

Naturparke in Deutschland – unerkannte Imageträger für die Regionalentwicklung



Dipl.-Umweltwiss. Nora Mehnen / Prof. Dr. Ingo Mose
AG Regionalwissenschaften
Institut für Biologie und Umweltwissenschaften
Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

Fachtagung
„Erlebniswelt Naturpark“
Bildein, Burgenland, Österreich
23.03.2007

Naturparke in Deutschland

Perspektiven

- (1) Naturparke im Fokus der Aufmerksamkeit?
- (2) Zur Geschichte der Naturparke in Deutschland
- (3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung
- (4) Naturparke als Imageträger der Regionalentwicklung?
- (5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest
- (6) Resümee und Ausblick

(1) Naturparke im Fokus der Aufmerksamkeit?

Einerseits sind Naturparke nach wie vor

- die am wenigsten bewusst wahrgenommene und
- die am meisten mit anderen Schutzgebieten verwechselte Gebietsschutzkategorie in Deutschland

Andererseits rücken Naturparke zunehmend

- in den Fokus touristischer Interessen und
- in den Blickpunkt vielfältiger Aufgabenstellungen der Regionalentwicklung

(2) Zur Geschichte der Naturparke in Deutschland



(2) Zur Geschichte der Naturparke in Deutschland

Phase	Entwicklung des Gebietsschutzes in Deutschland und Europa
1850 - 1909	Einrichtung erster kleinräumiger Naturdenkmäler und -schutzgebiete
1909 - 1954	Gründung der ersten Nationalparke: Schweden, Italien, Frankreich etc.
1954 - 1970	Einrichtung zahlreicher (Regionaler) Naturparke deutschland- und europaweit
1970 - 1990	Nachholende Gründung weiterer Nationalparke: u.a. Deutschland und Österreich
Ab 1990	Vorrangige Installierung von Schutzgebieten mit integrativem und vernetztem Charakter: Biosphärenparke und Naturparke

(3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung

- Verschiedene Typen von Großschutzgebieten in Deutschland
- Gesetzliche Grundlage ist das BNatSchG (2002)
- Formen der Ausgestaltung in den Ländern können variieren
- Insgesamt erhebliche Flächenanteile

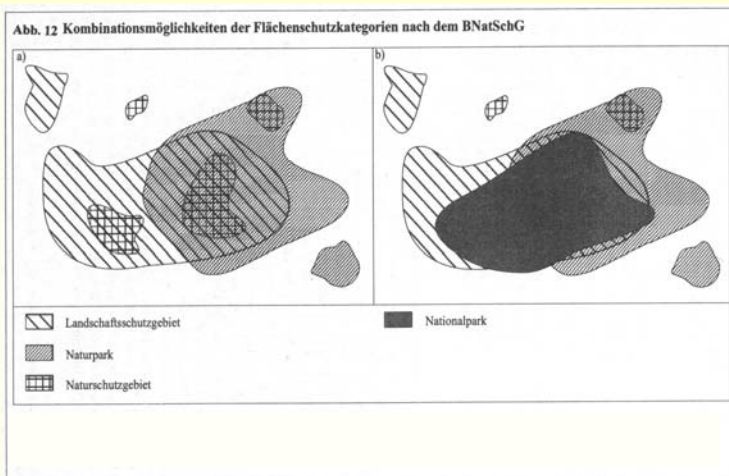
BNatSchG (2002)

- § 23 Naturschutzgebiet (2,3%)
- § 24 Nationalpark (2,0%)
- § 25 Biosphärenreservat (4,4%)
- § 26 Landschaftsschutzgebiet (24,9 %)
- **§ 27 Naturpark (18,7%)**
- § 32 Natura 2000 (4,0%)

(3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung



(3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung



(3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung

§ 27 Naturparke

(1) Naturparke sind einheitlich zu entwickelnde und zu pflegende Gebiete, die

1. großräumig sind,
2. überwiegend **Landschaftsschutzgebiete oder Naturschutzgebiete** sind,
3. sich wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen für die Erholung besonders eignen und in denen ein **nachhaltiger Tourismus** angestrebt wird,
4. nach den Erfordernissen der Raumordnung für die **Erholung** vorgesehen sind,
5. **der Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt dienen und in denen zu diesem Zweck eine dauerhaft umweltgerechte Landnutzung angestrebt wird,**
6. besonders dazu geeignet sind, eine **nachhaltige Regionalentwicklung** zu fördern.

(2) Naturparke sollen entsprechend ihren in Absatz 1 beschriebenen Zwecken unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Naturschutzes und der Landschaftspflege geplant, gegliedert, erschlossen und weiterentwickelt werden.

(3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung

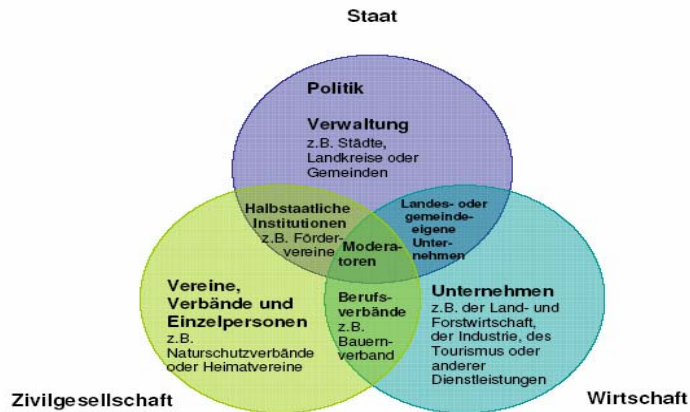
Natur- und
Landschafts-
schutz

Naturnahe
Erholung

Erhaltung,
Entwicklung
oder Wieder-
herstellung
einer durch
vielfältige
Nutzungen
geprägten
Landschaft

Nachhaltige
Regional-
entwicklung

(3) Funktionen der Naturparke für die Raumentwicklung



(Quelle: Fürst, D.; Lahner, M.; Pollermann, K. (2006), verändert)

(4) Naturparke als Imageträger der Regionalentwicklung?

Erwartungen an die konkrete Nutzung von Naturparks für die ländliche Entwicklung betreffen ein breites Spektrum potenzieller Leistungen:

- Erhaltung und Weiterentwicklung der Kulturlandschaft
- Lösung bzw. Vermeidung räumlicher Nutzungskonflikte
- Stärkung der Regionalökonomie
- Aufwertung des regionalen Images (Regionalmarketing)
- Stärkung regionaler Identität (*Placemaking*)
- Selbststeuerung lokal-regionaler Akteursgruppen (*Regional Governance*)

(4) Naturparke als Imageträger der Regionalentwicklung?

Bedeutung des Images für die Regionalentwicklung

Wichtige Aufgaben der Regionalentwicklung sind die Stärken, Schwächen und den Bekanntheitsgrad der Region zu analysieren und aus- bzw. abzubauen sowie deren Image zu stärken

Außenmarketing

Darstellung und Präsentation der Naturparkregion nach Außen

Binnenmarketing

Bündelung, Koordination und Vermarktung der Aktivitäten der in der Naturparkregion lokalisierten Interessengruppen (regionale Akteure und Entscheidungsträger)

(4) Naturparke als Imageträger der Regionalentwicklung?

Image von Regionen

Speziell bei Regionen hängt die Imagebildung vom Informationsstand, von persönlichen Anschauungen und Erfahrungen, räumlicher Distanz zur Region und psychischer Bindung bzw. Identifikation der Person mit der Region ab.

Eigenimage

- auch „Auto-Image“
- bezieht sich auf die Bevölkerung der Naturparkregion
- Indikator für Identitäts- und Identifikationsgefühl der Menschen in der Naturparkregion

Fremdimage

- auch „Hetero-Image“
- bezieht sich auf Zielgruppen außerhalb der Naturparkregion
- wird meist aus tourismuswirtschaftlicher Sicht synonym für den Begriff „Image“ verwendet

(4) Naturparke als Imageträger der Regionalentwicklung?

Katalog typischer Imagekomponenten einer Region

- Lebens- und Wohnqualität
- Landschaft / Natur
- ländlicher / industrieller Charakter
- Provinzialität
- Bodenständigkeit
- Mentalität
- Kulturelles Angebot
- Nähe zu anderen Standorten
- Verkehrsanbindung
- Wirtschaftsstruktur
- fortschrittlich / rückständig
- Erholung / Tourismus
- Freizeitangebot
- Erholungsangebot
- Sehenswürdigkeiten / Spezialitäten der Region

Quelle: Lübke 2006

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest



Daten und Fakten:

- Bundesland: Niedersachsen
- Lage: Süd(west)lich zwischen den Städten Oldenburg und Bremen
- Gründung: 1984
- Größe: 1.554 km²
- 4 Landkreise
- 14 Gemeinden
- 120.000 Einwohner
- 79 E./km²
- Landschaftstypen: Laubwald, Mischwald, Fließgewässer, Moor, Grünland, Heide, Sanddünen
- Träger: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest



(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

I
M
P
R
E
S
S
I
O
N
E
N



Hunte



Pestruper Gräberfeld



Goldenstedter Moor



Visbeker Bräutigam



Klosterruine Hude



Hunte



Museumseisenbahn

„Jan Harpstedt“



Ahlhorer Fischteiche



Urwald Hasbruch

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Das Eigen- und das Fremdimage des Naturparks Wildeshauser Geest – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

Diplomarbeit von Stephanie Lübke (2006)

Die Struktur des Tagestourismus im Naturpark Wildeshauser Geest

Diplomarbeit von Anne-Katrin Holz (2005)



(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Image des Naturparks Wildeshauser Geest

- Eigenimage: Telefonische Befragung der Einwohner (Privathaushalte) – in 8 Städten und Gemeinden insgesamt 400 Befragungen (März bis Mai 2005)
- Fremdimage: Mündliche und schriftliche Befragung der Tagestouristen – in 9 Städten und Gemeinden insgesamt 600 Befragungen (März bis Juni 2005)

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

(Soziodemographische) Struktur der befragten Bevölkerung

- Altersstruktur: Etwa 60 % der Befragten sind der Mittleren Alterskategorie (31-51 Jahre) zuzuordnen, die Personen unter 30 Jahren sind mit 18 % vertreten und die Bevölkerung ab 51 Jahren hat einen Anteil von 22 %.



keine Übereinstimmung mit der offiziellen Statistik

- Bildungsstand: mittlere Qualifikation
- Ein geringer Teil der Befragten (ca. 9 %) hat überhaupt keine Vorstellung von der Region, in der sie leben. Ansonsten assoziieren die Einheimischen am häufigsten „Wildeshausen“ und das „Pestruper Gräberfeld“ mit dem Begriff „Wildeshauser Geest“
- Die Mehrheit der Bevölkerung sehen die Sehenswürdigkeiten und Orte im Zentrum der Geest als Bestandteil des Naturparks. Bei den Orten am Rande der Geest fällt den Befragten die korrekte Beurteilung der Zugehörigkeit zum Naturpark schwerer. Die beiden Rand-Städte Syke und Hude werden von der Mehrheit der befragten Bevölkerung fälschlicherweise nicht dem Naturpark zugeordnet



Je größer die Entfernung der Gemeinden, Orte oder Sehenswürdigkeiten zum Zentrum des Naturparks, desto unpräziser die Zuordnung

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

(Soziodemographische) Struktur der befragten Tagestouristen

- Altersstruktur: Fast die Hälfte (45 %) der Befragten sind 51 Jahre und älter, ebenfalls 45 % sind zwischen 31 und 51 Jahre alt. Nur ein geringer Teil (10 %) sind unter 30 Jahren.



Demographischer Wandel oder typische Zielgruppe der Region?

- Bildungsstand: mittlere bis höhere Qualifikationen
- Erstbesucher (ca. 32 %) und unterschiedlich regelmäßig Anreisende
- Hauptmotivation: Spazieren gehen, Café- & Restaurantbesuch, Natur & Erholung
- viele Paare und Familien
- Informationen: Bekannte & Zeitung
- Anreise und Herkunft: meist aus der Naturparkregion selbst bzw. aus einem Umkreis von bis zu 100 km, mit dem PKW

Regionalökonomische Effekte

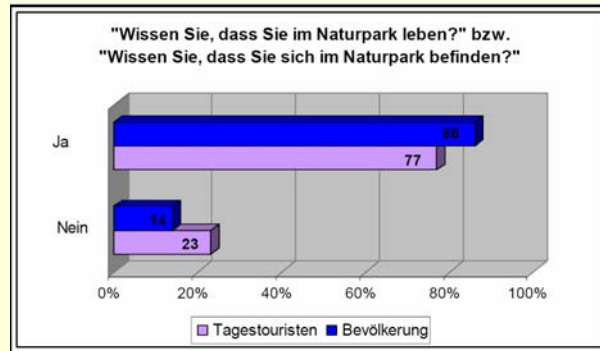
	Naturpark Wildeshauser Geest	Naturpark Altmühltal	Naturpark Hoher Fläming	Nationalpark Berchtesgaden
Anzahl der Tagestouristen pro Jahr	297.655 Tagesgäste	573.300 Tagesgäste	249.000 Tagesgäste	4,2 Mio. Tagesgäste (1990; gesamter LK Berchtesgaden), im Alpenpark ca. 300.000
Durchschnittliche Ausgaben der Tagestouristen pro Tag	8,86 € 19,38 € *	11,70 €	15,00 €	19,89 €
Bruttoumsatz durch Tagesgäste pro Jahr	2,6 Mio. € (bei Ausgaben von 8,86 €) bzw. 5,7 Mio. € (bei Ausgaben von 19,38 €)	6,7 Mio. €	3,7 Mio. €	262.735 € (Nettoumsatz)
Einkommens-Wirkung pro Jahr (Tages- und Übernachtungsgäste)	nicht berechnet	10,3 Mio. €	3,0 Mio. €	4,6 Mio. €
Beschäftigungs-äquivalent	nicht berechnet	483 Vollzeitarbeitsplätze	211 Vollzeitarbeitsplätze	206 Vollzeitarbeitsplätze**

* Studie Kompetenzzentrum Tourismus Weser-Ems

** Das Beschäftigungsäquivalent bezieht sich auf die Nationalparktouristen i.e.S.

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Kenntnisse der Bevölkerung / der Tagestouristen bzgl. des Schutzstatus ihres Wohnortes / Aufenthaltsortes im Vergleich (in Prozent)



(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Assoziationen mit der Wildeshauser Geest im Vergleich (absolute Zahlen, Mehrfachnennungen möglich)



(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Merkmale des Eigenimage:

- Positives Bild der Bevölkerung bzgl. der Naturparkregion
- Identifikation der Menschen mit der Region, die sich auf die *Attraktivität* und die *Besonderheiten der Landschaft* bezieht
- Identifikation mit dem „Naturpark als Heimatregion“, nicht mit der „Institution Naturpark“

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Merkmale des Fremdimage:

- Positives Vorstellungsbild der Naturparkregion und Erkennung der Besonderheiten
- Identifikation mit dem „Naturpark als Region/Ort der Erholung und Entspannung“, nicht mit der „Institution Naturpark“
- Schutzstatus „Naturpark“ spielt eher eine untergeordnete Rolle bei den Tagestouristen

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Vergleich von Eigen- und Fremdimage:

- Übereinstimmung der Vorstellungen beider Meinungsträger
- Wichtige Aspekte beider Gruppen sind Landschaftsschutz, Naherholung sowie Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit
- Einstimmige Beurteilung der Region als „traditionell“ und „ländlich“

(5) Fallstudie Naturpark Wildeshauser Geest

Schlussfolgerungen für den Naturpark Wildeshauser Geest:

- Sowohl Eigen- als auch Fremdimage zeigen positive Potenziale für das Regionalmarketing auf
- Binnen- und Aussenmarketing bedürfen einer konsequenten Professionalisierung

(6) Resümee und Ausblick

Abschließend kann festgestellt werden, dass Natur & Landschaft das eigentliche (touristische) Kapital von Naturparken sind.

Die landschaftliche Attraktivität der Naturparkregion ist sowohl beim Eigen- als auch beim Fremdimage eine positive Dimension.

Naturparkregionen weisen in der Regel überwiegend positive Imagekomponenten auf.



Naturparke können als Imageträger und als Träger einer regionalen Identität fungieren!



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!