



30. Mai 2008

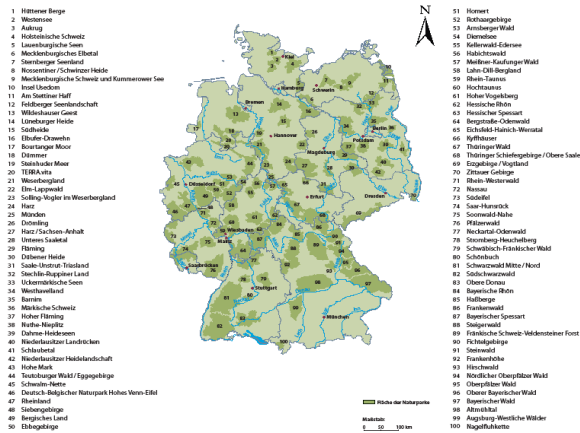
## Management und Finanzierung von Naturparken – Beispiele aus Deutschland

Ulrich Köster, Geschäftsführer Verband Dt. Naturparke



## 100 Naturparke in Deutschland, 96 Mitglied im Verband Deutscher Naturparke (VDN)

Naturparke in Deutschland



## Aufgaben Naturparke in Deutschland

### Vier Säulen

1. Natur- und Landschaftsschutz
2. Erholung und nachhaltiger Tourismus
3. Umweltbildung
4. Nachhaltige Regionalentwicklung

### § 27 Bundesnaturschutzgesetz

großräumig und überwiegend Landschafts- oder Naturschutzgebiete

- besondere Erholungseignung
- nachhaltiger Tourismus wird angestrebt
- dienen Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt
- dauerhaft umweltgerechte Landnutzung wird angestrebt
- besonders geeignet, eine nachhaltige Regionalentwicklung zu fördern

## Naturparke in Europa (VDN Studie 2004)

– Anzahl Naturparke/Anteil Landesfläche:

|             |            |
|-------------|------------|
| Deutschland | 95 / 25%   |
| Frankreich  | 44 / 13%   |
| Slowakei    | 14 / 10,5% |
| Spanien     | 122 / 5,5% |
| Österreich  | 38 / 3,7%  |

– Anzahl fest angestellter Mitarbeiter pro Naturpark:

|             |      |
|-------------|------|
| Frankreich  | >15  |
| Spanien     | 6-10 |
| Slowakei    | 6-10 |
| Deutschland | 1-2  |
| Österreich  | 1-2  |

## Rahmendaten Naturparke in Deutschland

### **Anzahl und Fläche:**

100 Naturparke in Deutschland auf etwa einem Viertel der Bundesfläche

### **Zuständigkeit der Bundesländer:**

Bundesnaturschutzgesetz ist Rahmengesetz

Bundesländer entscheidend für Naturparke: Zuständig für Ausweisung der Naturparke, Förderrichtlinien etc.

Naturparkmodelle sind in Bundesländern sehr unterschiedlich (z.B. Erstellung von Naturpark-Planwerken ist in sieben von 13 Bundesländern rechtlich vorgeschrieben)

### **Trägerstrukturen**

23 in staatlicher Trägerschaft (vor allem Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen) + Fördervereine + Kooperation mit Landkreisen

31 Kommunale Zweckverbände o.ä.:

46 Eingetragene Vereine (auch hier sind die Landkreise und Gemeinden entscheidend)

## Finanzierungsinstrumente

- **Bundesländer**
- **Landkreise und Gemeinden**
- Fördervereine
- **Förderprogramme**
- GmbH
- Stiftung
- Wirtschaftspartner/Sponsoring
- Spenden
- Testamente
- Merchandising
- Verkauf Produkte
- Eintrittsgelder, Gebühren
- Kooperation mit Tourismus
- Anzeigen in Publikationen, Bannerwerbung Internet
- Bußgelder

## Finanzierungsinstrumente der Bundesländer

(Angaben aus der VDN Studie „Naturparkplanung“ 2008)

- Brandenburg: staatliche Verwaltung; Naturwacht; Kuratorien; Fördervereine; EU-Fördermittel für ländlichen Raum / LEADER; LIFE-Projekte; Naturschutzgroßprojekte
- Mecklenburg- Vorpommern: Land übernimmt Personal- und Liegenschaftskosten, benötigte Arbeitsgeräte und Fahrzeuge; jeder am NRP beteiligte Landkreis beteiligt sich mit ca. 25.000 EU (Verwendung für konkrete Maßnahmen; tlw. Fördervereine)
- Thüringen: Bei Trägerschaft des Landes: Finanzierung der NRP-Verwaltungen (Personal und Sachkosten, Werkverträge) aus dem Landeshaushalt; ELER, geplante Förderrichtlinie für Natur und Landschaft; teilw. Mittel der Bundesagentur für Arbeit, teilw. „Region aktiv“, teilw. „E+E-Vorhaben“ des BfN; bei Trägerschaft des Vereins: institutionelle Förderung durch den Freistaat, DBU, ELER, Bundesagentur für Arbeit
- Sachsen-Anhalt: NRP erhalten jährlich finanzielle Unterstützung (70.000,- EUR je NRP für Personal- und Sachkosten zzgl. 15.000,- EUR für Umsetzung der Pflege- und Entwicklungskonzeption); Fördermittel für Projekte können beantragt werden (Naturschutzrichtlinie, Dorferneuerung, LEADER usw.).
- Baden-Württemberg: Förderrichtlinie des Landes unter Beteiligung der EU im Rahmen von ELER.

## Finanzierungsinstrumente der Bundesländer

- Rheinland-Pfalz: Förderung auf der Grundlage von Fördergrundsätzen des Naturschutzes (Verwaltungsvorschrift)
- Saarland: Richtlinie für die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Maßnahmen im Bereich Naturschutz und Landschaftspflege (2007)
- Bayern: Landschaftspflege- und Naturpark-Richtlinien (LNPR)
- Niedersachsen: Verschiedene Förderprogramme: „Natur erleben“ (seit 2004), Förderprogramme vom Wirtschaftsministerium (Tourismus) und Landwirtschaftsministerium (ländliche Programme), Förderprogramm zur Landschaftsentwicklung
- Nordrhein-Westfalen: Förderrichtlinie Naturschutz (FöNa), Förderung im Rahmen des Wettbewerbs Naturpark.NRW.2009 (zukünftig alle 3 Jahre)

## Weitere Finanzierungsinstrumente

**Landkreise und Gemeinden** zahlen teilweise einen Fixbetrag pro Fläche oder Einwohner oder Pauschale pro Landkreis

**Fördervereine** unterstützen bei den staatlich getragenen Naturparks deren Arbeit, betreiben tlw. Infozentren und sind wichtig für die Stellung von Förderanträgen

**Förderprogramme** wie ELER/Leader, Interreg, Ilek etc.; LEADER+: enge strukturelle Kooperation NRP-LEADER z.B. Saale-Unstrut-Triasland, Dübener Heide, Lüneburger Heide

**Naturparke als Geoparke: z.B. Bergstraße-Odenwald, TerraVita**

### **GmbH**

– Beispiel: Verein Naturschutzpark/Lüneburger Heide

– Beispiel: Saale-Unstrut-Triasland

– Wichtig: Beides Beispiele, wo die Bewirtschaftung existierender Liegenschaften in Besitz der Naturparke ausgelagert wird

### **Stiftung**

– Beispiel: Verein Naturschutzpark

– Wichtig: Hohes Kapital erforderlich, sonst lohnt es sich bei ca. 5% Rendite und organisatorische Zusatzkosten nicht

## Finanzierungsinstrument: Wirtschaftspartner/Sponsoring

– Beispiel: Südschwarzwald – Badische Staatsbrauerei Rothaus AG

– Beispiel: Schwarzwald Mitte/Nord - Alpirtsbacher Klosterbräu, Duravit

– Beispiel: Hochtaunus – Mineralwasser Selters

– Beispiel: Bergstraße-Odenwald – Odenwaldquelle, Bergsträsser Winzer, Sparkasse Starkenburg, HeidelbergCement

– Beispiel: Teutoburger Wald/Eggegebirge – Bad Driburger Mineralwasser

– Beispiel: VDN – Kaufland und Lidl (Sponsoring über Zeitraum 2007-2016)

## Kooperation VDN mit Kaufland und Lidl

### **Vertragliche Ziele des Sponsoring**

Deutliche Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Naturparke in breiten Schichten der Bevölkerung;

Breite Unterstützung der Naturparke in der Bevölkerung;

Verbesserung der nachhaltigen Regionalentwicklung sowie des Stellenwertes der Naturparke für einen nachhaltigen Tourismus und für Arbeitsplätze;

Vermittlung der Aufgaben und Ziele der Naturparke an die Bevölkerung durch Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung. Dazu gehört die gezielte Ansprache insbesondere junger Menschen in Schulen und anderen Einrichtungen, um bei diesen durch Umweltbildung verstärkt Umweltbewusstsein zu wecken.

Der Sponsor identifiziert sich mit den durch die Naturparke verkörperten Zielen und möchte den VDN bei der Realisierung der genannten Zielvorgaben ideell und finanziell unterstützen.

Dieses Engagement des Sponsors für die Naturparke ist Ausdruck seiner gesellschaftlichen Verantwortung, künftig in seinem Handeln verstärkt ökologischen Fragen Rechnung zu tragen. Hierzu zählt das Angebot von Bioprodukten und regionalen Produkten.

## Kooperation VDN mit Kaufland und Lidl

### **Vertragsgegenstand**

Der Sponsor stellt dem VDN im Rahmen seiner Arbeit für die Naturparke insbesondere in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Umweltbildung und Merchandising finanzielle Mittel zur Verfügung.

### **Leistungen des VDN**

Der VDN wird auf die Unterstützung des Sponsors durch Nennung und Darstellung der Namen und Logos „KAUFLAND“ und „LIDL“ in Publikationen und Medien, Veranstaltungen sowie in seiner Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hinweisen.

Der VDN gewährt dem Sponsor für die Dauer des Sponsoringvertrages das nicht ausschließliche Recht, das Logo „Naturparke Deutschland“ als Hinweis auf seine Tätigkeit als Sponsor des VDN im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit für die Unternehmensgruppen LIDL und KAUF LAND in einem Sponsoringzeichen zu benutzen.



## Kooperation VDN mit Kaufland und Lidl

Im Rahmen der Kooperation mit Kaufland und Lidl realisiert der VDN insbesondere in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung zahlreiche Projekte wie z.B.:

- Fotowettbewerb, Fotoportal ([www.naturparkfotos.de](http://www.naturparkfotos.de))
- Ausbau der Öffentlichkeitsarbeit, Medienarbeit (z.B. Deutschland feiert den 100ten Naturpark)
- Messeauftritte
- Ausbau Internetseiten
- Broschüre Barrierefreies Natur erleben
- Naturparke-Flyer
- Imagebroschüre
- Reisebroschüre
- Umweltbildung (u.a. Maskottchen, Kinderheft Naturparke, Naturparke-Bestimmungshilfen)
- etc.

## Kooperation VDN mit Kaufland und Lidl

Weitere Maßnahmen außerhalb des Sponsorings:

- Partner bei „Erlebnis Umwelt“-Tour von Kaufland (Umweltbus fährt zu ca. 30 Orten pro Jahr)
- Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Naturparke
  - Berichterstattung in bisher vier Ausgaben des Kaufland Magazins TIP (Auflage 16 Millionen)
  - Präsentation der Kooperation auf der Startseite [www.kaufland.de/naturparke](http://www.kaufland.de/naturparke).
  - Präsentation der Kooperation in den Kaufland Filialen, z.B. Plakate
- Kooperation zwischen Kaufland Filialen und Naturparks vor Ort - Pilotphase in fünf Naturparks (Naturparke Dübener Heide, Nuthe-Nieplitz, Rheinland, Steinhuder Meer, Thüringer Wald)
- Gespräche über den Vertrieb von Reiseangeboten
- Gespräche über Angebote von regionalen Produkten aus Naturparks bei Kaufland

## Weitere Finanzierungsinstrumente

### **Spenden, Testamente**

#### **Merchandising**

– Beispiel: Dachmarke Nationale Naturlandschaften (Seit November 2005 gibt es die Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“: Gemeinsamer Auftritt der 100 Naturparke, 14 Nationalparke und 14 Biosphärenreservate; Entwickelt wurde die Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ in einem von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt und dem Bundesumweltministerium geförderten Projekt von Europarc Deutschland in Kooperation mit Verband Deutscher Naturparke)

– Beispiel: Lüneburger Heide/VNP

– Beispiel: Altmühltal

– Wichtig: Hoher Bekanntheitsgrad der Marke erforderlich und gute Verkaufsstellen/Vertrieb.

#### **Verkauf Produkte**

– Beispiel: Naturpark Bergstraße-Odenwald: Landkarten

– Beispiel: Saale-Unstrut-Triasland: Wein

– Beispiel: VDN - Regionale Produkte Shop/Naturparke-Shop bei Panda

– Wichtig: Gute Verkaufsstellen, Vertrieb, gute Produkte

## Weitere Finanzierungsinstrumente

### **Eintrittsgelder**

– Beispiel: Infozentren

– Beispiel: Parkplätze

– Wichtig: Attraktive Infozentren mit wechselndem Angebot und guter Lage, attraktive Lage der Parkplätze und Grundbesitz der Parkplätze

### **Kooperation mit Tourismus**

– Beispiel: Dübener Heide – Buchung über Website, Kooperation mit Tiscover

– Beispiel: Altmühltal – Enge Kooperation Naturpark und Tourismusorganisation

### **Anzeigen** in Publikationen, Bannerwerbung Internet

– Wichtig: Attraktive Publikationen mit hoher Auflage und gutem Vertrieb, hohe Zugriffszahlen im Internet

### **Bußgelder**

## Finanzierung: Die Zukunft

### **Grundfinanzierung der Naturparke erforderlich durch Bund/Länder/Kommunen**

- Vorhandensein einer Naturpark-Geschäftsstelle mit hauptamtlicher Geschäftsführung und ausreichend Verwaltungs- und Fachkräften entsprechend den Aufgaben und der Größe eines Naturparks
- Grundfinanzierung und Unterstützung der Naturparke durch die Bundesländer und Kommunen
- Schwerpunktsetzungen von Förderprogrammen und -instrumenten von Bund und Ländern insbesondere zur nachhaltigen ländlichen Entwicklung auf die Gebiete der Naturparke.
- alle weiteren Finanzierungsinstrumente erfordern eine funktionierende Grundstruktur

## Finanzierung: Die Zukunft

### **Voraussetzung für Grundfinanzierung: Leistungen der Naturparke deutlich machen**

- Naturparke sind ein strategisches Instrument für die Integration von Naturschutz und nachhaltiger Entwicklung im ländlichen Raum. Ihre Förderung ist eine Investition in die Zukunft.
- Naturparke sind als gesetzlich anerkannte Region mit anerkannten Strukturen und festen Partnerschaften sowie Grundlagen wie Naturparkplänen, Leitbild etc. geeignet, befristete Förderprogramme in dauerhafte Vorteile für eine Region zu überführen
- Naturparke in der Moderatorenrolle und als Kooperationsmodell: Sie verbinden verschiedene Akteure und deren Interessen in der Region durch gemeinsames Leitbild und Ziele. Daraus folgt eine koordinierte Entwicklung, Synergien, Vermeidung von Doppelgleisigkeiten, zusätzliche Wertschöpfung
- Naturparke übernehmen überdies für in der Nähe liegende Städte und Verdichtungsräume eine wichtige Naherholungs- und Ausgleichsfunktion.
- Durch Umweltbildung leisten die Naturparke einen wichtigen Beitrag, um künftige Generationen für den Erhalt von Natur und Umwelt sowie als Unterstützer für ihre Regionen und Heimat zu gewinnen.
- Naturparke tragen zur regionalen Wertschöpfung bei: Vermarktung regionaler Produkte (Erzeugung, Verarbeitung, Vertrieb), Naturparke tragen wichtige Bausteine für nachhaltige Reiseangebote bei
- Akquise von Fördermitteln und regionale Auftragsvergabe



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**