

Programm Fachtagung

„Besuchermonitoring und ökonomische Effekte in Nationalen Naturlandschaften“ Stand: 14.11.2006

Montag, den 20.11.2006 - Themenblock I von 10.00 – 12.00 Uhr

Begrüßung	Johannes Treß Leiter der Verwaltung Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald
Grußwort	Staatssekretär Prof. Dr. Ch. C. Juckenack Thüringer Ministerium für Landwirtschaft, Naturschutz und Umwelt
Grußwort	Dr. Jens Triebel Oberbürgermeister Stadt Suhl
Internationale Entwicklungen im Besuchermonitoring – ein Überblick	Dr. Arne Arnberger BOKU- University of Natural Resources and Applied Life Science, Wien
Besuchierzählungen mit Lichtschranken im Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald	Dr. Elke Hellmuth Verwaltung Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald
“Den Wanderern auf´s Maul geschaut” – Ausgewählte Ergebnisse einer Besucherbefragung im Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald	Dr. Volker Dreier Friedrich-Schiller-Universität, Jena Institut für Soziologie

Mittagspause 12.00 – 13.30 Uhr

13.00 Uhr Pressegespräch

Montag, den 20.11.2006 - Themenblock II von 13.30 – 16.00 Uhr

Das sozio-ökonomische Monitoring im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer	Dr. Christiane Gätje Nationalparkverwaltung Schleswig- Holsteinisches Wattenmeer
Einblicke in das Monitoring zur Erholungsnutzung im Nationalpark Berchtesgaden	Dr. Sabine Hennig FAU Erlangen-Nürnberg, Institut für Geographie, Michaela Künzl Nationalparkverwaltung Berchtesgaden

Kaffeepause 14.30 - 15.00 Uhr

Bausteine des SÖM im Nationalpark Harz	Frank Steingass Nationalparkverwaltung Harz, Rene Wendt Projektmitarbeiter Besucherzählungen
Sozioökonomisches Monitoring im Nationalpark Eifel – Grundlagen, Rahmenbedingungen, Konzeption und Ergebnisse	Anke Lorenz-Hoppe Landesbetrieb Wald und Holz NRW Nationalparkforstamt Eifel



Workshop „Besuch erzählungen- Technik und Methoden“ 17 - 19.00 Uhr

Dienstag, den 21.11.2006 - Themenblock III von 9.30 – 11.30 Uhr

Ökonomische Effekte von Großschutzgebieten	Beate Job-Hoben Bundesamt für Naturschutz, Bonn
Nationalpark Wattenmeer als regionaler Wirtschaftsfaktor	Ralf Trimborn inspektour GmbH, Heide / Holstein
Potenziale im Naturtourismus in Brandenburg	Tobias Hitzblech TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
Werben mit dem Nationalpark-Logo – Partnerunternehmen verbreiten die Nationalparkidee. Das Beispiel Müritz- Nationalpark- Partner	Jens Brüggemann Nationalparkamt Müritz

Mittagspause 11.30 – 13.00 Uhr

Dienstag, den 21.11.2006 - Fortsetzung Themenblock III von 13.00 - 14.00 Uhr

Impulse, Steuerungsmöglichkeiten und Hemmnisse der touristischen Entwicklung der Nationalparkregion Hainich	Franz Moder Büro OPUS, Erfurt und Bayreuth
Nachhaltiger Tourismus als Zukunftsperspektive in Nationalen Naturlandschaften	Rolf Spittler Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V. und Viabono Trägerverein e.V.

Kaffeepause 14.00 – 14.30 Uhr

Dienstag, den 21.11.2006 - Themenblock IV von 14.30 – 16.00 Uhr

Prignitzforum – Informationssystem Nachhaltiger Tourismus	Frauke Hoffmann Technische Universität Berlin, Institut für Landschaftsarchitektur und Umweltplanung
„Die Geister die ich rief“ – Entscheidungen zur Besucherlenkung zwischen subjektivem Empfinden und objektiven Argumenten an den Beispielen Kranich- Ticket und Wasserwandern im Müritz - Nationalpark	Jens Brüggemann Nationalparkamt Müritz
Erholung im Biosphärenreservat Vessertal - Thüringer Wald – Fragen und Antworten aus naturschutzfachlicher Sicht	Dr. Elke Hellmuth Verwaltung Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald



Kurzfassung

Vortrag: **Internationale Entwicklungen im Besuchermonitoring – Ein Überblick**

Referent: Dr. Arne Arnberger
BOKU-University of Natural Resources and Applied Life Science, Wien

Die Erfassung der Erholungsnutzung in nationalen Naturlandschaften gewinnt immer mehr an Bedeutung. Schließlich bilden die Daten Grundlagen für vielfältige Entscheidungen, nicht nur innerhalb des Gebietes, sondern auch für Bereiche außerhalb. Wie ein Naturraummonitoring sollte auch ein Besuchermonitoring ein grundlegender Teil der Bestandsaufnahme sein und regelmäßig aktualisiert werden. Je zuverlässiger und zielgerichteter die erhaltenen Daten über Besuchermenge, zeitlich-räumliche Verteilung und Besucherstruktur sind, umso besser ist die Effektivität, Nachhaltigkeit und Akzeptanz des Gebietsmanagements. Dies setzt eine umfassende Kenntnis der Vor- und Nachteile der jeweiligen Besuchererfassungsmethoden voraus.

In diesem Vortrag werden internationale Entwicklungen im Besuchermonitoring vorgestellt. Neueste technologische Entwicklungen, internationale Anwendungsbeispiele und transnationale Strategien bei der Erfassung von Besuchern werden diskutiert, die die steigende Bedeutung des Besuchermonitorings belegen.



Kurzfassung

Vortrag **Besucherzählungen mit Lichtschranken im Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald**

Referentin: Dr. Elke Hellmuth
Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald , Verwaltung

Fremdenverkehr und Erholung haben im Thüringer Wald eine über hundertjährige Tradition. Das Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald im mittleren Thüringer Wald gelegen, ist ein wichtiger Bestandteil dieser Fremdenverkehrsregion Thüringer Wald. In den letzten Jahren wurden verschiedene Projekte zur Förderungen einer nachhaltigen touristischen Entwicklung initiiert und umgesetzt. Dabei wurde wiederholt deutlich, dass es Kenntnisdefizite gibt, da spezifische touristische Grundlagendaten fehlen.

Im Jahr 2004 wurde mit dem Aufbau eines Besuchermonitorings begonnen. Ziel des Besuchermonitorings ist die Erfassung und Bewertung von Daten und Informationen zu touristischen Aktivitäten im Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald im Rahmen eines Langzeitprogramms, um offene Fragen der Besucherlenkung beantworten und Aussagen zur Sozioökonomie des Gebietes ableiten zu können. Dazu werden Besucherzählungen und Besucherbefragungen durchgeführt.

Durch die Besucherzählungen wurden folgenden Fragestellungen untersucht:

- Besucherzahlen ausgewählter touristischer Hauptwege
- Räumliche Verteilung und Höhe der Besucherzahlen im Jahresverlauf
- Einfluss äußerer Faktoren auf die Besucherzahlen
- Anzahl der Gäste im Biosphärenreservat
- Besucherzahlen in den Zonen I und II sowie in „sensiblen“ Bereichen in der Zone III des Biosphärenreservates

Für die Bestimmung der Zählstandorte wurden zunächst Kriterien für die Auswahl der touristischen Wege erstellt. Im zweiten Schritt wurden nach einer Methodik die Zählstandorte festgelegt. Insgesamt wurden 30 ganzjährige und 13 zeitlich befristete Zählstandorte im Biosphärenreservat ermittelt.

Die Besucherzählungen erfolgten mittels Infrarot-Lichtschranken aus den USA (Trailmaster TM 1550). Für das Datenmanagement wurde eine Access-Datenbank aufgebaut. Die Datenverarbeitung erfolgte in verschiedenen methodischen Schritten.

Vorgelegt werden die Ergebnisse der Besucherzählungen im Zeitraum vom 01. Mai 2005 bis 30.04.2006 im Hinblick auf die touristischen Fragestellungen. So wurden u.a. insgesamt rund 560.000 Besucher ermittelt. Der Kickelhahn, der Große Beerberg, der Schneekopf und der Bereich Adlersberg/Stutenhaus sind Ausflugsziele mit hohen Besucherzahlen. Rund 50% der Besucherzahlen konzentrieren sich allein auf diese 4 Standorte. Die Anzahl der Tages- und Übernachtungsgäste im Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald wird auf ca. 246.000 geschätzt (ohne die Zahl der einheimischen Tagesgäste).



Kurzfassung

Vortrag: **„Den Wandern auf's Maul geschaut“
Ausgewählte Ergebnisse einer Besucherbefragung im
Biosphärenreservat Vessertal-Thüringer Wald**

Referent: PD Dr. Volker Dreier
Forschungsinstitut für Soziologie, Universität zu Köln

Im Zeitraum zwischen September 2005 und Juli 2006 wurden im Biosphärenreservat Vessertal insgesamt 510 Interviews mit Besuchern realisiert. Die Geschlechterverteilung war paritätisch, wobei 50% der Befragten zwischen 41 und 60 Jahre alt waren. Annähernd 60 % der Befragten kamen aus Thüringen.

Bei der Bildungs- und Beschäftigungsstruktur der Befragten ist festzustellen, dass 29 % (144) einen Realschulabschluss/POS (10. Klasse) und 39 % (194) einen Fachhochschulabschluss und höher aufweisen. Innerhalb der Beschäftigungsstruktur überwiegen mit 56 % (281) Arbeiter und Angestellte.

Abgesehen von den klassischen Motivationen der Naturerfahrung (80%) ist festzuhalten, dass die Hälfte der Besucher u.a. wegen der Thüringer Küche (infrastruktureller Aspekt) und wegen der kulturellen Angebote (18%) den Thüringer Wald besuchte. Bei den sportlichen Aktivitäten steht an erster Stelle mit 75% das Wandern, gefolgt von Skifahren (55%) und Radfahren (31%).

Bei der Frage nach der Anreise zeigt sich, dass hier mit dem PKW (76%) weiterhin das für Deutschland bevorzugte Transportmittel dominiert. Andere Verkehrsmittel, wie Bahn (1%) und Bus (3%) spielen keine nennenswerte Rolle. Der Besuch des Thüringer Waldes folgt bei den Befragten dem klassischen Muster des gemeinsamen Besuchs. 53 % der Befragten sind mindestens mit ihrem (Ehe-)Partner angereist und nur 7 % alleine, 35 % mit Freunden und 22 % mit der Familie.

Knapp 93 % der Befragten waren bereits einmal im Thüringer Wald, davon nach eigenen Angaben bereits die Hälfte mehr als 100 Mal. 29 % der Befragten gaben an, nur einen Tag im Thüringer Wald zu verbringen, während 26 % im Thüringer Wald ihren Wohnort besitzen.

39 % aller Befragten, die mehr als einen Tag im Thüringer Wald verbrachten, haben eine Unterkunft gebucht. An erster Stelle stehen Zimmerbuchungen in Hotels und Pensionen (61 %) und an zweiter Ferienwohnungen mit 22 %. Interessant ist hierbei zu bemerken, dass 91 % der Buchenden ihre Unterkünfte selbst organisierten. Jeweils ca. 40 % der Buchenden gaben an, bis 25 Euro bzw. bis 50 Euro pro Übernachtung auszugeben, wobei 45 % nur mit Frühstück und 30 % Halbpension buchten. Generell zeigt sich hier der Trend, und dies insbesondere für Wanderer, maximal mit Frühstück zu buchen oder Selbstverpfleger zu sein. Bezüglich der individuellen Zufriedenheit mit den gebuchten Unterkünften nach Qualität, Anzahl und Preisen gaben durchschnittlich die Hälfte der Befragten an, „eher zufrieden“ zu sein. Bei Gaststätten und Restaurants erhöhte sich die Anzahl für diese Kategorie auf durchschnittlich 75 %.

60 % der Befragten kennen den Status des Vessertals als Biosphärenreservat und 52 % wussten, dass sie sich im Biosphärenreservat befanden. Ausschlaggebend für die gewählte Reiseentscheidung war der Status des Vessertals jedoch nur für 3 % der Befragten. Der Bekanntheitsgrad des Vessertals als Biosphärenreservat bezieht sich primär auf Informationen von Freunden und Bekannten (28 %), aus Prospekten (13 %) und Zeitungsinformationen (12 %) sowie auf der Tatsache, dass der Befragte im Vessertal selbst seinen Wohnsitz hat (29 %).

Die Informationsstellen wurden nur von 28 % der Befragten besucht, das Veranstaltungsheft des Biosphärenreservats war nur 15 % bekannt. Informationen über Veranstaltungen im Befragungsgebiet erfolgten zu 66% über Informationstafeln und zu knapp 50% über Prospekte und Gespräche.

Erwähnenswert ist die Tatsache, dass 90% mit den Wanderwegen zufrieden sind, aber nur 25 % mit dem Angebot an kulturellen Veranstaltungen.

Zusammenfassend ist anzuführen, dass sich für 90% der Befragten ihre Erwartungen an das Biosphärenreservat erfüllten und die Existenz des Biosphärenreservats als positiv einstufte.



Kurzfassung

Vortrag: **Das sozio-ökonomische Monitoring (SÖM *Watt*) im Nationalpark Schleswig Holsteinisches Wattenmeer**

Referentin: Dr. Christiane Gätje
Nationalparkamt Schleswig Holsteinisches Wattenmeer

In der Wattenmeerregion gibt es vielfältige Wechselwirkungen zwischen Mensch und Natur: Hier leben, arbeiten und erholen sich Menschen. Drei Wirtschaftszweige sind dabei von Bedeutung: Tourismus, Fischerei und Landwirtschaft.

Im Nationalpark und Biosphärenreservat Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer wurde zwischen 1989 und 1994 in einem umfangreichen Ökosystemforschungsprojekt nicht nur die Ökologie des Wattenmeeres untersucht. Auch die Analyse der Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur der Wattenmeerregion spielte eine wesentliche Rolle. Die gewonnenen Erkenntnisse flossen ein sowohl in die Konzeption eines staatenübergreifenden Wattenmeer-Monitorings in Dänemark, Deutschland und den Niederlanden, als auch in das sozio-ökonomische Monitoring im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, das so genannte SÖM *Watt*.

Das sozio-ökonomische Monitoring „SÖM *Watt*“ wird seit 1999 durchgeführt und dient dazu:

- rechtzeitig Veränderungen und Trends insbesondere im Tourismus zu erkennen,
- die Bedeutung des Schutzgebiets für die wirtschaftliche Entwicklung zu ermitteln,
- die Zahl und Zufriedenheit der Besucherinnen und Besucher kontinuierlich zu erfassen und ggf. durch verbesserte Informationsangebote, Besucherlenkung, sowie Schutzgebiets- und Gästebetreuung zu erhöhen,
- durch Abfrage und Berücksichtigung der Meinungen, Wünsche und Interessen der Einheimischen und Gäste die Akzeptanz für das Schutzgebiet zu verbessern.

Das SÖM *Watt* besteht aus drei Bausteinen. Sie zielen auf die Erhebung quantitativer und qualitativer Daten als Grundlage für eine Bewertung der sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung in der Nationalparkregion.

Aus eigenen und amtlichen Statistiken werden ausgewählte Daten zusammengestellt, Besucherzahlen und -strukturen werden ermittelt als Maß für die Nutzung des Nationalparks als Standort für Erholung, Freizeitgestaltung und Umweltbildung.

So haben sich in 2005 rund 1,1 Millionen Menschen in der Westküstenregion im Rahmen von Wattführungen oder als Besucher von Infozentren über den Nationalpark und über das Wattenmeer informiert.

Gästebefragungen geben Auskunft über die Rolle des Nationalparks bei der Reisezielentscheidung, die Akzeptanz von Schutzmaßnahmen und die Zufriedenheit der Gäste mit den auf den Nationalpark bezogenen Angeboten.

In jährlich durchgeführten repräsentativen Telefonbefragungen wird die Regionalbevölkerung u. a. zu Bekanntheit, Perception und Akzeptanz des Nationalparks interviewt. Diese Befragungen werden seit 2000 durchgeführt und fallweise durch repräsentative bundesweite Befragungen ergänzt.



Kurzfassung

Vortrag: **Einblicke in das Monitoring zur Erholungsnutzung im Nationalpark Berchtesgaden**

Referentin: Dr. Sabine Hennig, Institut für Geographie, FAU Erlangen-Nürnberg
Michaela Künzl, Nationalparkverwaltung Berchtesgaden

Seit bald zehn Jahren verfügt der Nationalpark Berchtesgaden über ein Besuchermonitoring. Dieses hat sich bis vor zwei Jahren nur auf die kontinuierliche Erfassung und Auswertung „aktiver“ Nationalparkbesucher (Informationsstellenbesuche, Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen wie Wanderprogramm und Exkursionen) bezogen. Erhoben wurden sowohl quantitative wie qualitative Daten, die in einem speziell für den Nationalpark Berchtesgaden und seine Belange abgestimmten Datenbankmodell verwaltet werden.

Jährlich erfolgt eine Auswertung, deren Ergebnisse zum einen in einem Runden Tisch, zum anderen in einem Jahresbericht kommuniziert werden. Aus den im Laufe der Jahre gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnissen hat sich der Bedarf eines (erweiterten) Besuchermonitorings, das alle Schutzgebietsbesucher umfasst, definiert. Basierend auf einer speziell hierfür durchgeführten Befragung zur Situation „Besuchermonitoring“ in Nationalparks in Deutschland, Österreich und der Schweiz wurde vor zwei Jahren mit der Konzipierung eines Monitoringsystems begonnen. Dieses wird zudem wissenschaftlich begleitet.

Dabei erfolgt im Nationalpark Berchtesgaden, weniger ein Monitoring der Besucher, als vielmehr der Erholungsnutzung als gesamtes Analyse- und Bewertungsobjekt. Dieser umfassendere Ansatz wird dem bestehenden Bedarf im Hinblick auf die Nationalpark-Zielfunktionen Schutz, Erholungsnutzung, Umweltbildung und Forschung und den damit im Kontext stehenden Konflikten (insbesondere im Spannungsfeld „Schutz – Erholungsnutzung“) weit mehr gerecht als eine alleinige Fokussierung auf Besucher.

Das Monitoring Erholungsnutzung basiert auf der Erfassung von Daten zu insgesamt vier Kategorien: Aktivitätsformen, Besucher, Infrastrukturen und Stakeholder. Zu jeder Kategorie liegen in der Region umfassende Daten als Rahmendaten zur Erholungsnutzung (Parkplatzzahlen, Hüttenübernachtungen, Bustickets, Informationsstellen-besuche, etc.) vor. Durch ergänzende, detaillierte und bedarfsgerechte Erfassungen im Sommer 2005 (Befragungen, Interviews von Besuchern wie Experten vor Ort, Erfassungen mit Kameras und mit Time Lapse 960h Echtzeit-Recorder) ist es durch eine angemessene Verwaltung der gewonnenen Daten in einer Datenbank (RDBMS Oracle XE) und Verfahren der (multivariaten) Statistik möglich, die „Rahmendaten“ zur Erholungsnutzung im Schutzgebiet entsprechend zu bewerten. Basierend auf diesen und durch speziell ermittelte Rechenvorschriften können damit auch zukünftig quantitative und qualitative Aussagen zur Erholungsnutzung im Schutzgebiet getroffen werden. Dies gewährleistet Langfristigkeit, Vergleichbarkeit und Wiederholbarkeit im Monitoringsystem. In diesem Kontext sind auch die verschiedenen Initiativen im Bereich Besucher- bzw. Erholungsnutzungsmanagement (Wege- und Beschilderungskonzepte, Gestaltungsrichtlinien Nationalparkeingänge, Umweltbildungsaktivitäten, mobile GPS-gestützte Informationseinheiten etc.) im Nationalpark Berchtesgaden, die teilweise in Zusammenarbeit mit verschiedenen lokalen und regionalen Stakeholdern erfolgen, relevant. Diese Aktivitäten müssen in dem Gesamtsystem des Monitorings zur Erholungsnutzung nicht nur zur Kenntnis genommen, sondern auch integriert werden.



Kurzfassung

Vortrag: **Sozioökonomisches Monitoring im Nationalpark – Grundlagen, Rahmenbedingungen, Konzeption und Ergebnisse**

Referentin: Anke Lorenz-Hoppe
Nationalparkforstamt Eifel, Dezernat Kommunikation & Naturerleben

Grundlagen: Hintergründe zur Gründung des Nationalparks, strategischen Vorgehensweise und Philosophie der Nationalparkverwaltung. Dazu gehört insbesondere die Vorgehensweise zur Integration der Region in den Gründungsprozess mit resultierenden Kooperationen (u.a. mit touristischen Organisationen und dem Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn Eifel, in dem der Nationalpark Eifel liegt) und mit den in der Nationalpark-Verordnung festgelegten diversen Gremien und Arbeitsgruppen (z.B. Kommunalen Nationalparkausschuss).

Rahmenbedingung für ein SÖM im Nationalpark Eifel: personelle und finanzielle Ressourcen sowie bereits existierende, das SÖM betreffende Konzeptionen (z.B. touristischer Masterplan).

Konzeption des SÖM:

Ergebnisse: welche Erhebungen laufen unter welchem Teilmodul des SÖM, Methodik und bisherige Ergebnisse



Kurzfassung

Vortrag: **Ökonomische Effekte von Tourismus in Großschutzgebieten**

Referentin: Barbara Engels & Beate Job-Hoben (Bundesamt für Naturschutz)

„Ankommen lohnt sich – Bleiben auch“ – Unter diesem Slogan stellte EUROPARC Deutschland, der unabhängige Dachverband deutscher Großschutzgebiete, die deutschen Schutzgebiete im Jahr 2003 erstmals auch als touristische Destinationen vor. Dass Natururlaub in Deutschland attraktiv ist, belegt auch die aktuelle Reiseanalyse: 33 % aller Befragten geben an, sich in den kommenden drei Jahren „ziemlich sicher“ für Natururlaub zu interessieren (Reiseanalyse 2005).

Vor diesem Hintergrund nutzen immer mehr deutsche Großschutzgebiete ihren Schutzgebietsstatus als Prädikat und versuchen, sich als touristische Destinationen zu profilieren. Die Einrichtung der Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ im Dezember 2005 spiegelt diesen Trend wider.

So ist die mit touristischer Entwicklung einer (Schutzgebiets-)Region verbundene Möglichkeit, positive regionalwirtschaftliche Effekte zu erzielen, ein wichtiges Argument in der Diskussion um die Einrichtung neuer und den Erhalt bestehender Schutzgebiete. Gerade ökonomische Argumente sind für das Management von Großschutzgebieten eine Möglichkeit, die Akzeptanz unter der einheimischen Bevölkerung und den Verantwortlichen im Tourismus zu steigern.

Bislang mangelte es bei der Bestimmung solcher ökonomischen Effekte vor allem an einer vergleichbaren und leicht übertragbaren Vorgehensweise, die zugleich eine verlässliche Abschätzung ohne allzu großen Rechercheaufwand gewährleistet.

In einem Forschungs- und Entwicklungsvorhaben (F&E) widmete sich das Bundesamt für Naturschutz (BfN) von 2003-2005 dieser Thematik. Im Auftrag des BfN untersuchte Prof. Hubert Job (Institut für Wirtschaftsgeographie der LMU München) exemplarisch die regionalwirtschaftlichen Effekte von drei deutschen Großschutzgebieten mit Hilfe einer Wertschöpfungsstudie.

Das F&E-Vorhaben konzentrierte sich dabei auf den Zusammenhang von GSG und Tourismus und ermittelte auf der regionalen Ebene in den Fallstudien wirtschaftliche Kennzahlen. Diese umfassen die direkte und die indirekte Wertschöpfung sowie daraus resultierende Arbeitsplatzeffekte. Darüber hinaus wurden weitere Daten, die für eine solche Berechnung notwendig sind – wie Besucherzahl und Gästestruktur, aber auch Reisemotive – erhoben. Im Rahmen des Vorhabens wurde eine Methode entwickelt, die dem Management von Großschutzgebieten die Möglichkeit bietet, Untersuchungen zu regionalökonomischen Wirkungen eigenständig und relativ kostengünstig nach einem abgesicherten, standardisierten Verfahren selbstständig durchzuführen.

Für die Berechnung der regionalwirtschaftlichen Effekte sind vor allem zwei Informationen entscheidend: wie viele Besucher hat das Großschutzgebiet pro Jahr und wie viel geben die Gäste – hierbei ist es wesentlich, zwischen Tagesbesuchern und Übernachtungsgästen zu differenzieren – im Rahmen ihres Aufenthaltes aus? Beide Fragen lassen sich nur durch Feldstudien in Erfahrung bringen. Denn in den meisten Großschutzgebieten Deutschlands liegen keine verlässlichen Daten über Besucherzahlen vor, sodass, wie im vorliegenden Falle beispielhaft geschehen, diese Größe

über eine stichprobenbasierte Zählung errechnet werden muss. Durch face-to-face-Interviews lässt sich in einem zweiten Schritt das Ausgabeverhalten ermitteln. Aus diesen Informationen und mit Hilfe weniger Kennzahlen ergeben sich dann die Einkommenseffekte. In einem letzten Schritt werden aus diesen dann Arbeitsplatzäquivalente abgeleitet, was eine anschauliche Darstellung der Ergebnisse ermöglicht.

Die Anwendbarkeit der Methode wurde in zwei Naturparken und einem Nationalpark mit Erfolg getestet. Der Naturpark Altmühltal als Beispiel für einen Naturpark, der maßgeblich von Übernachtungsgästen besucht wird und der Naturpark Hoher Fläming, der insbesondere von Tagesbesuchern aus Berlin angesteuert wird. Als Repräsentant der Gebietskategorie mit dem stärksten Naturschutzanspruch wurde der Müritz-Nationalpark ausgewählt.

Die bei der Analyse gewonnen Ergebnisse machen deutlich, dass Großschutzgebiete beachtliche Beiträge für die regionale Wirtschaft leisten können. So ergeben sich im Müritz-Nationalpark 261 Arbeitsplatzäquivalente, im Naturpark Hoher Fläming 211 und im Naturpark Altmühltal 483. Die Methode ist so ausgelegt, dass konservative Schätzungen der wirtschaftlichen Wirkungen erzielt werden. So wird bei Naturparken in erster Linie der landschaftsbezogene Tourismus erfasst und bei Nationalparken darüber hinaus sogar nur solche Besucher berücksichtigt, für die der Nationalpark ein entscheidender Grund war, in die Region zu kommen. Die Ergebnisse stellen somit eine solide Basis dar, um im politischen Meinungsbildungsprozess dem eine nachhaltige Entwicklung forcierenden Tourismus im Großschutzgebiet Gewicht zu verleihen. Sie dienen damit auch der Schaffung von mehr Akzeptanz in der Bevölkerung und bei politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträgern zu gewinnen.

Ernst gemeinte Ansätze landschaftsbezogenen Tourismus in Großschutzgebieten zu fördern werden nicht um ein fundiertes Besuchermonitoring (als originärer Bestandteil eines qualifizierten sozio-ökonomischen Monitorings im Großschutzgebiet und seinem Umfeld) herumkommen, das anders als das meist schon vorhandene Ökomonitoring bislang in kaum einen Schutzgebiet praktiziert wird. Die in diesem Forschungs- und Entwicklungsvorhaben vorgeschlagene Besucherzählung sowie die face-to-face-Interviews können hierfür die Basis bilden. Die Besucherzählung ermittelt – unter Berücksichtigung von Schwankungen im wöchentlichen und saisonalen Verlauf, aber auch in Abhängigkeit der Witterung – belastbare Daten, die auch für Maßnahmen zur Besucherlenkung grundlegendes Material darstellt. Neben der Zahl der Besucher können auch Spitzenzeiten oder Aktivitätsmuster aus den Daten abgelesen werden. Die Interviews bieten außerdem die Möglichkeit, eine Vielzahl von Merkmalen wie Soziodemographie, aktionsräumliches Verhalten, Informationssuche, Reisemotivation oder Umweltwahrnehmung zu erfassen.

Das BfN widmet sich dem Thema „Wirtschaftsfaktor Großschutzgebiete“ nun in einem weiterführenden Vorhaben, dass mit Hilfe von Clusteranalysen die regionalwirtschaftliche Bedeutung von Tourismus in Großschutzgebieten bundesweit untersucht.



Kurzfassung

Vortrag **Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer als
regionaler Wirtschaftsfaktor**

Referent: Ralf Trimborn
Geschäftsführer der inspektour GmbH, Heide/Holstein

„Natur Natur sein lassen“ gilt als vortrefflicher Slogan sowie als Strategie für die Entwicklung der deutschen Nationalparke. Jedoch haben sie, übrigens wie sämtliche Großschutzgebiete, neben der Schutzfunktion auch eine Forschungs-, Bildungs- und nicht zuletzt eine Erholungs- und Tourismusfunktion inne. Insbesondere die intakte Flora und Fauna, natürliche Strände, sauberes Wasser, aber auch die Artenvielfalt sowie die Ruhe und frische Luft sorgen dafür, dass primär nachfrageseitig das Prädikat Nationalpark (NP) als ein Garant für intakte Naturlandschaften eingestuft wird und sich insofern eine touristische Marke Nationalpark entwickelt hat.

Bei der Betrachtung des freizeit-touristischen Gesamtmarktes, als der am stärksten vom NP partizipierende regionale Wirtschaftsfaktor, lässt sich konstatieren, dass auch hier der Angebotsfaktor Natur ein entscheidendes Element darstellt. Als Hauptreisemotiv fungiert die Natur primär bei Nischenzielgruppen, jedoch als immanent wichtiges ergänzendes Reisemotiv nahezu für alle weiteren Touristen. Von einer Ausschöpfung des Nachfragepotenzials durch die deutschen Großschutzgebiete kann bei weitem noch nicht gesprochen werden.

Der NP Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer an der Westküste des Landes Schleswig-Holsteins (geschützt seit 1985) liegt an sowie teilweise in den beiden Kreisen Nordfriesland und Dithmarschen. Die schleswig-holsteinische Nordseeküste mit den nordfriesischen Inseln und Halligen gehört aber auch zu den klassischen und bekanntesten freizeit-touristischen Destinationen Deutschlands und ist daher Ziel vieler Übernachtungs- aber auch (primärer und sekundärer) Tagesgäste. Die natürlichen Angebotsfaktoren sind von herausragender Bedeutung für den Wirtschaftszweig Tourismus in dieser Region. Dieses Angebots- und nachfrageseitige Potenzial ist vor dem Hintergrund der stagnierenden Übernachtungszahlen und der zunehmenden wirtschaftlichen Abhängigkeit vom Tourismus am NP Wattenmeer umso höher zu bewerten. Die zwar leicht steigenden Gästezahlen können die Verluste in den Übernachtungszahlen, hervorgerufen u.a. durch die immer kürzer werdende Aufenthaltsdauer der Gäste, nicht kompensieren. Um dem fortschreitenden Rückgang der Übernachtungszahlen entgegenzuwirken bzw. um die touristische Bruttowertschöpfung und damit auch die Wirtschaftskraft der Region auf dem derzeitigen Niveau zu halten, müssen Maßnahmen im Bereich des Tourismus darauf hinwirken, mehr Besucher in die Region zu locken, sie zu möglichst langen Aufenthalten zu bewegen und sie zu erneuten Besuchen zu motivieren. Chancen ergeben sich bei einer stärkeren Hervorhebung und Entwicklung nationalpark-bezogener touristischer Angebote.

In der NP-Region Wattenmeer trägt der Tourismus mit etwa 19% zur Gesamtwertschöpfung bei, wohingegen die Bereiche Landwirtschaft (ca. 5%) sowie Fischerei (ca. 1%) eine eher untergeordnete Rolle spielen. Die verbleibende Wertschöpfung wird vom Produzierenden- und Baugewerbe sowie sonstigen nicht touristischen Bereichen des tertiären Sektors erwirtschaftet. Den NP explizit - nicht die Nordsee, das Watt sowie die weitere Natur - kann jedoch überwiegend der Sektor Tourismus positiv für sich nutzen.

Der nationalparktouristische Wertschöpfungseffekt ist daher einer der direkten Messwerte, die NPs zugeschrieben werden. Er kann u.a. über Marktpreise, Gästezahlen, Aufenthaltsdauer etc. monetarisiert werden. Weitere Effekte von NPs, wie u.a. die Imagewirkung oder die relative



Verbesserung des Tourismus, z.B. durch die Erweiterung des touristischen Angebotes, stellen intangible Effekte dar und können nur qualitativ beschrieben werden. Zur Eruiierung des regionalen touristischen Wirtschaftsfaktors, um u.a. die Existenzberechtigung des NPs zu untermauern, wurde von der Diplomandin Katja Korff 2004 eine umfassende empirische Studie (u.a. persönlich-mündliche Gästebefragung, n>1.000) in Kooperation mit diversen regionalen Partnern am NP Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer durchgeführt.

Zunächst wurden die Touristen mittels zweier Kriterien klassifiziert. Die Obergrenze der nationalparktouristischen Bruttowertschöpfung geht auf die Ausgaben der Gäste zurück, für die der Schutzstatus des Wattenmeeres als NP eine gewichtige oder entscheidende Rolle bei ihrer Entscheidung, die Region zu besuchen, spielte. Dies sind ca. 25% aller Gäste. Die Untergrenze der nationalparktouristischen Bruttowertschöpfung hingegen wird durch die Ausgaben der Gäste begrenzt, für die der Schutzstatus des Wattenmeeres als NP eine gewichtige oder entscheidende Rolle bei der Reisezielentscheidung spielte und die die Region nicht aufgesucht hätten, wenn das Wattenmeer nicht als NP geschützt wäre. Dies sind 1,4% der Übernachtungsgäste (für Tagesgäste liegt dieser Wert bei 0,0%). An dieser Abgrenzung orientiert, wurde als Obergrenze für den durch Nationalparktourismus ausgelösten Wertschöpfungseffekt ein Betrag von 131 Mio. EUR sowie von rechnerisch 5.900 Vollzeit Arbeitsplätzen in der gesamten NP-Region ermittelt. Dies entspricht einem Anteil von 1,7% am regionalen BIP. Als Untergrenze für den durch Nationalparktourismus ausgelösten Wertschöpfungseffekt wurde ein Betrag von 6,4 Mio. EUR bzw. rechnerischen 280 Vollzeit Arbeitsplätzen errechnet, was einem Anteil von 0,1% am regionalen BIP entspricht. Mit Hilfe der Gästebefragung wurde auch die Höhe der ‚nationalparkbezogenen‘ Ausgaben empirisch ermittelt. Die Einordnung ihrer Ausgaben als nationalparkbezogen wurde von den Befragten selbst vorgenommen. Die durch nationalparkorientierte Freizeitnutzung in der Region verursachte direkte Bruttowertschöpfung betrug 7 Mio. EUR. Davon gehen 0,58 Mio. EUR auf Ausgaben zurück, die nicht getätigt worden wären, wenn das Wattenmeer nicht als NP geschützt wäre. Anhand dieser Zahlen lässt sich die hohe Bedeutung des Nationalparks für die regionale (Tourismus-)Wirtschaft belegen.

Tourismus und Naturschutz können und sollten sich ergänzen, da diverse positive Nachhaltigkeits-Effekte in sozialen, ökologischen und ökonomischen Bereichen, wie beispielsweise die Steigerung des Bildungsgrades, die Erhöhung der Akzeptanz von Naturschutzmaßnahmen, die Generierung neuer Arbeitsstellen und zusätzlicher Steuereinnahmen, die Bewahrung und der Erhalt des Bestehenden etc. langfristig erzielt werden können. Naturschätze (insbesondere USP's - Unique Selling Proposition = Alleinstellungsmerkmale) gilt es noch stärker als bisher in das Marketing aufzunehmen. Kreative Ideen sind gefragt, um unterschiedliche Zielgruppen, auch beispielsweise urbane Charakter, für einen naturorientierten Tourismus zu begeistern. In diesem Zuge ist es denkbar, dass nationalpark-touristische (Angebots-)Elemente exzellent u.a. zur Saisonverlängerung dienen können, da natürliche Vorgänge (z.B. der Vogelzug oder die Halligfliederblüte auf den Salzwiesen) im Laufe der Jahreszeiten reizvoll inszeniert werden könnten. Durch eine starke Spezialisierung ist es ein Leichtes, auch internationale (Nischen-)Zielgruppen anzusprechen. Aus der NP-Region Wattenmeer können als Good-Practice-Beispiele bereits jetzt die Ringelganstage als Event in den Zwischensaison sowie das Ganzjahresangebot des Bird-Watching genannt werden. Abschließend gilt es besonders die integrative Funktion des NPs herauszustellen. Durch seine Existenz, gepaart mit einzeln initiierten Aktivitäten und Projekten (z.B. die NP-Partnerschaft), konnte in den vergangenen Jahren ein intensiveres Miteinander unterschiedlichster Akteure und Gruppen festgestellt werden. Die Erkenntnis der Bedeutung des regionalen Wirtschaftsfaktors NP Wattenmeer durchdringt sukzessive auch die Region.



Kurzfassung

Vortrag: Werben mit dem Nationalpark-Logo – Partnerunternehmen verbreiten die Nationalparkidee. Das Beispiel Müritz-Nationalpark-Partner

Referent: Jens Brüggemann
Nationalparkamt Müritz

Nationalparke brauchen Partner für die erfolgreiche Umsetzung ihres Schutzzwecks. Partner in der Verwaltung, bei Vereinen und Verbänden, auf verschiedenen Ebenen und in unterschiedlichster Funktion. Partner in der Gesellschaft allgemein und insbesondere vor Ort in der Region. Im 15. Jahr des Bestehens des Müritz-Nationalparks wurde gemeinsam mit drei Verbänden der Region und dem Förderverein Müritz-Nationalpark e.V. ein neues Kapitel der partnerschaftlichen Zusammenarbeit aufgeschlagen. Gemeinsam wirken sie als Vergaberat für das Modell Müritz-Nationalpark-Partner, das sich an Unternehmen richtet, deren Geschäftstätigkeit im Zusammenhang mit dem Müritz-Nationalpark steht.

Die Zusammenarbeit von Partnerbetrieben und Nationalparkamt Müritz hat das Ziel, den Müritz-Nationalpark mit seinem Schutzzweck zu stärken und das nachhaltige Wirtschaften in der Region zu befördern. Mit dem Modell soll erreicht werden, dass Gäste und Kunden umfassend und gut über den Müritz-Nationalpark und besondere Leistungen und Produkte aus der Region informiert sind und dass ihre Erwartungen an Qualität und Service erfüllt werden.

Die Anerkennung als Müritz-Nationalpark-Partner ist für die Unternehmen eine Auszeichnung ihres Engagements für den Nationalpark und für die Region. Sie wird nach außen dokumentiert durch die Nutzung des Nationalpark-Logos als Qualitätsmarke im Zusammenhang mit dem Unternehmensnamen. Folgerichtig ist die Anerkennung an Kriterien gebunden, über die ein Vergaberat entscheidet. Bisher hat das Nationalparkamt Müritz mit 16 Unternehmen aus dem touristischen und produzierenden Gewerbe ein Partnerschaftsvertrag geschlossen, 5 Bewerber wurden zurückgestellt.

Die Partner erhalten vom Nationalparkamt Müritz eine Urkunde und ein Paket mit Informationsmaterialien des Müritz-Nationalparks sowie die Nutzungsrechte für das Logo mit dem Schriftzug „Müritz-Nationalpark-Partner“. Außerdem wird ihr Unternehmen auf der Internetplattform www.muertiz-nationalpark-partner.de vorgestellt und sie können am Weiterbildungsangebot des Nationalparkamtes teilnehmen. Jedes Partnerunternehmen hat einen Mitarbeiter des Nationalparkamtes als festen Ansprechpartner.

Das Interesse von Unternehmen, Nationalpark-Partner zu werden, ist beachtlich. Es ist noch nicht absehbar, wie groß die Familie der Nationalpark-Partner einmal werden wird. Der Vergaberat hat in der Entwicklung des Modells bewusst entschieden, auf Klasse statt Masse zu setzen. Dementsprechend hoch sind die Anforderungen an die Bewerber und Partnerunternehmen, die ihrerseits auch keinen inflationären Umgang mit dem Nationalpark-Logo wünschen. Das sollte das Nationalparkamt Müritz allerdings nicht hindern, auch mit den Unternehmen, die (noch) nicht Nationalpark-Partner sind, konstruktiv zusammen zu arbeiten.



Kurzfassung

Vortrag; **Impulse, Steuerungsmöglichkeiten und Hemmnisse der touristischen Entwicklung der Nationalparkregion Hainich**

Referent: Franz Moder
Büro OPUS Erfurt

Der Nationalpark Hainich wurde 1997 gegründet und ist einer der jüngsten Nationalparke in Deutschland. Er schützt die größten zusammenhängenden Buchenurwälder Mitteleuropas. Das Großschutzgebiet entstand in einer Randregion Thüringens mit geringem wirtschaftlichem Entwicklungspotenzial nach der Wiedervereinigung. Anfangs vorhandene Widerstände vor allem seitens der Waldbesitzer und einzelner Politiker sind zumindest öffentlich verstummt. In der Region ist die Akzeptanz des Nationalparkes mittlerweile hoch.

Eine Analyse der touristischen Entwicklung der Nationalparkregion Hainich zeigt, welche Rahmenbedingungen eine positive Entwicklung gebremst haben und wodurch die stärksten Impulse ausgingen. Aus dieser Analyse lassen sich Ansätze künftiger Steuerungsmöglichkeiten ableiten. Die planerischen Grundlagen für die Entwicklung des Nationalparkes Hainich wurden in erster Linie in den Jahren 1997 bis 2000 gelegt. In diesem Zeitraum entstanden die Arbeiten: „Nationalpark Hainich – Einrichtungs- und Wegekonzept (1997), Nationalpark Hainich – Tourismuskonzept (1998), Pflege- und Entwicklungsplan für den Nationalpark Hainich (2000). Eine Nationalparkregion Hainich existierte zu diesem Zeitpunkt noch nicht. So lag und liegt heute noch die Region um den Nationalpark Hainich in zwei Planungsregionen, zwei Landkreisen und im Einzugsbereich von drei verschiedenen Tourismusverbänden (der Zuschnitt der Tourismusverbände hat sich in den letzten Jahren geändert). Dadurch wurde eine zielgerichtete Entwicklung des Nationalparkumfeldes eindeutig erschwert. Erste planerische Ansätze zum Entwickeln einer Tourismusregion sind im Regionalen Entwicklungskonzept (REK) aus dem Jahr 2001 niedergelegt.

Der Hainich verfügt nur im begrenzten Maße über „natürliche touristische Attraktionen“ wie beispielsweise Berge, Felsen, Höhlen, Gewässer, etc., zudem ist er national und international vergleichsweise wenig bekannt (bei allerdings deutlich steigender Tendenz). Aktuell steht hier dem mittlerweile auch touristisch positiv besetzten Markenzeichen Nationalpark das Fehlen von Landschaftsstrukturen, die in hohem Maße Touristen anlocken wie Meer, große Seen und Hochgebirge gegenüber. Touristisches Alleinstellungsmerkmal für den Nationalpark Hainich sind die großflächigen naturnahen Laubwälder in ihren jahreszeitlich und räumlich unterschiedlichen Ausprägungen. Eine neue touristische Attraktion erster Güte stellt der im August 2005 eröffnete Baumkronenpfad an der Thiemsburg bei Craula dar. Bereits im ersten Jahr konnten ca. 350.000 Besucher begrüßt werden. Diese rasante Entwicklung hat alle Beteiligten überrollt (hatte der gesamte Nationalpark im Jahr 2004 noch 140.000 Besucher) und hat auch zu einer starken Veränderung der Besucherströme geführt.

Im Gegenzug sind in diesem Jahr mehrere Nationalparkinformationsstellen im Zuge von Personalkürzungen, aber auch vor dem Hintergrund geringer Besucherzahlen geschlossen worden. Der Bau des geplanten Nationalparkzentrums ist nach aktuellem Informationsstand noch in weiter Ferne. Sollte es realisiert werden, wird es die Besucherströme in der Nationalparkregion von neuem stark beeinflussen.

Zusammenfassend zeigt sich, dass zwischen den langfristig angelegten Entwicklungsplanungen und der realen Entwicklung oft große Diskrepanzen bestehen und dass oft einzelne Projekte die Entwicklung einer Region in touristischer und verkehrlicher Sicht stark beeinflussen können. Die verwaltungsorganisatorischen Rahmenbedingungen spielen bei einer zielgerichteten Entwicklung ebenfalls eine bedeutsame Rolle.



Kurzfassung

Vortrag: **Nachhaltiger Tourismus als Zukunftsperspektive in Nationalen Naturlandschaften**

Referent: Dipl.-Geogr. Rolf Spittler
Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V.
Viabono-Trägerverein e.V.

Da sich die touristische Nutzung in Naturlandschaften an dem Schutzzweck zu orientieren hat und dieser nicht beeinträchtigt werden darf, sind für den jeweiligen Landschaftsraum verträgliche Tourismusformen zu fördern. Die touristische Entwicklung in Nationalen Naturlandschaften muss sich daher an den Prinzipien des Nachhaltigen Tourismus orientieren. Dies stellt auch ein bedeutendes Potenzial und ein besonderes Alleinstellungsmerkmal für diese Regionen dar. Naturlandschaften erfordern zu deren Erhaltung nicht nur zwangsläufig angepasste, naturverträgliche, nachhaltige touristische Nutzungen, sondern die Nachfrage nach verträglichen Reisemöglichkeiten, Naturgenuss und landschaftsorientierter Erholung nimmt auch immer weiter zu.

Auch wenn das Angebot an nachhaltigen Reiseangeboten mittlerweile recht mannigfaltig und zahlreich ist, ist es oft schwer den Zugang dazu zu finden und vielen Urlaubern ist diese Angebotspalette nicht bekannt. Das Ö.T.E.-Projekt „Nachhaltigen Tourismus als Zukunftsaufgabe fördern“ (www.zukunft-reisen.de) soll die Verbraucherinformation in diesem Bereich verbessern und darüber Gäste auch auf die Nationalen Naturlandschaften aufmerksam machen. Das Portal bietet zahlreiche Tipps über verträgliche Formen des Reisen, die nicht nur sensibilisieren, sondern auch das Reiseverhalten beeinflussen und die Interessenten zu den vorhandenen Angeboten im Bereich des nachhaltigen Tourismus führen sollen.

Der zweite wesentliche Baustein des Projektes ist es, den Stand der nachhaltigen Entwicklung im Tourismus in Deutschland zu evaluieren. Im Vordergrund steht dabei die Umsetzung internationaler Vorgaben zur nachhaltigen Tourismusedwicklung in Deutschland durch die Akteure in Politik, Wirtschaft und Nichtregierungsorganisationen. Außerdem sollen die Bedeutung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung hervorgehoben und beispielhafte Projekte und Initiativen dargestellt werden. Im diesem Bereich finden sich alle wichtigen Informationen und Hintergründe zum nachhaltigen Tourismus auf nationaler und internationaler Ebene. Konkrete Projektbeispiele übernehmen auch die Funktion von Umsetzungshilfen für touristische Akteure. Darüber hinaus werden diese auch bei der Suche nach weiteren beispielhaften Projekten unterstützt.

Für die Vermarktung der Angebote in Nationalen Naturlandschaften ist die Umweltdachmarke Viabono (www.viabono.de) ein „natürlicher Partner“. Viabono wurde 2001 auf Initiative des Bundesumweltministeriums von 12 Spitzenverbänden aus Tourismus, Umwelt und Verbraucherschutz gegründet. Damit wurde dem Bedürfnis der Reisenden nach einer verlässlichen Marke und der Notwendigkeit der Förderung eines umweltorientierten und qualitätsbewussten



Tourismus in Deutschland entsprochen. Viabono ist das verlässliche Versprechen für mehr Qualität, mehr Genuss und mehr Natürlichkeit beim Reisen in Deutschland. Damit vermittelt Viabono Glaubwürdigkeit, Sicherheit und Vertrauen – für Anbieter wie für Gäste. Die Marke Viabono und ihre Partner garantieren das besondere Urlaubserlebnis „Reisen natürlich genießen“. Viabono überprüft Anbieter und ihre Angebote nach anspruchsvollen Kriterien, bevor sie Lizenznehmer der Marke werden können. Das Entscheidende dabei: Viabono ist kein weiteres der zahllosen Umweltgütesiegel. Viabono bündelt hochwertige Reiseangebote und bietet das Maximum an natürlichem Genuss unter einem einheitlichen Dach. Und Viabono führt diesen Produkten zusätzliche Gäste zu. Die klaren Lizenzkriterien dienen dabei dem Zweck, das Umwelt- und Qualitätsversprechen der Marke dauerhaft zu erfüllen. Die anspruchsvollen Umwelt- und Qualitätskriterien aus den Bereichen Abfall, Energie, Wasser, Mobilität, Information und Management, Architektur und regionale Wirtschaftskreisläufe sowie zielgruppenspezifische Wohlfühlfaktoren sichern nicht nur den hohen Standard der Marke Viabono, sondern bedeuten auch handfeste Vorteile für die Anbieter durch direkte Kosteneinsparungen und mehr zufriedene Gäste.

Die ständig wachsende Zahl der Lizenznehmer deckt eine hohe Angebotsvielfalt ab und reicht von Hotels, Ferienwohnungen, Jugendunterkünfte, Campingplätze und Restaurants bis hin zu Kommunen, Regionen und Naturparks. Pauschalanbieter und Kanureiseveranstalter runden die Angebotsvielfalt ab. Die Vermarktungsplattform www.viabono.de bietet einen schnellen und unkomplizierten Zugang zu den attraktiven Tourismusangeboten. Durch ihre umfassende Präsentation dort werden die Lizenznehmer in Marketing und Werbung unterstützt. Gemeinsam mit Viabono führt der Weg zu einem nachhaltigen Erfolg.

Die direkte Schnittmenge zwischen Viabono und den Nationalen Naturlandschaften ist bereits dadurch umgesetzt, dass es einen eigenen Kriterienkatalog für Naturparke gibt und sieben Naturparke als Lizenznehmer mit Viabono zusammen arbeiten. Mit dem neuen Kriterienkatalog für touristische Regionen, der nun über Tourismuskommunen hinausgeht, können auch Naturlandschaften abgedeckt und eingebunden werden. Zusammen gearbeitet wird im Rahmen der Nationalpark-Partnerschaft in den Nationalparks Eifel, Wattenmeer und Müritze. Aufgrund der inhaltlichen Parallelität ist es dort Voraussetzung für die Nationalpark-Partnerschaft, dass die Partner die geprüfte Viabono-Lizenz besitzen. Ein ausbaufähiges Beispiel für eine effektive Zusammenarbeit und eine zielorientierte Vermarktung.



Kurzfassung

Vortrag: **Prignitzforum – Informationssystem für nachhaltigen Tourismus**

Referentin: Dipl. Ing. Frauke Hoffmann/ Dipl. Ing. Julia Wulff
Technische Universität Berlin / Institut für Landschafts- und Umweltplanung

Im Rahmen des Förderschwerpunkts „Konzeption und Erprobung problemorientierter regionaler Berichtssysteme für eine nachhaltige Entwicklung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung wurde das Forschungsvorhaben „Nachhaltiger Tourismus in der Prignitz – ein Informationssystem“ bearbeitet. **Ziel** war es, ein regionales Informationssystem zu entwickeln, das zur Beurteilung und Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in der Region Prignitz beiträgt. Die unterschiedlichen Handlungsfelder der nachhaltigen touristischen Entwicklung wurden untersucht und in das Informationssystem eingebracht. Dabei wurde ein besonderer Fokus auf die Verknüpfung der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit gerichtet.

Partnerregion des Forschungsvorhabens war die Prignitz – eine ländliche Region im Nordwesten Brandenburgs. Die Prignitz ist eine für Ostdeutschland typische Region, in der die Transformationsprozesse des ländlichen Raums mit dem Ausbau des Tourismus als Entwicklungsperspektive einhergehen. Innerhalb der Prignitz liegt das Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe Brandenburg – eine Modellregion für nachhaltige Entwicklung. Das Informationssystem richtet sich an alle, die in der Region mit der touristischen Entwicklung befasst sind.

Mit dem Informationssystem wird sowohl die Nachhaltigkeitssituation des Tourismus in der Prignitz dokumentiert (Nachhaltigkeitsmonitoring) als auch zur verstärkten Anwendung nachhaltiger Handlungsformen angeregt (Orientierungswissen, Kooperation und Kommunikation).

- **Nachhaltigkeitsmonitoring:** Zur Darstellung der regionalen Tourismusedwicklung vor dem Hintergrund des Leitbildes der Nachhaltigkeit wurde ein **Indikatorensystem** erarbeitet. Dieses Monitoringsystem ermöglicht den regionalen Schlüsselakteuren im Tourismus, touristische Entwicklungen zu beurteilen, Informationen und Daten für Entscheidungen zur Verfügung zu stellen und die Region nach innen und außen zu präsentieren.
- **Orientierungswissen:** Das Indikatorensystem wird durch **handlungsunterstützende Informationen** ergänzt. Hierunter fallen sowohl regionsexterne als auch -interne Informationen, bspw. Inhalte von Schutzgebietsverordnungen, die Regelungen für die Freizeitnutzung von Naturschutzgebieten enthalten, Erläuterung zur touristischen Umweltdachmarke „Viabono“ oder Weiterbildungsangebote für Mitarbeiter der Tourismusbranche.
- **Kooperation und Kommunikation:** Die **Vernetzungsfunktion** bietet die Möglichkeit zum direkten Austausch von Daten und Informationen zwischen den Nutzern des Berichtssystems. Mit einer Adress- und einer Projektdatenbank können sich die Nutzer gegenseitig über laufende Projekte, über Zuständigkeiten und Ansprechpartner in den vielfältigen Aufgabenfeldern des regionalen Tourismus informieren.



Informationssystem Nachhaltiger Tourismus in der Prignitz		
<p>Nachhaltigkeitsmonitoring</p> <p>Berichtsfunktion Abbildung des regionalen Tourismus im Hinblick auf seine Nachhaltigkeit</p> <p>Nachhaltigkeitsindikatoren bewerten die Erfüllung der Ziele eines nachhaltigen Tourismus</p> <p>Indikatorensteckbriefe erläutern Aussagekraft und Interpretationsansatz der Indikatoren</p>	<p>Orientierungswissen</p> <p>Orientierungsfunktion Informationen zur Unterstützung nachhaltigen Handelns</p> <p>Regionsinternes und –externes Informationsmaterial vermittelt Wissen zu Teilaspekten eines nachhaltigen Tourismus Handlungsanleitungen, Beispiele und Erläuterungen sind Mittel zur Verdeutlichung dieses Wissens auf anschauliche Art und Weise</p>	<p>Kooperation und Kommunikation</p> <p>Vernetzungsfunktion Angebot zur Handlungskoordination Möglichkeit zum</p> <p>Austausch von Daten und Informationen zur Abstimmung von Angeboten, Terminen, Projekten etc.</p>

Funktionen des Informationssystems

Die Indikatoren und die ergänzenden handlungsunterstützenden Informationen wurden zusammen mit den regionalen Tourismusakteuren entwickelt bzw. abgestimmt. Diese an den Fragestellungen der Nutzer orientierte Vorgehensweise sicherte eine frühzeitige Verankerung des Informationssystems in der Region und förderte die Auseinandersetzung mit den Zielen und Inhalten einer nachhaltigen touristischen Entwicklung.



Kurzfassung

Vortrag: **„Die Geister die ich rief“ – Entscheidungen zur Besucherlenkung zwischen subjektivem Befinden und objektiven Argumenten an den Beispielen Kranich-Ticket und Wasserwandern im Müritz-Nationalpark**

Referent. Jens Brüggemann
Nationalparkamt Müritz

„Nationalparke haben zum Ziel, ... den möglichst ungestörten Ablauf der Naturvorgänge in ihrer natürlichen Dynamik zu gewährleisten. Soweit es der Schutzzweck erlaubt, sollen Nationalparke auch ... dem Naturerlebnis der Bevölkerung dienen“ (§ 24 Abs. 2 BNatschG). In vielen Gesetzen und Verordnungen wird explizit darauf hingewiesen, dass die Nationalparke auch zur strukturellen Entwicklung der Region beitragen sollen, so auch für den Müritz-Nationalpark.

Daraus erwächst die Aufgabe, einerseits attraktive Angebote für Besucher zu schaffen und andererseits den Schutzzweck durch das Besucheraufkommen nicht zu gefährden. Einerseits wollen wir, dass die Besucher kommen. Kommen sie dann, vielleicht sogar in Massen, fürchten wir uns andererseits davor, dass es zu viel wird. Doch was ist zu viel? Wie können wir definieren, was uns der Schutzzweck erlaubt? Wo setzen wir die Grenzen und welche Argumente brauchen wir dafür bzw. meinen wir dafür zu brauchen?

Nach einer kurzen Präsentation des Systems der Besucherlenkung und -information im Müritz-Nationalpark werden anhand der Entwicklung des Besuchsgeschehens Problembereiche aufgezeigt. Anhand der Beispiele der Beobachtung der abendlichen Kranichrast im September/Oktober und den Wasserwanderstrecken im Müritz-Nationalpark werden die praktischen Erfahrungen mit der Einführung korrigierender Regelungen diskutiert.

Während das Kranich-Ticket bei seiner Einführung 2003 noch einen Proteststurm entfachte, entwickelte es sich doch als eine sehr wirkungsvolle und für die Besucher attraktive Regelung, die sogar ein buchbares Produkt darstellt. Anders die Situation an den Wasserwanderstrecken: eine langfristig tragfähige Lösung ist trotz – oder eben doch wegen (?) – der Beteiligung der betroffenen Akteure noch nicht umgesetzt. Es stellt sich die Frage, wie subjektive Empfindungen und objektive Argumente zu einer Lösung führen können. Optionen werden aufgezeigt.



Kurzfassung

Vortrag **„Erholung im Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald -
Fragen und Antworten aus naturschutzfachlicher Sicht“**

Referentin: Dr. Elke Hellmuth
Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald , Verwaltung
Schmiedefeld a. R.

Der Tourismus zählt für die Gemeinden im Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald zu den wichtigsten wirtschaftlichen Standbeinen. Auf Grund der reichhaltigen Ausstattung des Gebietes mit naturschutzfachlich wertvollen Arten und Lebensräumen stehen seit 1999 Fragen der Besucherlenkung im Mittelpunkt der Betrachtungen. Ziel der Besucherlenkung ist es, eine nachhaltige touristische Entwicklung zu befördern und gleichzeitig zum Erhalt der biologischen Vielfalt beizutragen. Von Beginn an stellte sich dabei die Frage, in welchen Bereichen des Biosphärenreservates Konflikte auftreten.

Zunächst wurde das touristische Wegenetz vollständig überarbeitet, da hier ein großer Handlungsbedarf bestand. Die naturschutzfachlichen Aspekte wurden auf der Grundlage der Zonierung und dem Vorkommen ausgewählter Arten in der Zone 3 geprüft. Um die potentiell störungsempfindlichen Arten und Biotoptypen im Biosphärenreservat vollständig zu erfassen und einzubeziehen, wurde parallel dazu eine GIS- gestützte Analyse durchgeführt. Die Frage, ob die touristische Nutzung der ermittelten naturschutzfachlich sensiblen Bereiche zu Konflikten führt, konnte nicht umfassend beantwortet werden, da spezifische touristische Grundlagendaten fehlten.

Im Jahr 2004 wurde mit dem Aufbau eines Besuchermonitorings begonnen (siehe auch Vortrag „Besucherkählungen mit Lichtschranken im Biosphärenreservat Vessertal- Thüringer Wald).

Durch die Besucherkählungen wurden folgende Fragestellungen untersucht:

- Besucherzahlen in den Zonen I und II des Biosphärenreservates
- Besucherzahlen in naturschutzfachlich „sensiblen“ Bereichen in der Zone III des Biosphärenreservates
- Welche räumlichen Konfliktbereiche bestehen im Biosphärenreservat

Im Ergebnis liegen nun zu den untersuchten Bereichen konkrete Besucherzahlen vor. Besucherschwerpunkte in naturschutzfachlich wertvollen Bereichen und damit Konfliktbereiche bestehen am Großen Beerberg, am Schneekopf, am Dreiherrnstein, im Bereich Schüßlersgrund / Stutenhausstraße und am Kickelhahn. Auf diese Gebiete muss zukünftig verstärkt das Augenmerk gerichtet werden, müssen erforderliche Maßnahmen geprüft und umgesetzt werden.



Kurzfassung

Vortrag: **Bausteine des SÖM im Nationalpark Harz**

Referent: Frank Steingäß Nationalpark Harz , Wernigerode
René Wendt (Göttingen)

In der Schutzgebietsforschung spielte traditionell die Einflussgröße Mensch eine untergeordnete Rolle. Diesbezügliche Fragestellungen sind noch immer im Fluß. Das Sozio-ökonomische Monitoring des Nationalpark Harz besteht inzwischen aus mehreren Modulen:

Quantitativ: **Besuchermonitoring mit Zählgeräten:** Im Nationalpark Harz werden jährlich allein ca. 1,2 Millionen Besucher auf dem 1.142 m hohen Brocken geschätzt. Hinzu kommen die Wanderer, die sich abseits dieses Berges auf den rund 650 km Wanderwegen, den 300 km Mountainbikerouten und den rund 150 km Loipen bewegen. Bisher unregelmäßig durchgeführte Schätzungen, Probezählungen und Hochrechnungen widersprachen sich leider häufig. Der Einsatz von Zählgeräten soll die Einschätzungen der Besucherströme verfeinern - eine Größe, die für die Argumentation von Schutzmaßnahmen, aber auch von Infrastrukturleistungen des Nationalparks für die Region unerlässlich ist. Siehe unten [René Wendt, 2005].

Quantitativ und Qualitativ: **Zählung der betreuten Besucher und Evaluation der Umweltbildungsmaßnahmen:** Die betreuten Besucher werden getrennt berücksichtigt: Besucher von Informationshäusern; Besucher von persönlich geführten Wanderungen (Führungen, meist unter 3 Stunden); Besucher von persönlich betreuten Umweltbildungsmaßnahmen (Programme, meist ab 3 Stunden); Besucher, mit denen ein Ranger während des Routendienstes persönlich ein Gespräch geführt hat; Besucher, die wegen eines Verstoßes gegen das Nationalparkgesetz angesprochen werden mussten.

Zum Teil werden noch weitere Unterteilungen vorgenommen, wie z.B. nach betreuten Schulklassen oder Familien. Außerdem werden die an unterschiedlichen Standorten und zu unterschiedlichen Themen angebotenen Aktivitäten auf ihre Inanspruchnahme und ihren Erfolg geprüft, wobei die Benennung der Erfolgskriterien von „Wildnisbildung“ und Besucherbetreuung eine Schlüsselfrage darstellt [Christoph Lampert, 2000].

Qualitativ: **Image-Analyse:** Zu den qualitativen Bausteinen des SÖM zählt die umfangreiche Image-Analyse. Hierbei wurden die drei Kommunikationsgruppen *Mitarbeiter*, *regionale Kooperationspartner* und *Nationalparkbesucher* befragt, welches Bild sie vom Schutzgebiet haben. Mehrere Fragenkomplexe zum Thema "*Was ist für euch der Nationalpark Harz?*" [David Schmidt, 2004] wurde von externen Interviewern anhand dreier Interviewleitfäden abgeklopft. Besonders aufwändig wurden Befragungsdesign und Fragestellungen offen, geschlossen, ohne und mit bestimmten Suggestionen bearbeitet. In mehreren Pretest-Durchläufen wurden die verbleibenden wichtigsten Fragekomplexe in eine optimale Reihenfolge gebracht.

Quantitativ und Qualitativ: **Evaluation der Medienarbeit:** Die Erfassung der externen Veröffentlichungen schließt die durch die eigene Pressarbeit initiierten Meldungen ein. Diese sowie die unter eigenem Absender veröffentlichten Medienbeiträge werden erfasst und nach ihrem Erfolg bewertet [Christoph Weitkemper, 2002].



Als „Grundlagenforschung“: **Wertschöpfung:** Beleuchtet werden sowohl die durch den Nationalpark induzierten monetären Wertschöpfungsbereiche (unmittelbare Auftragsvergabe an regionale Firmen für Dienstleistungen und Waren; mittelbare Auftragsvergabe an regionale Firmen für Dienstleistungen und Waren durch die Löhne, Gehälter und Bezüge der MitarbeiterInnen), als auch nach dem vor Ort entwickelten *Compara Verfahren* [Steffen Klemer & Philipp Gaffert, 2004] die produktive Wertschöpfung (Leistungen der MitarbeiterInnen (Ergebnisse); Leistungen beauftragter Unternehmen).

Besuchermonitoring mit Zählgeräten

Im Nationalpark Harz wurden von Anfang 2003 bis Ende 2005 Besucherzählgeräte eingesetzt, um die Schätzungen mit konkreten Zahlen zu untersetzen. Aktuell werden die gewonnenen Daten aufbereitet und ausgewertet. Während einer Testphase mussten die Geräte-Standorte nach bestimmten technischen Kriterien ausgewählt und die Zähler selbst unter Zuhilfenahme von Kontroll-Handzählungen auf den Standort kalibriert werden. 16 Zähler liefern täglich zuverlässige Daten. Unzuverlässige Schätzungen werden durch ein korrektes Monitoring der Besucherströme ersetzt. Erstmals können damit realistische Besucherzahlen im Nationalparkgebiet genannt werden - eine Größe, die für die Argumentation von Schutzmaßnahmen, aber auch von Infrastrukturleistungen des Nationalparks für die Region unerlässlich ist. Die Daten liefern darüber hinaus Entscheidungsgrundlagen für die Besucherlenkung, die Ausstattung der Routen mit Informationstafeln, Schutzhütten und Toiletten.

Die Zählgeräte

Nach der Standortwahl müssen die Geräte zunächst kalibriert werden. Das bedeutet für jeden einzelnen Zähler eine spezielle, auf den jeweiligen Standort zugeschnittene Einstellung. Da eine 100-prozentige Übereinstimmung mit der Realität kaum erreicht werden kann, und um die Fehlerquote möglichst gering zu halten, muss bei jedem Zähler eine mehrtägige Handzählung durchgeführt werden. Diese läuft parallel zu den normalen Zählungen ab. Aus der Differenz wird ein Korrekturfaktor für die einzelnen Zähler berechnet und dieser wird schließlich in späteren Auswertungen mit einbezogen. Neben der genauen Kalibrierung steht auch der Schutz der Geräte im Vordergrund. Bei den Fahrzeugzählern gibt es dabei weniger Probleme, da diese notfalls eingegraben werden können. Die Infrarotzähler hingegen müssen in entsprechender Höhe angebracht werden, damit ihre Sensoren in einem sichtbaren Bereich die Besucher erfassen können. Hier ist der Sichtschutz vor Besuchern aber auch die Unerreichbarkeit von großer Bedeutung, um die Zählgeräte vor Diebstählen und Vandalismus zu schützen.