



Faszination Natur erleben in den Nationalen Naturlandschaften

Kathrin Risthaus, Stephanie Schubert

Die Nationalen Naturlandschaften sind wichtige Akteure für einen nachhaltigen Tourismus im ländlichen Raum. Sie bieten Bewohnern der Region und Gästen eine attraktive Landschaft sowie Möglichkeiten für Erholung und Naturerleben. Sie tragen zur Entwicklung der touristischen Infrastruktur bei und entwickeln selbst touristische Angebote für das Naturerleben, wobei der Schutz von Natur und Landschaft und die Bewahrung von Lebensräumen an erster Stelle stehen.

1 Einführung

Um die Rolle der Nationalen Naturlandschaften in der regionalen Tourismusentwicklung und ihre Kompetenzen in dem Themengebiet weiter zu festigen, wurde das Projekt „Natur-

schutz- und umweltbildungsorientierte Naturerlebnisangebote in den Nationalen Naturlandschaften“, gefördert durch das BfN mit Mitteln des BMUB gemeinsam vom Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN) und EUROPARC Deutschland e. V. durchgeführt (Lauf-



zeit 04/2015-10/2016) Ziel des Projektes ist es, dass die Nationalen Naturlandschaften in ihren Gebieten Naturerlebnisangebote entwickeln und damit „Faszination Natur“ erlebbar machen. Anlass zu dem Projekt bot die Themenkampagne 2016 „Faszination Natururlaub in Deutschland“ der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT), die das Thema Natururlaub in Deutschland in ausländischen Quellmärkten platziert.

Deutschlands Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate sind zusammen die Nationalen Naturlandschaften. Das gemeinsame Ziel die Natur zu schützen und zu bewahren sowie sie gleichzeitig für Menschen erlebbar zu machen, verbindet die Großschutzgebiete. Der VDN vertritt seit 1963 als Dachverband die Interessen der Naturparke. 1991 wurde EUROPARC Deutschland als Sektion von EUROPARC Federation als Dachverband für die Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate gegründet.¹

2 Die Nationalen Naturlandschaften

Zu den Nationalen Naturlandschaften zählen Deutschlands Großschutzgebiete: die Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate. Der Schutz dieser Gebiete ist durch das Bundesnaturschutzgesetz geregelt.

Naturparke sind großräumige Landschaften von besonderer Eigenart und Schönheit, zu deren Aufgaben die Förderung einer nachhaltigen Regional- und Tourismusentwicklung sowie die Erhaltung, Entwicklung und/oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt gehört. Außerdem dienen sie der Umweltbildung.²

Biosphärenreservate sind eine weitere Kategorie der deutschen Großschutzgebiete und Modellregionen, in denen das Zusammenleben von Mensch und Natur beispielhaft entwickelt und erprobt wird. Sie schützen Kultur- und Naturlandschaften und erhalten bzw. entwickeln wertvolle Lebensräume für Mensch und Natur. Biosphärenreservate ermöglichen exemplarische Erkenntnisse für Forschung und Wissenschaft über die Wechselwirkungen von natürlichen und gesellschaftlichen Prozessen und bieten ein unmittelbares Erleben von Natur.³

Nationalparke sind Gebiete, in denen der Grundsatz „Natur Natur sein lassen“ gilt. Das heißt, dass ein überwiegender Teil der Gebiete von besonderer Eigenart sich in einem vom Menschen nicht oder wenig beeinflussten Zustand befinden, bzw. dieser Zustand ange-

¹ Verband Deutscher Naturparke e.V. (2016): <http://www.naturparke.de/aboutus/general>. Aufgerufen am 27.09.2016; EUROPARC Deutschland e.V. (2016): <http://www.europarc-deutschland.de/ueber-uns/geschichte>. Aufgerufen am 27.09.2016

² Verband Deutscher Naturparke e.V. (2016): <http://www.naturparke.de/parks/general>. Aufgerufen am 27.09.2016; Bundesamt für Naturschutz/BfN (2016): https://www.bfn.de/0308_np.html. Aufgerufen am 27.09.2016

³ EUROPARC Deutschland e.V. (2016): <http://www.nationale-naturlandschaften.de/nnl/biosphaerenreservate/>. Aufgerufen am 27.09.2016

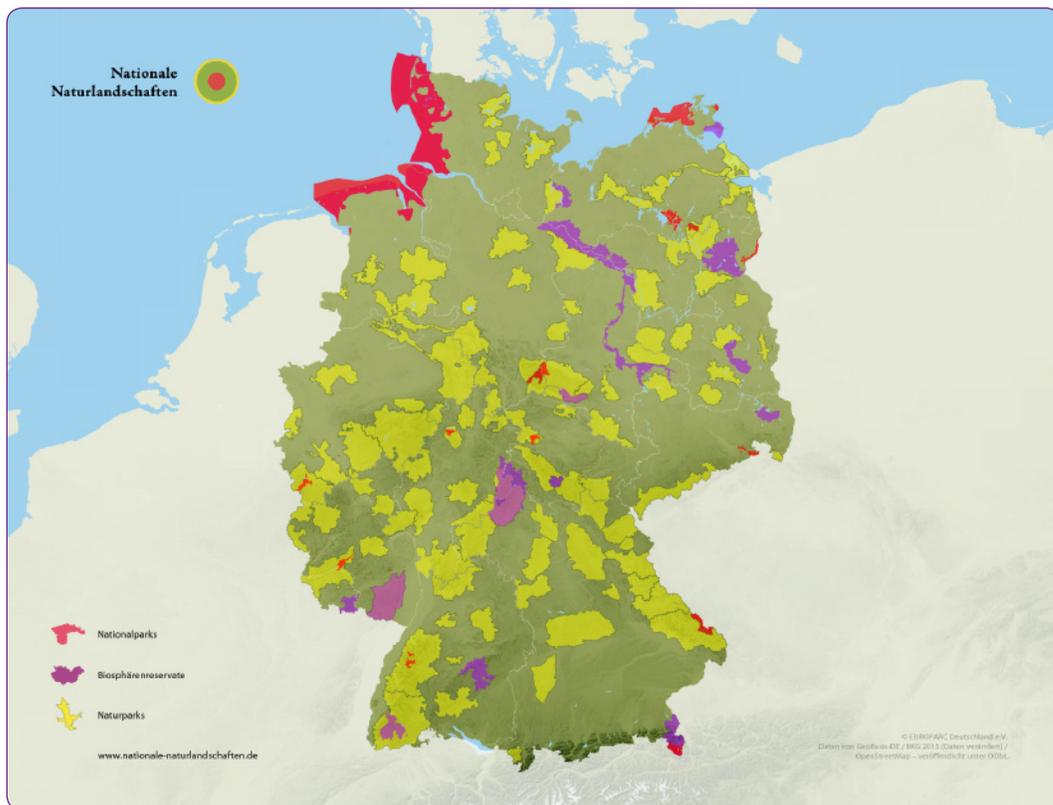


Abbildung 1: Karte der Nationalen Naturlandschaften

strebt wird. Soweit der Schutzzweck es zulässt, dienen Nationalparke auch der Umweltbildung sowie einem nachhaltigen Tourismus.⁴

Insgesamt machen die Nationalen Naturlandschaften rund ein Drittel der Fläche Deutschlands aus (vgl. Abb. 1).

3 Naturerlebnisangebote und nachhaltiger Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften

Das intensive Erleben der Natur nimmt im Alltag und auf Reisen einen sehr hohen Stellenwert ein: Die Mehrheit der Deutschen fühlt sich mit der Natur und Landschaft ihrer Region eng verbunden (81 %) und versucht, sich so oft

wie möglich in der Natur aufzuhalten (76 %).⁵ Fast ebenso viele Menschen interessieren sich auch im Urlaub für spektakuläre Landschaften (72 %) und Aufenthalte in der Natur (71 %).⁶ Die über 130 deutschen Naturparke, Nationalparke, und Biosphärenreservate nehmen dabei eine besondere Rolle ein. Mit einem Flächenanteil von annähernd 30 % der Gesamtfläche Deutschlands bieten sie ein besonderes Potential für naturnahe Erholung und Natur erleben.

Der Schutz von Natur und Landschaft und die Bewahrung von Lebensräumen stehen in den Nationalen Naturlandschaften an vorderster Stelle. Zugleich sichern sie mit dem Erhalt eindrucksvoller Natur- und Kulturlandschaften sowie der Artenvielfalt die touristische Ange-

4 EUROPARC Deutschland e.V. (2016): <http://www.nationale-naturlandschaften.de/nnl/nationalparks/>. Aufgerufen am 27.09.2016; Bundesamt für Naturschutz/BfN (2016): https://www.bfn.de/fo3o8_nlp.html. Aufgerufen am 27.09.2016

5 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und Bundesamt für Naturschutz (BfN) (2014): Naturbewusstsein 2013. Berlin/Bonn: 38

6 Institut für Management und Tourismus (2014): Destination Brand 2013 (o. S.)

botbasis. Dank der von den Schutzgebieten entwickelten touristischen Infrastrukturen wie z. B. beschilderte Wegenetze, Naturerlebnispfade, Informationstafeln, Besucherzentren oder geführten Touren wird die Natur für den Gast erlebbar. Die Nationalen Naturlandschaften werden damit zu einer verlässlichen Adresse für qualitativ hochwertiges Naturerleben und für einen nachhaltigen und naturnahen Tourismus.

Um eine qualitätsvolle Produktentwicklung in den Nationalen Naturlandschaften weiter zu stärken, haben VDN und EUROPARC gemeinsam mit PROJECT M den Leitfaden „Faszination Natur erlebbar machen“ entwickelt (Abb. 2).

Mit der gezielten Ausrichtung von Angeboten an den Wünschen und Bedürfnissen der Reisenden sollen die Potenziale von Naturerlebnisangeboten für einen nachhaltigen Tourismus besser genutzt werden. Dazu gilt es, Nachhaltigkeitsgesichtspunkte stärker bei der Produktentwicklung zu berücksichtigen.

Bestandteil des Leitfadens sind Kriterien für die Gestaltung von qualitativ hochwertigen Naturerlebnisangeboten in den Schutzgebieten, die natur- und landschaftsverträglich sind, in ihrem Profil den Zielen der Schutzgebiete entsprechen und somit auch Themen der biologischen Vielfalt aufgreifen. Zentrale Elemente des Leitfadens bilden Checklisten und Fragebögen, die die Verantwortlichen in den Gebieten in ihrer Arbeit unterstützen und zur Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern anregen.

Dabei können die entwickelten Naturerlebnisangebote sehr vielseitig sein und unterschiedliche Angebotsbereiche, also Schwerpunkte, umfassen. Im Rahmen des Leitfadens wurden fünf solcher Angebotsbereiche, an die sich die Produktentwicklung orientiert, erarbeitet:

- „Natur sehen und verstehen“ mit Schwerpunkt auf Umweltbildung und Naturbeobachtung;
- „Natur aktiv erleben“ mit dem Schwerpunkt auf körperlichen Aktivitäten in der Natur;

Abbildung 2: Leitfaden „Faszination Natur erlebbar machen“ mit Praxistipps

The image shows the cover of the guide 'Leitfaden Faszination Natur erlebbar machen' with logos for 'Netzwerke Naturlandschaften' and 'EUROPARC Deutschland'. To the right is a checklist titled 'Checkliste Alleinstellungsmerkmale erkennen und vermitteln' with a green checkmark icon. The checklist items are:

- Ausgangspunkt: Identifizieren Sie die besonderen Charakteristika Ihres Schutzgebietes (im Abgleich mit Wettbewerbern, in der Wahrnehmung der Gäste). Fragen Sie sich, was Sie haben, was andere nicht haben und ob auch der Gast dies erkennen kann.
- Schaffen Sie Zugänge zu den Besonderheiten, z.B. selten zu beobachtende Tier- und Pflanzenarten oder unberührte Natur, bspw. über Informationstafeln, Ausstellungen im Besucherzentrum oder Führungen.
- Rücken Sie einmalige Landschaften bzw. Landschaftselemente an ausgewählten Standorten in den sichtbaren Fokus, z.B. Aussichtspunkte und Schaulenfer in die Natur (am Weg- oder Gewässerrand). Orte zum Innenhalten und Kraft tanken (z.B. Flüstern des Windes, Rauschen eines Baches, Vogelstimmen o.ä.). Motive für künstlerische Aktivitäten (z.B. Mal- oder Fotografiekurs).
- Binden Sie tages- oder jahreszeitliche Naturphänomene ein, z.B. Sonnenauf- und -untergang, Gezeiten, Vogelzug, Paarungszeit, Obstblüte, Blumenpracht, Blattverfärbung, Winterlandschaft.
- Gestalten Sie nachvollziehbare historische Spuren der besonderen Natur- und Kulturlandschaft (u.a. Erdgeschichte, alte Verkehrswege und Siedlungen etc.), z.B. über einen Lehrpfad.
- Stellen Sie Hilfsmittel zur Wahrnehmung der Besonderheiten zur Verfügung, z.B. Audio-Guides, Naturpark-Entdecker-Westen/Rucksäcke, Lupe, Fernglas, Naturforscherset usw.

 Below the checklist is a section titled 'Fragebogen Nationale Naturlandschaften' with a pencil icon. It contains three questions:

- Was ist das Besondere an Ihrem Naturerlebnis, wodurch unterscheidet es sich von anderen? (Kap. 2.3.1, S. 15)
- Auf welche Zielgruppe ist Ihr Naturerlebnis ausgerichtet, welche Motive und Bedürfnisse werden erfüllt? (Kap. 2.3.2, S. 15)
- Wie werden Sie den Anforderungen der Nachhaltigkeit gerecht? (Kap. 2.3.3, S. 22)

- „Natur spüren“ mit dem Schwerpunkt auf Gesundheit und Wellness;
- „Über Natur der Region begegnen“ mit dem Schwerpunkt auf Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung regionaler Identität;
- Natur unterstützen mit dem Schwerpunkt auf Freiwilligenarbeit in der Natur.

4 Regionale Kooperationen und Netzwerke als Erfolgsrezept

Voraussetzung für eine erfolgreiche und nachhaltige touristische Nutzung der Nationalen Naturlandschaften ist eine enge Zusammenarbeit der Akteure aus den Schutzgebieten und dem Tourismus. Die beteiligten Akteure sind dabei aufeinander angewiesen: Die Verantwortlichen aus den Schutzgebieten brauchen die Akteure aus dem Tourismus für eine marktgerechte Entwicklung und Vermarktung touristischer Produkte. Die Akteure aus dem Tourismus wiederum sind auf die Experten aus den Nationalen Naturlandschaften angewiesen, die authentische Naturerlebnisse als Angebotsbausteine gestalten und mit ihrem Fachwissen an die Gäste vermitteln.

Netzwerke haben dabei eine Schlüsselfunktion, denn sie führen unterschiedlichste Akteure, die ohne hierarchische Bindung zueinander jeweils individuell für sich handeln, unter einem gemeinsamen Ziel zusammen. Grundsätzlich geht es dabei darum, zum gegenseitigen Nutzen und zum Vorteil der gesamten Region eng zusammenzuarbeiten, um diese voranzubringen und mit den jeweilig vorhandenen Mitteln zu unterstützen. (Abb. 3)

Im Mittelpunkt des Netzwerkmodells stehen die Nationalen Naturlandschaften – sie schaffen die Basis für die touristische Produktentwicklung, in dem sie die Natur schützen und mittels Einrichtungen zur Besucherinformation und -lenkung sowie Erholungsnutzung gezielt in Wert setzen. Darauf basierend gestalten sie einen Pool an Naturerlebnissen, um die Gäste über die Besonderheiten der Natur zu informieren, sie für einen rücksichtvollen Umgang mit Natur und Umwelt zu bilden (z. B. Führung mit einem Ranger) und die Natur mit allen Sinnen erlebbar zu machen. Die Naturerlebnisse der Nationalen Naturlandschaften stellen die zentralen Angebotsbausteine eines

naturtouristischen Produktes dar, werden in der Regel jedoch erst durch die Leistungen anderer (touristischer) Partner vervollständigt (z. B. Mobilität, Verpflegung und Übernachtung). Für die Zusammenführung der Einzelleistungen ist ein Koordinator erforderlich, der die einzelnen Angebote bündelt und hinsichtlich eines einheitlichen Qualitätsniveaus aufeinander abstimmt, um sie als ein Gesamtprodukt erfolgreich am Markt zu platzieren. Dafür benötigt der Koordinator touristisches Know-how sowie Zugang zu Vermarktungs- und Vertriebskanälen, um die Gäste zu erreichen und das Produkt zu verkaufen. Häufig übernimmt daher die lokale oder regionale Tourismusorganisation diese Aufgabe.

5 Die Entwicklung von Naturerlebnisangeboten in der Praxis

Auch in der Praxis findet dieses Modell der Kooperation erfolgreich Anwendung. Als Beispielregion wird auf den Naturpark Lauenburgische Seen, der eng mit der lokalen Tourismusorganisation, der Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH, zusammenarbeitet, eingegangen. Das gemeinsame Ziel der Stärkung der regionalen Identität verbindet die Partner in ihrer Zusammenarbeit. Zu den Aufgabebereichen des Naturparks zählen im Bereich nachhaltiger Tourismus die Bereitstellung, Unterhaltung und der Ausbau von Infrastruktur, eine entsprechende naturverträgliche Besucherlenkung und -information sowie die Beteiligung an Infozentrum und Ausstellungen. Die lokale Tourismusorganisation ist für das Marketing des gesamten Kreises Herzogtum Lauenburg zuständig, in der der Naturpark eine wichtige Urlaubsregion ist. Des Weiteren sieht sich die Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH als Impulsgeber und Trendset in der Region und treibt eine Projektentwicklung voran. Zusätzlich ist sie Bindeglied der verschiedenen Akteure wie Naturpark, Gastronomie und Unternehmern etc. Die Zusammenarbeit im Tourismus gestaltet sich so, dass der Naturpark sich an konzeptionellen Fragen wie dem Tourismuskonzept be-

teiligt. Außerdem ist der Naturpark in verschiedenen Arbeitsgruppen, wie der AG Marketing oder der AG Rad, aktiv. Die gemeinsame Produktentwicklung wird vor allem durch einen regelmäßigen Austausch auf der Arbeitsebene gestärkt. Auch im Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist die Kooperation der beiden Akteure eng. Das Themengebiet fällt federführend in den Bereich der lokalen Tourismusorganisation, doch werden entsprechende Maßnahmen eng mit dem Naturpark abgestimmt. Darunter fallen z. B. gemeinsame Messeauftritte oder Printerzeugnisse sowie eine enge Zusammenarbeit im Bereich der Pressearbeit, sodass dem Naturpark u. a. die Möglichkeit gegeben wird, Pressereisen zu begleiten.

Das Projekt „Naturerlebnisangebote in den Nationalen Naturlandschaften“ bot für die Akteure im Herzogtum Lauenburg einen Anlass, neue Naturerlebnisangebote zu entwickeln



Abbildung 3:
Netzwerkmodell
zur touristischen
Produktentwicklung



bzw. neue Bausteine für Naturerlebnisangebote zu identifizieren. Ein Beispiel ist das Angebot „Erlebnistour mit dem Fischer und Gutskoch“. Im Rahmen des Angebots begleiten die Gäste den Fischer (nach Naturland Richtlinien zertifiziert) auf seiner Tour auf dem Schaalsee, einem Naturschutzgebiet und Deutschlands tiefstem Klarwassersee. Während der Tour gibt der Fischer Informationen über seine tägliche Arbeit, die Vereinbarkeit von nachhaltiger Fischerei und Naturschutz sowie der Tier- und Pflanzenwelt, die auf der Tour erlebbar gemacht wird. Der Unternehmensebetrieb, in dem die Gäste untergebracht sind, ist ein Partnerbetrieb der Fischerei. Dort wird am Abend nach der Tour der frische Fang gemeinsam mit dem Gutskoch verarbeitet, wodurch den Gästen die regionale Küche mit ihren Zutaten näher gebracht wird. Das Angebot verbindet demnach Aspekte von Naturschutz mit Landnutzung und regionaler Identität und hat gleichzeitig einen hohen Erlebniswert. In Bezug auf die oben genannten Angebotsbereiche ist dieses Angebot vor allem den Bereichen „Über Natur der Region begegnen“ sowie „Natur sehen und verstehen“ zuzuordnen.

Ein weiteres Beispiel für den Bereich „Natur sehen und verstehen“ ist die „Esel-Jahreszeitenwanderung“ im Biosphärenreservat Bliesgau. Zu allen Jahreszeiten lässt sich auf nachhaltige Weise der Bliesgau entdecken. Gemeinsam mit den Vierbeinern begibt man sich auf eine Wanderung durch die Bliesgau-Landschaft.

Langsamer und bewusster nimmt man dabei die Natur und Landschaft um sich herum wahr. Neben der intensiven Erfahrung mit den Eseln gemeinsam zu wandern, erhalten die Gäste auch viele naturkundliche Erläuterungen und lernen die Natur des Biosphärenreservats wahrzunehmen. Abschließen erfahren die Gäste bei einer Verkostung und Hofbesichtigung eines regionalen Partners Interessantes über die Verarbeitung und den Konsum regionaler Produkte.

Im Nationalpark Eifel kann man hingegen „Natur aktiv erleben“. Auf dem Wildnis-Trail kann der Nationalpark in vier Tagen durchwandert werden, allein oder mit einer/einem zertifizierten Nationalpark-Waldführerin und -Waldführer. Auf insgesamt 85 km Gesamtstrecke lassen sich sämtliche Landschaften und Lebensräume sowie die biologische Vielfalt des Nationalparks aktiv erleben. Das Arrangement bietet dem Gast drei Übernachtungen mit Frühstück bei den qualifizierten Nationalpark-Gastgebern sowie die Fahrt mit der Rurtalbahn vom Nationalpark-Infopunkt Zerkall zum Nationalpark-Tor Heimbach und im Anschluss den Trail-Express zurück zum Ausgangspunkt, dem Nationalpark-Tor Höfen. Dazu erhält der Gast Wanderkarten und weiterführende Informationen. Nach erfolgreicher „Bezwingung“ des Wildnis-Trails erhält man einen Wanderpass mit Urkunde sowie einen Wildnis-Trail-Pin. Es besteht die Möglichkeit, weitere Zusatzleistungen zum Arrangement hinzu zu buchen.



Abbildung 4: Logo „Faszination Natur“

6 Kommunikation von Naturerlebnisangeboten

Die entwickelten Naturerlebnisangebote wurden im Jahr 2016 bundesweit unter dem Slogan „Faszination Natur“ durch VDN, EUROPARC und die Nationalen Naturlandschaften kommuniziert (Abb. 4).

Im Rahmen der Kommunikationsmaßnahmen wurden diverse Kanäle durch die Verbände gespielt. Als Printprodukte wurden neben Postkartenreihen, Projekt-Flyer entwickelt und Naturerlebnisangebote in der Broschüre „Reisen in die Naturparke“ dargestellt. Außerdem wurde der Leitfaden „Faszination Natur erlebbar machen“ in einer Auflage von 5.000 Exemplaren gedruckt und dient so auch als brancheninternes Kommunikationsmittel.

Ein zentraler Kanal zur Kommunikation der Naturerlebnisangebote sind die Onlinemedien. So wurden die Angebote, die den Dachverbänden kommuniziert wurden, auf www.naturparke.de bzw. auf www.nationale-naturlandschaften.de aufgeführt. Zusätzlich wurden die Angebote und weiterführende Informationen zum Thema über Partner- und Endverbraucher-Newsletter kommuniziert. Direkte Ansprache von interessierten Nutzergruppen konnte durch die Beteiligung an Messen und Veranstaltungen, darunter ITB und die Wander- und Trekkingmesse TourNatur 2016, erreicht werden. Ergänzt wurden die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit durch eine kontinuierliche Pressearbeit.

Da auch die regionale Kommunikation der Naturerlebnisangebote für deren Erfolg und Etablierung unerlässlich ist, wurden die Nationalen Naturlandschaften in ihren Kommunikationsmaßnahmen unterstützt. Neben der freien Nutzung des Logos „Faszination Natur“ haben VDN und EUROPARC durch die Bereitstellung von Musterpressemittellungen oder Vorlagen für Kommunikationsmedien wie Postkarten die Gebiete in ihrer Kommunikation vor Ort unterstützt.

Allein durch die Kommunikationsmaßnahmen durch VDN und EUROPARC konnten über 1,2 Millionen Menschen auf die Naturerlebnisangebote aufmerksam gemacht werden (die regionalen Kommunikationsmaßnahmen der Nationalen Naturlandschaften und ihrer Partner sind hierbei nicht berücksichtigt).

7 Fazit

Die Nationalen Naturlandschaften sind in den Regionen wichtige Akteure im nachhaltigen Tourismus. In Kooperation mit den touristischen Akteuren können naturschutz- und umweltbildungsorientierte Naturerlebnisangebote bedarfsgerecht konzipiert und erfolgreich am Markt platziert werden. Durch diese Angebote können Naturschutz-Themen für die Bevölkerung erleb- und begreifbar gemacht werden und dadurch Unterstützerinnen und Unterstützer für die Arbeit der Nationalen Naturlandschaften gewonnen werden. Denn bekanntlich schützt der Mensch nur das, was er kennt.

Quelle / Literatur

Verband Deutscher Naturparke e.V. / EUROPARC Deutschland e.V. (Hrsg.) (2015): Leitfaden Faszination Natur erlebbar machen. Bonn/Berlin, 35 S.

Anschrift der Autorinnen

Kathrin Risthaus
kathrin.risthaus@naturparke.de

Verband Deutscher Naturparke e.V.
Holbeinstr. 12
53175 Bonn

Stephanie Schubert
stephanie.schubert@europarc-deutschland.de

EUROPARC Deutschland e.V.
Pfalzburger Str. 43/44
10717 Berlin