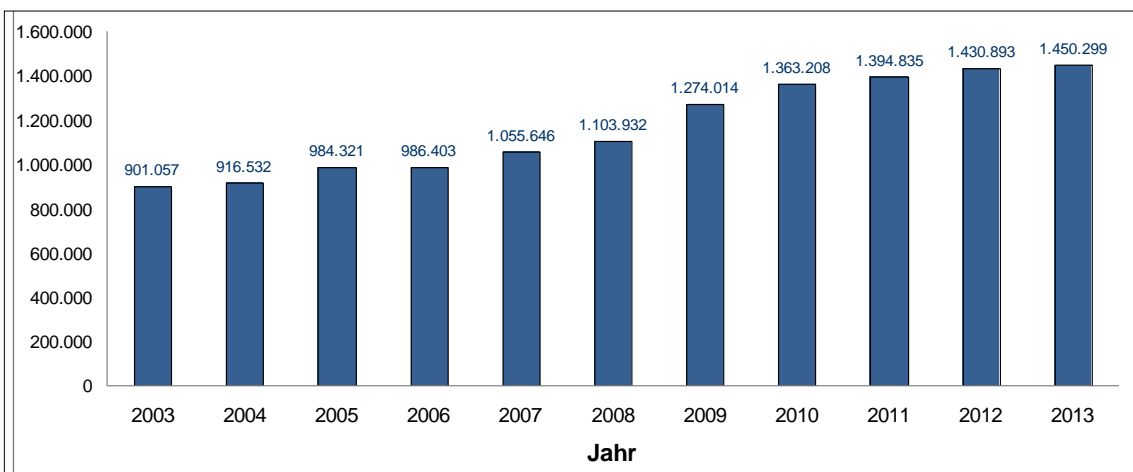


Abb. 3: Entwicklung der Übernachtungen in Spreewald (Betriebe ab 10 Betten incl. Camping)

Die Brutto-Wertschöpfung im Tourismussektor betrug nach Angaben der Tourismusverbandes Spreewald ca. 150 Mio. € jährlich. Die Branche sichert hier ca. 6.500 Arbeitsplätze.

Auch die Qualität der touristischen Angebote wird ständig verbessert. In den Bereichen des Natur- und Kulturtourismus gibt es vielfältige Vernetzungen zwischen Biosphärenreservat und touristischen Akteuren. Aktuelles Beispiel ist der erfolgreiche Start der EUROPARC „Partner-Initiative“ im Biosphärenreservat Spreewald (siehe Kap. 4).

Nach zahlreichen Befragungen ist ein sehr wichtiges Motiv für den Besuch des Spreewaldes das Naturerlebnis (POLLESCHE, 2008) bzw. die Kulturlandschaft (JOB et al., 2013).

Der Status „UNESCO-Biosphärenreservat“ spielt im Spreewald im Kontext der touristischen Wertschöpfung nach JOB ET AL. („Wirtschaftliche Effekte des Tourismus in Biosphärenreservaten Deutschlands, 2013“) eine nicht zu unterschätzende Rolle:

- 8,7 % der Touristen sind „Biosphärenreservats-Touristen im engeren Sinne“, d.h. der Status spielt für die Urlaubsentscheidung eine sehr wichtige bzw. wichtige Rolle
- der von diesen Biosphärenreservats-Touristen generierte Brutto-Umsatz beträgt 7.589.550 €/Jahr, das entspricht 8,4% des Bruttoumsatzes
- der Status „UNESCO-Biosphärenreservat“ sichert damit 251 Arbeitsplatz-Äquivalente direkt

Natürlich leistet das Biosphärenreservat auch einen wichtigen Beitrag dazu, dass die übrigen 91% der Touristen sich wohl fühlen – durch Landschaftspflege, Naturschutzmaßnahmen, Unterhaltung und Betrieb der Info-Zentren, Veranstaltungen, Führungen der Naturwacht etc.

Fazit 2: Die Tourismuswirtschaft entwickelt sich im Biosphärenreservat erfolgreich. Alle Kennzahlen belegen deutliche Zuwächse, was sowohl für die regionale Wertschöpfung als auch Sicherung von Arbeitsplätzen positiv ist. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist die Existenz des Biosphärenreservates, sowohl durch seine Imagewirkung als auch durch seinen finanziellen und organisatorischen Beitrag zur Erhaltung der Kulturlandschaft Spreewald. Trotzdem ist der langfristige Erhalt der Kulturlandschaft als wesentliche Grundlage für den touristischen Erfolg gefährdet.

3. Eine Initiative zur Erhaltung der Kulturlandschaft Spreewald: Die Bürgerstiftung Kulturlandschaft Spreewald

Um ein Modellprojekt zu initiieren, wurde auf Initiative der Verwaltung des Biosphärenreservates und unter Nutzung von Mitteln des ELER (Leader-Programm) 2007 die „Bürgerstiftung Kulturlandschaft Spreewald“ als gemeinnützige Stiftung des privaten Rechts gegründet. Stiftungszweck ist „die Erhaltung der Kulturlandschaft Spreewald“. Die Idee war, möglichst viele Akteure vor Ort als Stifter einzubinden und damit einen Teil der Verantwortung für die Erhaltung der Landschaft mittragen zu lassen.

Die Entwicklung der Stiftung ist erfolgreich, jedoch auf einem bescheidenen Niveau. Das Stiftungskapital hat sich von 57.000 € (2007) durch Zustiftungen auf 96.000 € (2013) erhöht. Von den Stiftern stammen allerdings nur ganze drei von 26 (mit 3 % des Stiftungskapitals) aus der Tourismuswirtschaft! Der überwiegende

Anteil kommt von Kommunen, Landwirtschaftsunternehmen, Verbänden und Privatpersonen.

Die Stiftung wirbt darüber hinaus erfolgreich Projektmittel (sowohl Fördermittel als auch private Spenden) ein und konnte in den vergangenen Jahren einige Projekte zur Erhaltung der Kulturlandschaft Spreewald durchführen. Dies waren vor allem Landschaftspflegemaßnahmen, von der Mahd typischer Spreewaldwiesen bis hin zur Öffnung verlandeter Spreewaldfließe. Allein 2013 betrug der Umsatz an Projektmitteln 180.000 €, d.h. das Doppelte des Stiftungskapitals. Allerdings stammt auch hier der Großteil der eingeworbenen Fördermittel aus dem Naturschutzsektor. Angesichts der Größe der Aufgabe sind dies jedoch nur die berühmten „Tropfen auf den heißen Stein“.

Fazit 3: Trotz der durch die Stiftungsgründung vorhandenen Möglichkeit und der wirtschaftlichen Erfolge des Tourismus im Spreewald erfolgt kein nennenswerter Finanztransfer aus der Tourismuswirtschaft bzw. den für den Tourismus bestimmten öffentlichen Fonds in die Erhaltung der Kulturlandschaft Spreewald. Dazu fehlen sowohl das Bewusstsein bei den touristischen Akteuren als auch die rechtlichen und strukturellen Möglichkeiten. Die Nutzung der Landschaft als „touristische Infrastruktur oder Kulisse“ erfolgt durch die Tourismuswirtschaft quasi gratis. Man verharrt dabei, den teilweise bereits sichtbaren Verlust an Kulturlandschaft zu beklagen.

4. Das Biosphärenreservat Spreewald als Teil der Nationalen Naturlandschaften

Von Beginn an beteiligt sich das Biosphärenreservat an der von EUROPARC Deutschland getragenen Kampagne „Nationale Naturlandschaften“ (NNL). Diese wurde in ihrer Gründungsphase maßgeblich vom Bund, namentlich mit Geldern des BMU, gefördert. Das Corporate Design sowie die damit verbundenen Projekte und Vernetzungen werden von der Tourismuswirtschaft positiv aufgenommen und als Chance gesehen. Diese Entwicklung sollte der Bund weiter begleiten und fördern. Die dafür notwendigen Investitionen zahlen sich durch eine erhöhte Wertschöpfung u.a. in der Tourismuswirtschaft aus.

Beredtes Beispiel ist die EUROPARC „Partner-Initiative“ im Biosphärenreservat. Es ist gelungen, bereits im ersten Jahr 24 Partner zu gewinnen, die nun das NNL-Logo mit Stolz präsentieren und die bundesweiten Kriterien zu Qualität, Service und Umweltverträglichkeit erfüllen. Speziell im Biosphärenreservat Spreewald verpflichten sich alle Partner zusätzlich, einen eigenen Beitrag zur Erhaltung der Spreewaldlandschaft zu leisten. Das sind erste Ansätze der Finanzierung der Landschaftspflege durch den Tourismus, indem sich die Partner zu Spenden an die Spreewaldstiftung (siehe Kap. 3) bzw. zur Durchführung von eigenen Naturschutzprojekten verpflichten.

Auch der Tourismusverband Spreewald nutzt das Logo des Biosphärenreservates im Layout der Nationalen Naturlandschaften für seine Image-Werbung, identifiziert sich mit dem Schutzstatus des Gebietes und sieht die UNESCO-Anerkennung als Alleinstellungsmerkmal.

Fazit 4: Das Projekt „Nationale Naturlandschaften“ ist eine Chance sowohl für die Großschutzgebiete als auch für den Tourismus und sollte fortgeführt und gestärkt werden. Der Bund sollte sich hier ressortübergreifend weiter finanziell und politisch engagieren. Auch die Tourismuswirtschaft sollte sich hier engagieren.

5. Spree-Verockerung als aktuelle Bedrohung des Spreewaldes und damit auch der Tourismuswirtschaft im Spreewald

„Seit einigen Jahren führen die Spree und ihre Zuflüsse vermehrt Eisenhydroxid und färben sich dadurch rostbraun. Das sogenannte Eisenocker ist eine Spätfolge des Braunkohlenbergbaus in der Lausitz. Es setzt sich als Schlamm in den Gewässern ab und führt hier zum Absterben der Tier- und Pflanzenwelt. Wenn dieser Entwicklung nicht Einhalt geboten wird, ist über die nächsten Jahre mit der ökologischen Verödung des Spreewaldes, der Spree und der Talsperre Spremberg zu rechnen. Damit besteht die Gefahr, dass die natürliche Grundlage des Tourismus in der Region weg bricht. Fischerei und Angelfischerei sowie die Landwirtschaft sind im Spreewald und an der Spree gefährdet. Das Ziel des Aktionsbündnisses Klare Spree ist es, die weitere bergbaubedingte Stoffbelastung der Lausitzer Gewässer zu verhindern und Maßnahmen zu deren Sanierung durchzusetzen.“ (Zitat: Homepage Bürgerinitiative Klare Spree - <http://klare-spree.de/>)

Zuständig für die Sanierung und damit auch für alle Gegenmaßnahmen ist die Lausitzer und Mitteldeutsche Bergbau-Verwaltungsgesellschaft (LMBV), die zu 100% in Bundesbesitz ist.

Fazit 5: Die Verockerung der Spree ist eine ernsthafte und langfristige Bedrohung für das UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald – und zwar sowohl in ökologischer wie auch in ökonomischer Hinsicht. Als „Gebiet von gesamtstaatlich repräsentativer Bedeutung“ muss der Bund alles in seinen Möglichkeiten stehende tun, um den Spreewald langfristig vor den Spätfolgen des Braunkohlebergbaus zu schützen.

6. Schlussfolgerungen für den Bundestagsausschuss für Tourismus

- **Private Mittel der Tourismuswirtschaft und die für den Tourismus vorgesehenen öffentlichen Mittel müssen stärker als bisher für die Erhaltung ihres Kapitals – der artenreichen Kultur- und Naturlandschaften (wie z.B. den Spreewald) – eingesetzt werden. Dazu müssen sowohl ein Bewusstseinswandel eingeleitet als auch rechtliche und organisatorische Voraussetzungen geschaffen werden.**
- **Die Nationalen Naturlandschaften (Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke) und ihre Verwaltungen müssen durch alle staatlichen Ebenen (Bund, Länder und Kommunen) als Chance wahrgenommen und gestärkt werden. Die gegenwärtig in zahlreichen Großschutzgebieten zu beobachtenden Personal- und Finanzdefizite müssen abgebaut werden.**
- **Sowohl staatliche wie auch nicht-staatliche Akteure (Stiftungen, Verbände, Vereine), die sich für die Erhaltung der traditionellen Kultur- und Naturlandschaften engagieren, sollen durch Verbesserung der finanziellen und rechtlichen Rahmenbedingungen gestärkt werden.**
- **Die LMBV als Gesellschaft des Bundes muss weiter finanziell so ausgestattet werden, dass sie alle notwendigen Maßnahmen zum Schutz des Spreewaldes vor der Gefahr der Verockerung durchführen und nachhaltig (d.h. auch in den nächsten 50 – 100 Jahren) sichern kann. Dies betrifft auch die langfristige Beseitigung der Quellen.**

Fazit: Der Tourismus sollte mehr tun, um sein Natur-Kapital zu erhalten!

Eugen Nowak



LAND BRANDENBURG

**Landesamt für Umwelt,
Gesundheit und
Verbraucherschutz**

Abteilung Großschutzgebiete,
Regionalentwicklung

Landesamt für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz
Postfach 60 10 61 | 14410 Potsdam

Naturpark Stechlin-Ruppiner Land

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Vorsitzende
Heike Brehmer, MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Bearb.: Dr. Mario Schrumpf
Gesch.-Z.: Tourismus
Hausruf: 033082/40711
Fax: 033082/40715
Internet: www.lugv.brandenburg.de
Mario.Schrumpf@lugv.brandenburg.de

Stechlin, 23. September 2014

**Wertschöpfung durch den Tourismus in GSG
hier: Zuarbeit zur öffentlichen Anhörung des Tourismusausschusses des Dt. Bundestages am 15.10.2014**

1. Der Naturpark Stechlin-Ruppiner Land

Der Naturpark Stechlin-Ruppiner Land ist das jüngste Großschutzgebiet (GSG) des Landes Brandenburg. Der 680 km² große Naturpark liegt im Norden Brandenburgs an der Grenze zu Mecklenburg-Vorpommern, zwischen den Städten Fürstenberg/Havel, Gransee, Neuruppin und Wittstock/Dosse.

Es gibt mehr als 180 Seen im Naturpark, darunter ca. 50% der Klarwasserseenfläche Brandenburgs. Der bekannteste See ist der Große Stechlin mit 425 ha Fläche und bis zu 69 m Tiefe. Er ist der bedeutendste Klarwassersee der norddeutschen Tiefebene.

Zwei Drittel des Naturparks sind mit Wald bestockt, darunter große, zusammenhängende Buchenwälder.

2. Tourismus im Naturpark

Der Tourismus ist der Hauptwirtschaftszweig im Naturpark. Haupteinzugsgebiet ist der Ballungsraum Berlin, der vornehmlich Tages- und Wochenendgäste in das Gebiet bringt, darunter viele Angler, Wassersportler und Motorboottouristen. Er ist an den Radfernwanderweg D 11 / Ostsee – Oberbayern angebunden, dessen nördlicher Teil auch als Verbindung Berlin – Kopenhagen sehr populär ist.

Orts- und fachkundig bieten aktuell achtzehn Kultur- und Landschaftsführer („Naturpark-Guides“) naturbezogene Führungen, thematisch ausgesuchte Wanderungen oder baugeschichtliche Exkursionen in historische Stadtkerne als Wanderungen, Rad- und Kanutouren oder Kremserfahrten an.

Rund um Rheinsberg hat der Naturpark einen Schwerpunkt im Kulturtourismus. 2013 gab es **im Ruppiner Seenland ca. 1,4 Mio Gästeübernachtungen**. Allein die Stadt Rheinsberg mit ihren 16 Ortsteilen im Herzen des Naturparks generiert

jährlich ca. 540.000 Übernachtungen. Die **durchschnittliche Verweildauer** im Ruppiner Seenland **beträgt 3 Nächte**.

3. Naturlausstattung

Neben den kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten sind eine weitgehend intakte Natur und Landschaft das wichtigste Kapital für die Tourismuswirtschaft und damit die Grundlage der touristischen Wertschöpfung.

Der Naturpark hat einen außergewöhnlich hohen Anteil nationaler und internationaler Schutzgebiete, die durch die Naturparkverwaltung gemanagt werden:

- 9 Naturschutzgebiete (ca. 11.000 ha; 16% der NP-Fläche)
- 2 Landschaftsschutzgebiete (ca. 66.000 ha; 97% der NP-Fläche)
- 2 EU-Vogelschutzgebiete (ca. 11.000 ha; 17% der NP-Fläche)
- 25 Fauna-Flora-Habitat (FFH)-Gebiete (ca. 16.000 ha; 23% der NP-Fläche)

Bis Ende 2014 wird ein Pflege- und Entwicklungsplan mit integrierter NATURA 2000-Managementplanung für den Naturpark erstellt, u.a. mit einem eigenständigem Fachbeitrag Tourismus.

4. Fazit

Der Naturpark Stechlin-Ruppiner Land hat wie auch die anderen Großschutzgebiete in den letzten Jahren als Destination für den Naturtourismus stark an Bedeutung gewonnen.

Aktuelle touristische Studien belegen, dass Natur und Landschaft eines der Hauptreisemotive ist. Um die einzigartige Natur und Landschaft in GSG nachhaltig in Wert zu setzen, muss in GSG ein innovativer, naturverträglicher und nachhaltiger Tourismus entwickelt werden.

Hervorhebenswert sind in Brandenburg die 11 staatlichen Naturparkverwaltungen. Personell und finanziell gut ausgestattete GSG-Verwaltungen sind unabdingbar, wenn z.B. die Gestaltung von Naturerlebnisangeboten, die Entwicklung von touristischen Infrastrukturen, Besucherbetreuung und –lenkung, der Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten und die Kooperation mit Partnerbetrieben spürbar unterstützen werden sollen.

5. Schlussfolgerungen für den Bundestagsausschuss für Tourismus

- ***Der in vielen Bundesländern aufgrund von Haushalts-Engpässen diskutierte und z.T. bereits vollzogene Personalabbau sowie die Verringerung der zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen in den Naturparks stehen den zunehmenden Aufgaben bei der Inwertsetzung und –erhaltung von Natur und Landschaft nicht nur im Naturpark Stechlin-Ruppiner Land deutlich entgegen.***
- ***Die Tourismuswirtschaft und die touristischen Leistungsträger müssen daher noch stärker für den Erhalt des Naturkapitals in den GSG herangezogen werden und die Arbeit der GSG-Verwaltungen insgesamt unterstützen, um damit die Grundlage für die Wertschöpfung in diesen Regionen insgesamt zu stärken.***

- **Die Kosten für den Erhalt von Natur und Landschaft müssen in den Wertschöpfungsketten berücksichtigt werden; in den Nationalen Naturlandschaft muss eine Akzeptanz dafür geschaffen werden, dass es intakte Natur und Landschaft nicht als Gratisleistungen zum Nulltarif gibt.**
- **Die touristische Inwertsetzung von Natur und Landschaft muss nachhaltig erfolgen, d.h. es müssen in Zusammenarbeit mit den GSG-Verwaltungen Nutzungsformen gefunden werden, die den Naturreichtum bewahren und nicht zerstören; dabei hat der Erhalt des Naturreichtums, der Biodiversität das Primat.**
- **Die durch die Dachverbände VDN und EUROPARC vertretenen unterschiedlichen Kategorien der GSG (Nationalpark, Biosphärenreservat, Naturpark) müssen in ihrer Gesamtheit als das Potential für den Naturtourismus gesehen und bundesweit entsprechende Anerkennung finden. Das (noch) vorhandene Potential ist durch die gezielte Ausgestaltung von EU-Fonds und darauf basierenden Förderrichtlinien weiter zu entwickeln.**

Dr. Mario Schrupf
Teamleiter