



Naturparke im Burgenland

- ❖ Naturpark Neusiedler See – Leithagebirge
- ❖ Naturpark Rosalia-Kogelberg
- ❖ Naturpark Landseer Berge
- ❖ Naturpark Geschriebenstein – Irottkö
- ❖ Naturpark in der Weindylle
- ❖ Naturpark Raab-Örség-Goričko

Gesamtfläche: 53.698 ha
→ 13,5 % der Landesfläche

Burgenländische Naturparke



Rechtliche Rahmenbedingungen **§ 25 Burgenländisches Naturschutzgesetz**

- ❖ Voraussetzungen eines Naturparks:
 - Mindestens 5 Gemeinden
 - Touristische Nutzung
 - Zentral gesteuerte Verwaltung
 - Organisationsform: gemeinnützige Vereine

- ❖ Aufgaben eines Naturparks:
 - Schutz & Pflege von Natur und Landschaft
 - Förderung der Vermarktung regionaler Produkte
 - Information und Umweltbildung
 - Gewährleistung von „Naturerlebnis“ und Erholung

Burgenländische Naturparke



Bisher umgesetzte Projekte

- ❖ Touristische Basisinfrastruktur
 - ❖ Lehrpfade und Themenwege
 - ❖ Renovierung von altem Kulturgut: Ruine, 2 Wassermühlen, Schloss Tabor, Kalkofen, Kohlenmeiler, Keltendorf
 - ❖ Natur + Landschaftsführungen
 - ❖ Steigerung der Direktvermarktung durch die Entwicklung neuer Produkte z.B.: Naturparkwein, Maschanzkerprodukte
- 70 EU-kofinanzierte Projekte mit 7,3 Mio. Euro Gesamtsumme

Burgenländische Naturparke



Neue naturtouristische Angebote der burgenländischen Naturparke

- ❖ Geführte Erlebnistouren
- ❖ Themenwegwanderungen
- ❖ Naturkundliche Wanderungen
- ❖ Seminare über alte Handwerkstechniken
- ❖ Besuche auf Bauernhöfen und in Weinkellern
- ❖ Kanutouren

2008 bereits über **100** verschiedene
Führungsangebote und Veranstaltungen







Burgenländische Naturparke



Zahlen, Daten und Erfolge

(gesamt in den vier Bgld. Naturparken)

2001: 275 Führungen
6.300 Besucher

2007: 1.950 Führungen
51.300 Besucher

Was bringt das an Wertschöpfung in den
Naturparkregionen?

Burgenländische Naturparke



Besucherbefragungen in den bgld. Naturparke

Ergebnisse einer Studie des Instituts für Geographie und
Regionalforschung der Universität Wien:

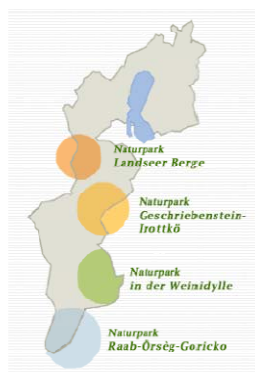
„Die Bedeutung der Naturparke Burgenlands für den Tourismus
und die wirtschaftliche Entwicklung der Region“

Projektzeitraum 01/2006 – 06/2007

Projektziele und Fragestellungen

- **Gäste- und Touristenprofil:** wer sind, woher kommen, wie lange bleiben die Gäste?
 - **Motivenprofil:** warum kommen sie, was wird besucht, wer kommt wegen dem Naturpark?
 - **Einstellungsprofil zum Naturpark:** Wahrnehmungen zum Schutzgebietstyp und zu den Funktionen
 - **Ausgabenprofil:** Ausgabeverhalten der Gäste, nach verschiedenen Gästetypen: Naherholer, Tages- und Übernachtungsgäste
- 1314 Personen wurden mittels teilstandardisierten Fragebogens in drei Saisonen an touristischen Hot Spots der Nup befragt

A: Die Untersuchungsgebiete – Die Naturparke



Landseer Berge



Geschriebenstein [- Irottkö]



Weinidylle




Raab [- Örség - Goričko]


1-1: Gästetypen


Gäste

1 Ausgangsort des Besuchs

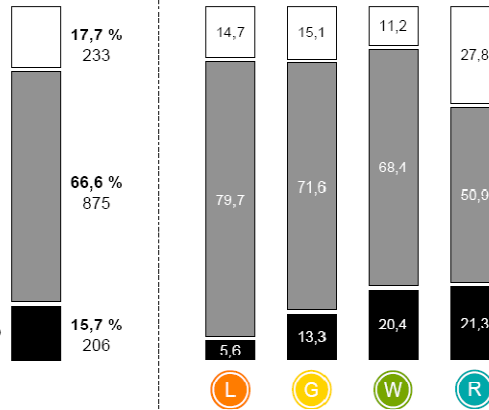
Basis = 1.314 Befragte
> Anteile in %

 **Naherholer** aus den Anrainergemeinden (inkl. Zweitwohnsitzer)

 **Tagesgäste** (Übernachtung außerhalb der Naturpark-Gemeinden)

 **Übernachtungsgäste** innerhalb der NuP-Gemeinden

Anzahl der Befragten: 1.314

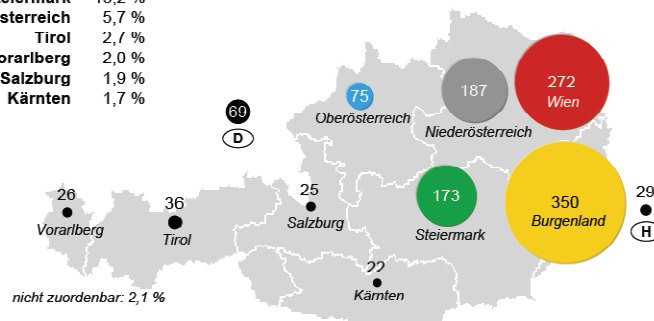


1-2: Herkunft der Befragten (1)

Gäste

17 Hauptwohnsitz > gesamt

Burgenland	26,6 %	DEUTSCHLAND	5,3 %
Wien	20,7 %	UNGARN	2,2 %
Niederösterreich	14,2 %	sonst. Ausland	1,7 %
Steiermark	13,2 %		
Oberösterreich	5,7 %		
Tirol	2,7 %		
Vorarlberg	2,0 %		
Salzburg	1,9 %		
Kärnten	1,7 %		



2-2: Häufigkeit des Besuchs in der Region

Motive

6

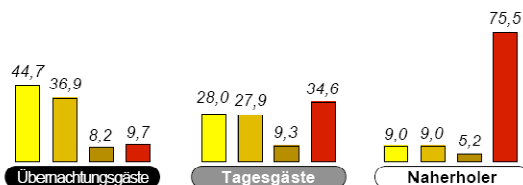
1

Die Besuchshäufigkeiten im Vergleich mit den Gästetypen



> jeweilige %-Anteile

- das erste Mal
- 2 bis 5 mal
- 6 bis 10 mal
- mehr als 10 mal



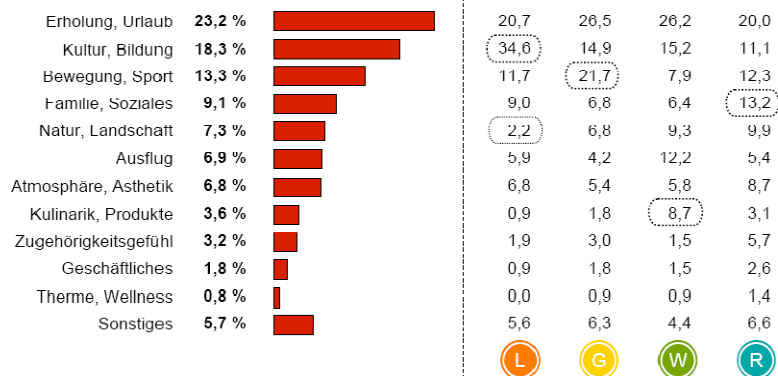
Hinweis: Die Kategorie "Keine Angabe" wird in der Grafik nicht berücksichtigt.

2-3: Gründe des Naturpark-Besuchs

Motive

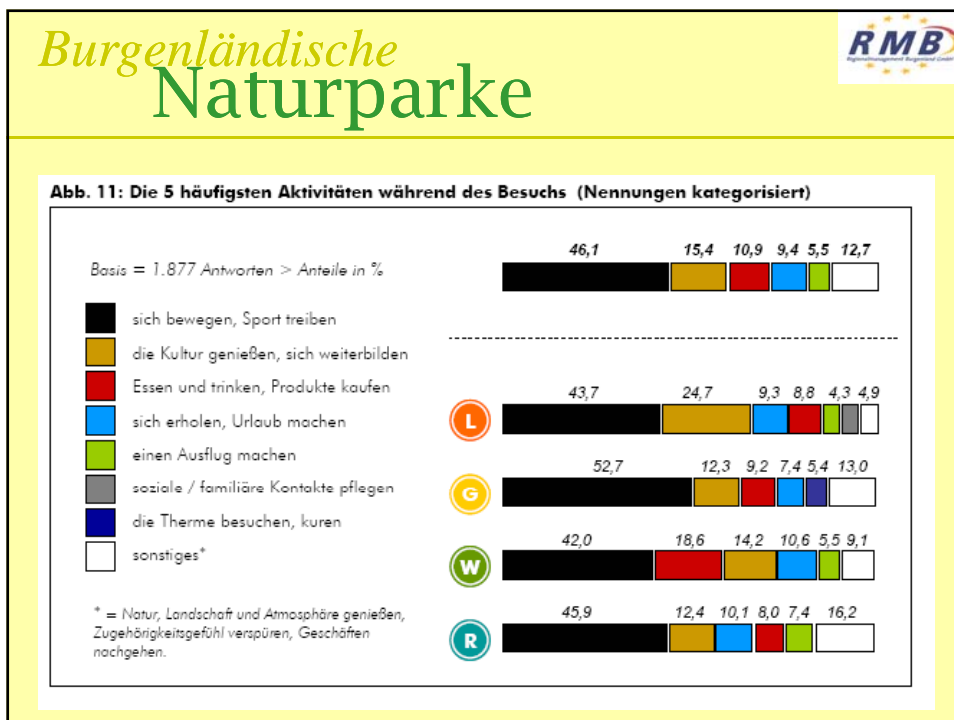
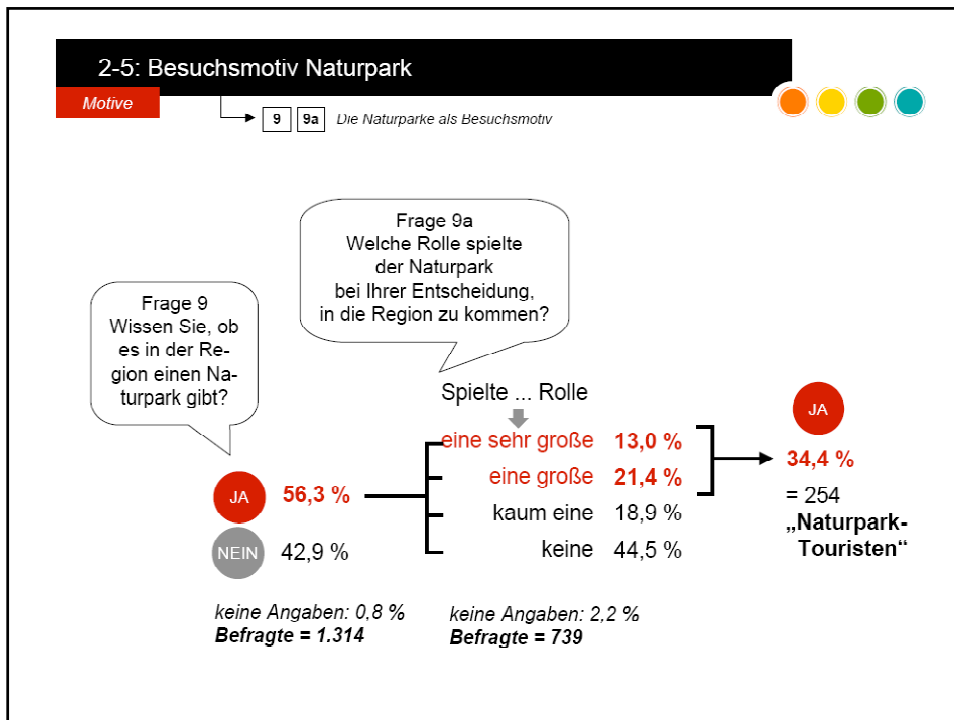
15b

Gründe (kategorisiert) gereiht nach Anteil der Nennungen



Basis = 1.427 Antworten > Anteile in %





4-2: Ausgaben nach Gästetypen (pro Kopf/Tag, in €)

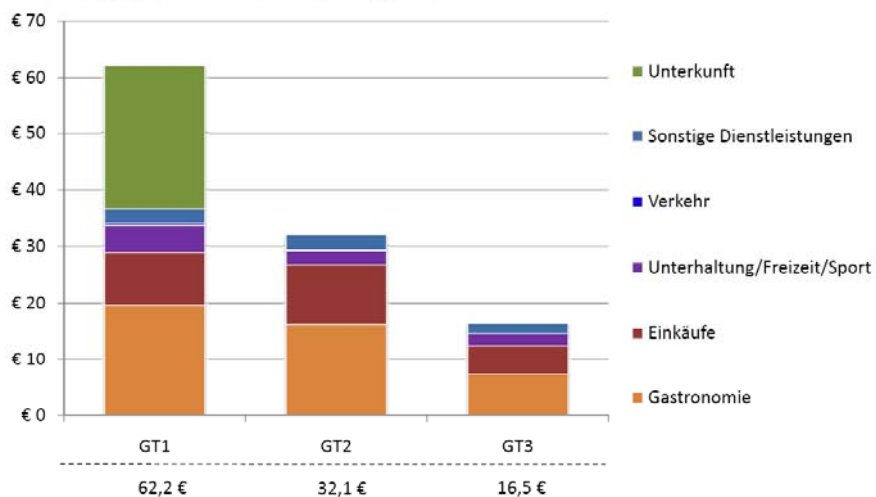
Ausgaben

11a bis 11i Gesamt



	Übernachtungsgäste	Tagesgäste	Naherholer
GASTGEWERBE	44,97	16,72	8,27
▶ Unterkunft	26,81	---	---
▶ Gastronomie	18,16	16,72	8,27
HANDEL	11,84	10,75	6,63
▶ Lebensmittel	4,50	2,77	3,24
▶ Einkäufe bis 50 €	4,24	5,50	2,35
▶ Einkäufe über 50 €	3,10	2,48	1,04
DIENSTLEISTUNGEN	6,21	5,77	3,99
▶ Sport, Freizeit, Kultur	3,09	2,87	2,48
▶ Verkehrsmittel, Leihräder	0,69	0,84	0,21
▶ Kur-, Tagungsgebühren	1,56	1,13	0,34
▶ Sonstige DL	0,87	0,93	0,96
GESAMT:	63,02	33,24	18,89

Ausgaben nach Gästetypen



Erfassung regionalökonomischer Effekte

Touristische Wertschöpfungsstudie (nach JOB et al. 2005)

- Wertschöpfung ... innerhalb einer Zeitperiode geschaffener Wertzuwachs
- Direkte WS ... Summe Löhne, Gehälter und Gewinne
- Indirekte WS ... Wertzuwachs durch bezogene Vorleistungen

Elemente touristische Wertschöpfungsstudie: (nachfrageseitig orientiert)

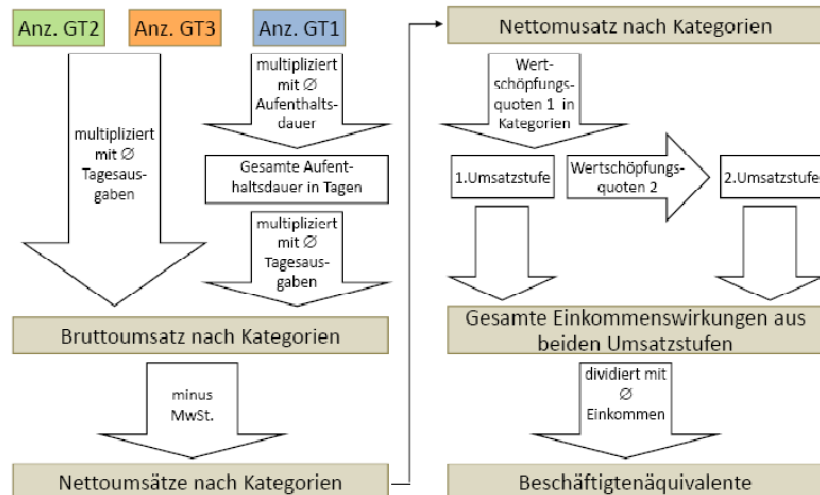


Gewichtung **räumlich** (Standorte), **zeitlich** (Saisonen, Tage) und **strukturell** (Gästetyp)

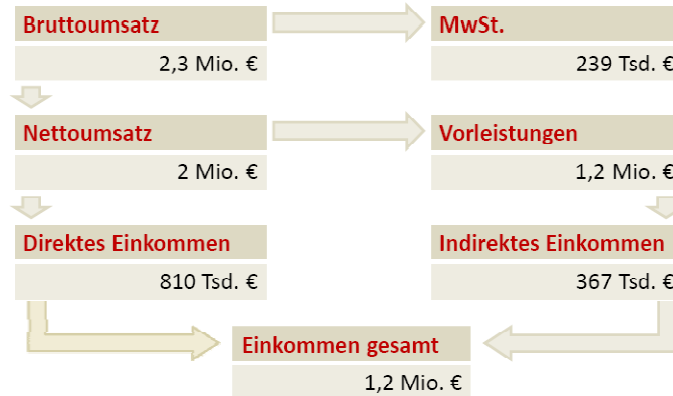


Berechnung Einkommenseffekte

(nach JOB et al. 2005)



Ergebnisse im Naturpark Raab



Beschäftigtenäquivalent: **47 Personen**

12



Burgenländische Naturparke



Ergebnisse der Besucherbefragungen

- ❖ Für 58 % der Befragten ist der Naturpark ein Begriff
- ❖ Bei 34 % spielt der Naturpark eine große oder sehr große Rolle in die Region zu kommen
- ❖ Der durchschnittliche Naturparkbesucher ist Ende Vierzig und verfügt über ein hohes Bildungsniveau und eine hohe Affinität zu regionalen Produkten

Ergebnisse der Besucherbefragungen

- ❖ Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste liegt bei 4 Nächten
- ❖ Die meisten Besucher wurden über Mundpropaganda auf den Naturpark aufmerksam
- ❖ Die überwiegende Mehrheit (72%) zählt zu den Wiederholungsbesuchern, 94 % gaben an wiederkommen zu wollen

Resümee und Ausblick

- Natur & Landschaft sind das eigentliche (touristische) Kapital von Naturparks, Kultur genießen + Neues kennen lernen die 2. wichtigste Aktivität
- Naturparkregionen weisen in der Regel überwiegend positive Imagekomponenten auf - können als Träger einer regionalen Identität fungieren
- Besucher wollen regionale Besonderheiten und „Geschichten“ kennen lernen
- Neue zielgruppengerechte Angebote entwickeln, auch naturparkübergreifend, Mehrtagesangebote

Resümee

Der Wert eines Schutzgebietes bzw. Naturparks besteht nicht nur in der direkten Wertschöpfung

Weitere wirtschaftliche Werte:

- Indirekte Gebrauchswerte (z.B. Aufrechterhaltung der Artenvielfalt)
- Optionswerte (potentielle zukünftige Nutzung)
- Existenzwert (Wissen um die Existenz von Schutzgebieten – auch wenn wir sie selbst nie besuchen)
- Vermächtniswert (Erhalt für zukünftige Generationen)

Durch die geschaffene Infrastruktur, Investitionen bei privaten Betrieben in Gastronomie, Beherbergung, Direktvermarktung, touristische Einrichtungen etc.

