

Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung



Verband der Naturparke Österreichs



Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung

Gefördert aus den Mitteln des Bundesministeriums
für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft



lebensministerium.at

Impressum

Herausgeber: Verband der Naturparke Österreichs (VNÖ)

Alberstraße 10 • 8010 Graz

Tel.: ++43 (0) 316 / 31 88 48-99 • E-Mail: office@naturparke.at

Homepage: www.naturparke.at

Redaktion: Mag. Verena Langer, DI Gerlinde Wakonigg.

Graz, Jänner 2013

© Fotos Titelseite: Franz Kovacs, Karl Kreiner, Andreas Kristl, Domenico

Inhalt

Vorwort und Zielsetzungen (Franz Handler)	5
Merkmale, Funktionen und Strategien der Österreichischen Naturparke	8
Zusammenschau	11

Allgemein

Die Rolle der Schutzgebiete in der Regionalentwicklung – eine Reise durch die Alpen (Yann Kohler)	14
Regionalwirtschaftliche Effekte von Naturparks (Ulrike Pröbstl-Haider)	24
Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke (Dominik Siegrist)	39
Österreichische Naturpark-Spezialitäten – Kulinarisches aus heimischer Kulturlandschaft (Marelli Asamer-Handler)	58
Arbeit und Regionalentwicklung (Louise Kienzl)	61
Arbeitsplätze für steirischen Naturparkregionen (Andreas Kristl)	67
Regionalentwicklung in Deutschen Naturparks (Ulrich Köster)	83
Pärke – in der Schweiz ticken die Uhren ein klein wenig anders (Andreas Weissen)	86
Ungarische Naturparke – Entwicklung durch internationale Kooperationen (Béla Báthly) ..	89

Beispielsprojekte in den Naturparks nach Themenbereichen

Inwertsetzung der geschützten Landschaft durch Produkte

Almrevitalisierung, Heumilch und Freiwilligenarbeit im Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen (Matthias Danninger)	91
Naturpark-Kräuterlinie im Naturpark Mühlviertel (Barbara Derntl)	93
Almkäserei Kallbrunnalm im Naturpark Weißbach (Christine Klenovec)	95
Almausschank Hundsfußalm im Naturpark Weißbach (Christine Klenovec)	97
Regionalmarke „echt Schwarzwald“ (Ulrich Köster, Jörg Liesen)	99
Neue Entwicklungen in der Regionalvermarktung im Naturpark Pöllauer Tal (Andreas Kristl, Alois Pörtl)	101
Aufbereitung von Schafwolle im Naturpark Sölk-täler (Andreas Kristl, Walter Schmiedhofer)	104
Verein für Landschafts- und Weidpflege im Naturpark Südsteirisches Weinland (Beatrice Schöller, Nicole Strieder)	106
Samareiner Press- und Saftgemeinschaft im Naturpark Obst-Hügel-Land (Rainer Silber) ..	108
Kirschblütenwanderung im Naturpark Obst-Hügel-Land (Rainer Silber)	110

Sanfte Mobilität und Besucherlenkung

Trekking-Pauschale Berliner Höhenweg im Hochgebirgsnaturpark Zillertaler Alpen (Matthias Danninger)	112
Naturpark-Partnerbetriebe im Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen (Matthias Danninger)	114
Besucherlenkung in den Naturparks Südtirols (Anton Egger)	116
Naturtourismus und sanfte Mobilität im Naturpark Weissensee (Robert Heuberger)	118
Wanderprojekt Welterbesteig Wachau und Jauerling-Runde im Naturpark Jauerling-Wachau (Ronald Würflinger)	121

Naturvermittlung

Naturparkführungen in den Burgenländischen Naturparks (Thomas Böhm)	123
Naturvermittlung für Naturpark-Partner – „Wenn Vermieter und Gäste lustvoll ins Gras beißen...“ (Bernhard Stejskal)	125

Innovative Konzepte und Projekte

Wassermühle, Schauschmiede, Dorfladen und barrierefreier Baumwipfelweg im Naturpark Geschriebenstein-Írótkö (Thomas Böhm)	128
Freilichtmuseum Moschendorf, Energy camps, Kellerstöcklappartements, Schafaktien und Wassererlebniswelt im Naturpark in der Weinidylle (Thomas Böhm)	130
Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen – Kompetenzregion für Prävention und seelische Gesundheit (Peter Donabauer)	132
Modellregion für nachhaltige Waldwirtschaft im Naturpark Mürzer Oberland (Elisabeth Filzwieser, Stefan Teveli)	134
Phänomenale Naturtipps in den NÖ. Naturparks (Matthias Heiss, Klaus Wanninger)	136
Plattform Baukultur im Naturpark Südsteirisches Weinland (Christian Hofmann)	138
Ein geographisches Informationssystem für den Naturpark Our (Christian Kayser)	140
Blühende Gesundheit in den sieben Steirischen Naturparks (Bernhard Stejskal)	142
Naturschutz und Biogas – eine südburgenländische Erfolgsgeschichte im Naturpark in der Weinidylle (Joachim Tajmel)	145
Autorinnen und Autoren	147

Vorwort und Zielsetzungen

Durch das Miteinander von Schutz, Bildung, Erholung und Regionalentwicklung stehen die Naturparke heute auf vier festen Säulen. Sie dienen als Modellregionen für nachhaltige Entwicklung gleichermaßen den Menschen und dem Schutz der Natur- und Kulturlandschaft, in denen ein sorgsamer Umgang mit Ressourcen geübt wird. Gerade Naturparke sind aufgrund ihrer Struktur und ihres partnerschaftlichen, partizipativen Ansatzes, alle relevanten Stakeholder ihrer Region zu integrieren, auf regionaler Ebene das ideale Instrument, einen wesentlichen Beitrag für die Zukunft, für eine nachhaltige Entwicklung zu leisten: Ökologie, Ökonomie und soziokulturelle Entwicklung verzahnen sich im Dienste kommender Generationen.

Der vorliegende Bericht verdeutlicht die wichtige Rolle der Naturparke und zeigt die unterschiedlichen Ansätze einer erfolgreichen nachhaltigen Regionalentwicklung auf. Von wissenschaftlicher Seite werden die regionalwirtschaftlichen Effekte der Naturparke beleuchtet und angeführt, welche ökonomischen Erfolge durch die verschiedenen Maßnahmen erzielt werden können.

Die intensive Zusammenarbeit der Naturparke mit Naturschutz, Landwirtschaft, Tourismus u.a. ist beispielgebend: als entscheidender Faktor wird das Potenzial der Naturparke hervorgehoben, eine Identität der verschiedenen Akteurinnen und Akteure zu erzielen und die breite Verankerung der Naturparke in der Bevölkerung wird als deren Erfolgsbasis benannt.

Was die Naturparke mit ihrer Arbeit für die Regionen leisten, führen die Beispielsprojekte anschaulich vor Augen. Naturparke als Lebens- und Arbeitsraum schaffen und sichern Arbeitsplätze in strukturschwachen Regionen, wirken einer weiteren Abwanderung entgegen und ermöglichen so die Entwicklung sowohl der Regionen als auch der Bewohnerinnen und Bewohner. Naturpark-Spezialitäten tragen durch die traditionelle Weise ihrer Erzeugung zur Erhaltung der typischen Kulturlandschaften in den Naturparken bei. Naturtourismus und sanfte Mobilität verbuchen herausragende Erfolge. Der anhaltende Trend zu Naturparkführungen belegt den wirtschaftlichen Wert von Schutzgebieten und steigert Akzeptanz und Bewusstsein in der Bevölkerung. Wertschöpfung wird gar durch Inwertsetzung der naturräumlichen Ressourcen im unmittelbaren Umfeld von Naturpark-Partnerbetrieben lukriert, die „Biodiversität“ nunmehr als neues betriebliches Know-How verstehen. Der Mehrwert der Naturparke manifestiert sich demnach nicht allein in der Betrachtung ihrer ökonomischen Aspekte. Gesellschaft, Natur und Landschaft profitieren gleichermaßen.

Naturparke stärken ländliche Räume. Diese Ansicht teilen u.a. auch die Naturparke in unserem Nachbarland Deutschland. Unter gleichnamigen Titel veröffentlichte der Verband Deutscher Naturparke (VDN) heuer eine Broschüre, die zahlreiche Regionalentwicklungsprojekte vorstellt und auf die wir hier gerne verweisen möchten: ihr Hauptanliegen ist es, Möglichkeiten und Vorteile dafür aufzuzeigen, dass die Stärken der Naturparke für den ländlichen Raum im Rahmen der Neuausrichtung der EU-Förderperiode ab 2014 noch gezielter genutzt werden (Download auf der Website des VDN unter:



*Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung
(Foto: © Franz Kovacs)*

http://www.naturparke.de/system/librarydownloads/164/original/Naturparke_staerken_laendliche_Raeume_web.pdf?1350038997). Wir können uns diesem Anliegen nur anschließen.

Die Erarbeitung der Studie erfolgte unter Beteiligung von 32 Fachleuten verschiedener Disziplinen aus Österreich, Deutschland, Frankreich, Italien, Luxemburg, Ungarn und der Schweiz sowie von Naturparkverantwortlichen aus allen sieben Naturparkbundesländern. Im vorliegenden Bericht werden österreichweit und international anerkannte Grundlagen und wichtige Projekte im Bereich der nachhaltigen Regionalentwicklung in den Naturparks zusammengespült.

Der erste Teil des Berichts gibt einen allgemeinen Überblick. Auch von universitärer Seite wird das Thema Naturpark und nachhaltige Regionalentwicklung wissenschaftlich aufbereitet, um den theoretischen Hintergrund zu untermauern und Entwicklungstrends aufzuzeigen. Ein Blick über die Grenzen legt überdies dar, wie die Aufgabe der nachhaltigen Regionalentwicklung in den Naturparks anderer europäischer Länder umgesetzt wird.

Im zweiten Teil des Berichts werden 26 erfolgreiche Beispielsprojekte aus den Österreichischen und anderen europäischen Naturparks vorgestellt, die nach folgenden Themenbereichen zusammengefasst sind: Inwertsetzung der geschützten Landschaft durch Produkte, sanfte Mobilität und Besucherlenkung, Naturvermittlung, innovative Konzepte und Projekte. Ab Seite 11 erfolgt eine Zusammenschau der Beiträge.

Ein besonderer Dank geht an alle Autorinnen und Autoren, die an dieser Studie mitgearbeitet haben und die nachfolgend in alphabetischer Reihenfolge genannt sind:

DI Marelli Asamer-Handler
Béla Básthy
DI Thomas Böhm
Mag. Matthias Danninger
Mag. Barbara Derntl
Peter Donabauer
Dr. Anton Johann Egger
Mag. Elisabeth Filzwieser
Mag. (FH) Matthias Heiss
Mag. Robert Heuberger
DI Christian Hofmann
DI Christian Kayser
DI Louise Kienzl
Mag. Christine Klenovec MSc
Dr. Yann Kohler
Dipl.-Biol. Ulrich Köster

Mag. Dr. Andreas Kristl
Dipl.-Forstwirt DI (FH) Jörg Liesen
Alois Pörtl
Univ. Prof. DI Dr. Ulrike Pröbstl-Haider
Walter Schmiedhofer
Mag. Beatrice Schöller
Prof. Dr. Dominik Siegrist
DI Rainer Silber
Mag. Bernhard Stejskal
Nicole Strieder
Dr. Joachim Tajmel
Stefan Teveli
Klaus Wanninger
Andreas Weissen
Mag. Ronald Würflinger

Wir hoffen, dass dieser Bericht Anregungen und Ansatzpunkte für neue Projekte im Bereich nachhaltiger Regionalentwicklung bietet und viele Naturparkverantwortliche veranlasst, das eine oder andere Projekt auch in ihrem Naturpark umzusetzen. Wir freuen uns über Rückmeldungen und weitere Diskussionsanstöße.

Für das Team

Franz Handler

GF Verband der Naturparke Österreichs

Graz, im Jänner 2013

Merkmale, Funktionen und Strategien der Österreichischen Naturparke

Naturparke sind geschützte Landschaften, die vom Menschen durch schonende Landnutzung und Landschaftspflege erhalten werden. Diese beispielgebenden Kulturlandschaften sind durch Verordnung der Landesregierungen mit dem Prädikat „Naturpark“ ausgezeichnet. Das Prädikat würdigt sowohl die Landschaften als auch die Menschen, die diese Werte erhalten. Oft sind Naturparke auch Vertreter charakteristischer österreichischer Landschaftstypen.

Die Österreichischen Naturparke sind durch folgende gemeinsame Charakteristika gekennzeichnet:

- Zustimmung aller betroffenen Gemeinden; nur dann wird das Prädikat „Naturpark“ verliehen.
- Weitgehend freie Zugänglichkeit – Naturparke stehen allen offen.
- Geschützte Gebiete: zumindest unter Landschaftsschutz, zum Teil unter Naturschutz.
- Besondere naturräumliche Ausstattung: große Artenvielfalt und Formenreichtum.
- Freiwillige Mitarbeit: Einzelpersonen, Initiativen, Vereine engagieren sich ehrenamtlich.
- Je nach Entstehungsgeschichte unterscheiden sich die Österreichischen Naturparke hinsichtlich ihrer Größe – diese reicht von 20 bis 70.000 ha – und ihrer personellen und finanziellen Ressourcen.
- Derzeit gibt es in Österreich 48 Naturparke.
 - 22 in Niederösterreich
 - 7 in der Steiermark
 - 6 im Burgenland
 - 3 in Oberösterreich
 - 3 in Salzburg
 - 5 in Tirol
 - 2 in Kärnten

Einige weitere Naturparke sind derzeit in Planung.

Modellregionen für nachhaltige Entwicklung



*Naturpark Leiser Berge
(Foto: © Naturparke Niederösterreich)*

Um die zukünftige Position der Österreichischen Naturparke im Rahmen der Naturschutzgesetzgebung und auch in Abgrenzung zu den unterschiedlichen Schutzgebietskategorien zu bestimmen, erarbeitete eine Koordinationsgruppe, bestehend aus Vertretern der Naturparke und der Naturschutzabteilungen der betroffenen Bundesländer, im Jahr 1995 ein Strategiepapier, das vom Vorstand des Verbandes der Naturparke Österreichs einstimmig genehmigt wurde.

Dieses Strategiepapier sieht vor, dass die Österreichischen Naturparke vier Funktionen zu erfüllen haben – Schutz, Erholung, Bildung und Regionalentwicklung. Ein Naturpark soll demnach auch als Instrument einer integrierten Regionalentwicklung dienen und Entwicklungsimpulse, z.B. durch Kooperationen mit der Landwirtschaft oder dem Tourismus, schaffen.

Die Herausforderung – und gleichzeitig wichtig im Sinne von Unterscheidung zu anderen Regionen – ist, diese Funktionen gleichrangig miteinander zu entwickeln. Gelingt dies und werden die Zielsetzungen der nachfolgend beschriebenen Funktionen mit den skizzierten Inhalten in den Naturparks umgesetzt, können die Naturparke zu Recht als **Modellregionen für eine nachhaltige Entwicklung** bezeichnet werden. Die anschließend abgebildete, strukturierte Darstellung „Strategiepapier der Österreichischen Naturparke“ gibt einen Überblick über die einzelnen Funktionen mit ihren Zielsetzungen sowie Beispiele, wie diese Ziele umgesetzt werden können.

Strategiepapier der Österreichischen Naturparke			
Die Herausforderung ist das gleichrangige Miteinander von			
Schutz	Erholung	Bildung	Regionalentwicklung
⇨ Ziel ist, den Naturraum durch nachhaltige Nutzung in seiner Vielfalt und Schönheit zu sichern und die durch Jahrhunderte geprägte Kulturlandschaft zu erhalten.	⇨ Ziel ist, dem Schutzgebiet und dem Landschaftscharakter entsprechende, attraktive und gepflegte Erholungseinrichtungen anzubieten.	⇨ Ziel ist, durch interaktive Formen des Naturbegriffens und -erlebens und durch spezielle Angebote Natur, Kultur und deren Zusammenhänge erlebbar zu machen.	⇨ Ziel ist, über den Naturpark Impulse für eine regionale Entwicklung zu setzen, um damit die regionale Wertschöpfung zu erhöhen sowie die Lebensqualität zu sichern.
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Besucherlenkung <input type="radio"/> Naturkundliche Informationen <input type="radio"/> Sanfte Mobilität <input type="radio"/> Schutzgebietsbetreuung, -management <input type="radio"/> Forschungsprojekte <input type="radio"/> Vertragsnaturschutz 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Wanderwege <input type="radio"/> Rad-, Reitwege <input type="radio"/> Rast-, Ruheplätze <input type="radio"/> Naturnahe Erlebnis spielplätze <input type="radio"/> Familienfreundlichkeit <input type="radio"/> Barrierefreiheit <input type="radio"/> Keine Belastung durch Emissionen 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Themenwege <input type="radio"/> Erlebnisführungen <input type="radio"/> Informationszentren <input type="radio"/> Naturpark-Schule <input type="radio"/> Zielgruppenspezifische Angebote <input type="radio"/> Seminare, Kurse, Ausstellungen <input type="radio"/> Brauchtumspiege 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Zusammenarbeit Naturschutz, Landwirtschaft, Tourismus, Gewerbe und Kultur <input type="radio"/> Arbeitsplätze durch Naturparke <input type="radio"/> Sozial- und umweltverträglicher Tourismus <input type="radio"/> Naturparkprodukte nach definierten Kriterien <input type="radio"/> Naturpark-Gaststätten
⇨	⇨	⇨	⇨
MODELLREGIONEN für NACHHALTIGE ENTWICKLUNG			

Zusammenschau

Im ersten Teil des Berichts werden allgemeine Grundlagen für eine nachhaltige Regionalentwicklung in europäischen Naturparks vorgestellt. Der zweite Teil befasst sich mit den Beschreibungen von 26 erfolgreichen Regionalentwicklungsprojekten aus Österreichischen und anderen europäischen Naturparks. Sie werden in den Hauptthemenfeldern Inwertsetzung der geschützten Landschaft durch Produkte, sanfte Mobilität und Besucherlenkung, Naturvermittlung sowie innovative Konzepte und Projekte zusammengefasst.



Foto: © Steirischer Schafzuchtverband

Eine große Zahl regionaler Akteurinnen und Akteure hat das Potenzial des Beitrags von Schutzgebieten zur Regionalentwicklung erkannt und betrachtet die Schaffung eines Schutzgebietes als Entwicklungsmotor, so *Yann Kohler*. Der Beitrag der Schutzgebiete zu innovativen Lösungen für die Regionalentwicklung beschränkt sich dabei für ihn nicht auf den Tourismus- oder Mobilitätsbereich. Er betont, dass die Palette der behandelten Arbeitsfelder weitläufig und das Angebot bunt ist – und auch, dass der Naturschutz als eine der Kernaufgaben bei all diesen Projekten eine wichtige Rolle spielt.

Ulrike Pröbstl-Haider stellt die verschiedenen regionalwirtschaftlichen Effekte dar, mit denen die Naturparke beschäftigungs- und einkommenswirksam werden können. Sie sieht die zentrale Herausforderung der Naturparke darin, dass für ein regionalökonomisch sehr erfolgreiches Auftreten eine Zusammenarbeit nicht nur der touristischen Akteurinnen und Akteure, sondern auch der Landnutzung, der gewerblichen Wirtschaft und der Dienstleitungen notwendig ist. Als entscheidenden Faktor benennt sie das Potenzial der Naturparke, ein Zusammengehörigkeitsgefühl und eine Identität der verschiedenen Akteurinnen und Akteure zu erzielen.

Das Label „Naturpark“ weckt bei vielen BesucherInnen hohe Erwartungen, weiß *Dominik Siegrist* und betont die erheblichen wirtschaftlichen Potenziale der Naturparke. Für ihn liegen die wesentlichen Erfolgsfaktoren in der sektorenübergreifenden Angebotsentwicklung der Naturparke und der Berücksichtigung der Erlebnisqualität. Angesichts der Bedeutung der Naturparke für den ländlichen Raum gibt er die Empfehlung für Länder und Bund ab, zusätzliche finanzielle und personelle Mittel zu Stärkung des Naturparktourismus bereitzustellen.

Marelli Asamer-Handler skizziert die Entwicklung der Marke „Österreichische Naturpark-Spezialitäten“, die im Jahr 2000 mit der Vermarktung der ersten „Naturpark-Weihnachtskistln“ begann. Heute gibt es in den 20 am Projekt beteiligten Naturparks 214 Produzentinnen und Produzenten, die durch die traditionelle Weise der Erzeugung ihrer Naturpark-Spezialitäten zur Erhaltung der typischen Kulturlandschaften in den Naturparks beitragen.

Durch die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen in strukturschwachen Regionen kann Abwanderung verhindert und die Entwicklung sowohl der Region als auch der BewohnerInnen ermöglicht werden. In zwölf Jahren „NuP Aktiv – Arbeitsplätze in NÖ. Naturparks“ wurden über 130 Personen im Projekt beschäftigt. *Louise Kienzl* betont die Wichtigkeit, die Qualität des Beschäftigungsprojekts in einem ständigen Prozess weiterzuentwickeln.

Im Rahmen des Projekts „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ haben in 13 Jahren 220 Personen an der Weiterentwicklung der Naturpark-Idee mitgearbeitet. *Andreas Kristl* beziffert die durch die bezahlten Löhne und Gehälter erzielte Kaufkraft mit € 3.982.000,- und verdeutlicht die erfolgreichen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, die positiven Effekte durch das „In-Beschäftigung-bringen“ für die/den Einzelne/n und die Vereinbarkeit von Naturschutz und Beschäftigung.

Die Bevölkerung erwartet von einem Naturpark zusätzliche Arbeitsplätze und Einkommen, die BesucherInnen unberührte Landschaften und spannende Naturerlebnisse, berichtet *Andreas Weissen*. Die Erhaltung, Pflege und Aufwertung der Landschaft wird damit zur Grundlage für den ökonomischen Erfolg, den die Schweizer Naturparks in der Folge z.B. über Naturtourismus und regionale Spezialitäten für sich verbuchen können.

Die ungarischen Naturparks legen neben den naturtouristischen Zielsetzungen von grenzüberschreitenden Projekten Wert auf das gegenseitige Kennen lernen bestehender Netzwerke und setzen auf Weiterentwicklung durch internationale Zusammenarbeit, so *Béla Básthy*.

Die Deutschen Naturparks arbeiten mit den verschiedenen Stakeholdern intensiv zusammen, verbessern die Lebensqualität der Bevölkerung und stärken den ländlichen Raum. *Ulrich Köster* benennt Beispiele zur umweltgerechten Landnutzung, Nutzung regenerativer Energiequellen, sanften Mobilität, zu regionalen Produkten und zum nachhaltigen Tourismus.

Matthias Danninger holt jährlich 40 Freiwillige zur Offenhaltung auf die Almen des Hochgebirgs-Naturparks Zillertaler Alpen und zählt 260 Heumilch-Partnerbetriebe. Damit werden Kulturlandschaft und Artenvielfalt erhalten und der Absatz regionaler Produkte gefördert.

Mit der Naturpark-Kräuterlinie erfüllt *Barbara Derntl* im Naturpark Mühlviertel folgende Ziele: Förderung der Zusammenarbeit der bäuerlichen Produzentinnen, Schaffung regionaler Wertschöpfung und Erhalt der Magerwiesen durch Absicherung ihrer Bewirtschaftung.

18 LandwirtInnen sind am Projekt Almkäserei Kallbrunnalm im Naturpark Weißbach beteiligt, das im Jahr 2012 aus ~75.000 l Almmilch 8.000 kg Käse erwirtschaftete. Dieser wird direkt vermarktet bzw. bei Kooperationspartnern vertrieben, so *Christine Klenovec*.

Die Schafwollwaschanlage im Naturpark Sölktales ist eine von nur zwei Anlagen, die in Österreich in Betrieb sind. ~6.000 kg Schafwolle wurden hier im Jahr 2012 aufbereitet und stammt fast ausschließlich von Bergschafen (*Andreas Kristl* und *Walter Schmiedhofer*).

Auch der Verein für Landschafts- und Weidepflege im Naturpark Südsteirisches Weinland setzt Schafe zur Offenhaltung der Kulturlandschaft ein und bietet eine bunte Produktpalette an kulinarischen, Woll- und Filzprodukten an, so *Beatrice Schöller* und *Nicole Strieder*.

Die Samareiner Press- und Saftgemeinschaft im Naturpark Obst-Hügel-Land strebt die Verarbeitung und Veredelung des regionalen Streuobstes und die Erhöhung des landwirtschaftlichen Einkommens an. So wird heute wieder vermehrt Streuobst geklaubt (*Rainer Silber*).

Die Schutzgebietsverwaltung in Südtirol will sowohl Lebensräume und Tierarten schützen, als auch den BesucherInnen die Erholungsnutzung und den Zugang zum Gebiet ermöglichen und setzt für die dafür nötigen Arbeiten ca. eine Million Euro jährlich ein (*Anton Egger*).

Dem steigenden Autoverkehr begegnet der Naturpark Weissensee mit einem umfassenden, zukunftsfähigen Konzept zur sanften Mobilität, an deren Umsetzung Naturpark, Gemeinde und Tourismus gemeinsam beteiligt sind, so *Robert Heuberger*.

Grundvoraussetzung für eine koordinierte Regionalentwicklung ist für *Christian Kayser* das geographische Informationssystem im luxemburgischen Naturpark Our, das der verbesserten kommunalen Planung und dem Aufbau einer interkommunalen Zusammenarbeit dient.

Die beiden Weitwanderwege im Naturpark Jauerling-Wachau sind herausragende Projekte innerhalb des wandertouristischen Angebots der Region. Die Wege (370 km!) und der Wandertourismus sind für 10 bis 15% der Nächtigungen verantwortlich (*Ronald Würflinger*).

Das breite Spektrum an Naturparkführungen – in allen 48 Österreichischen Naturparks – macht deutlich, wie groß der wirtschaftliche Wert von Schutzgebieten ist und steigert damit auch die Akzeptanz und das Bewusstsein in der Bevölkerung, weiß *Thomas Böhm*.

Bernhard Stejskal lässt Vermieter und Gäste in den Steirischen Naturparks lustvoll ins Gras beißen und schafft damit die Verbindung zwischen Naturpark-Management, -Partnerbetrieben und Natur- und LandschaftsführerInnen über das Instrument der Naturvermittlung.

Im Naturpark Geschriebenstein-Írótkö wurde mit dem barrierefreien Baumwipfelweg eine touristische Besonderheit und ein bedeutendes Angebot für Menschen mit Behinderungen geschaffen. Hohe Verzinsung auf Aktien ohne Kursschwankungen bietet der Naturpark in der Weinidylle an: mit der Schafaktie bekommt man sein Geld mit 20% Verzinsung in Form von Weidelammfleisch zurück (*Thomas Böhm*).

Peter Donabauer skizziert die Entwicklung des Naturparks Zirbitzkogel-Grebenzen zur Gesundheitsregion mit dem Schwerpunkt Prävention für Burnout. Die Auszeichnung „Leuchtturmprojekt“ erhielt die „Kompetenzregion für Prävention und seelische Gesundheit“ bereits.

Das Projekt für nachhaltige Waldwirtschaft im Naturpark Mürzer Oberland brachte Naturschutz, Forstwirtschaft, Tourismus, Forschung, Jagd und allgemeine Öffentlichkeit zusammen. Naturschutzaspekte und sozioökonomische Aspekte wurden beleuchtet, konkrete fachliche Ziele und Maßnahmenvorschläge erarbeitet (*Elisabeth Filzwieser* und *Stefan Teveli*).

Was blüht wann und wo? *Matthias Heiss* beschreibt die phänomenalen Naturtipps in den NÖ. Naturparks: die handlichen Naturkalender-Drehscheiben informieren die Bevölkerung und Gäste über Naturphänomene, wie die Blüte von Dirndl, Holler & Co.

Eine mangelhaft ausgeprägte regionale Baukultur mit ihren Folgen stellt eine Bedrohung für das Landschaftsbild dar, so *Christian Hofmann*. Die Plattform Baukultur setzt im Naturpark Südsteirisches Weinland laufend Aktivitäten, um dem entgegen zu wirken.

Joachim Tajmel zeigt anhand einer Biogasanlage im Naturpark in der Weinidylle auf, dass die Erzeugung und Verwendung von Biogas als erneuerbarem Energieträger grundsätzlich den Naturparkprinzipien der Nachhaltigkeit und ökologischen Verträglichkeit entspricht.

Die Rolle der Schutzgebiete in der Regionalentwicklung – eine Reise durch die Alpen

Die alpinen Schutzgebiete als Motoren der Regionalentwicklung?!

Schutzgebiete: auf dem Weg vom Naturschutzinstrument hin zum Entwicklungsmotor?

Das Netzwerk Alpiner Schutzgebiete ALPARC wurde 1995 als Umsetzungsinstrument der Alpenkonvention gegründet und hat die Förderung des Austauschs und der Zusammenarbeit zwischen den Schutzgebieten im gesamten Alpenraum, über acht Länder und zahlreiche Sprach- und Kulturgrenzen hinweg zur Aufgabe. Derzeit zählt das Netzwerk mehr als 900 Schutzgebiete (> 100 ha) unterschiedlichster Kategorien, die insgesamt ca. 25% der Fläche der Alpenkonvention ausmachen¹.

Zu diesen Schutzgebieten zählen 14 Nationalparke, 75 Naturparke, 275 Naturschutzgebiete, 10 Biosphärenreservate, 8 UNESCO Weltnaturerbegebiete, 3 Geologische Reservate sowie ca. 520 „Sonderschutzformen“ (z.B. Landschaftsschutzgebiete, Ruhegebiete), die sich allerdings oft mit bereits existierenden Schutzgebieten überschneiden (Abb. 1).

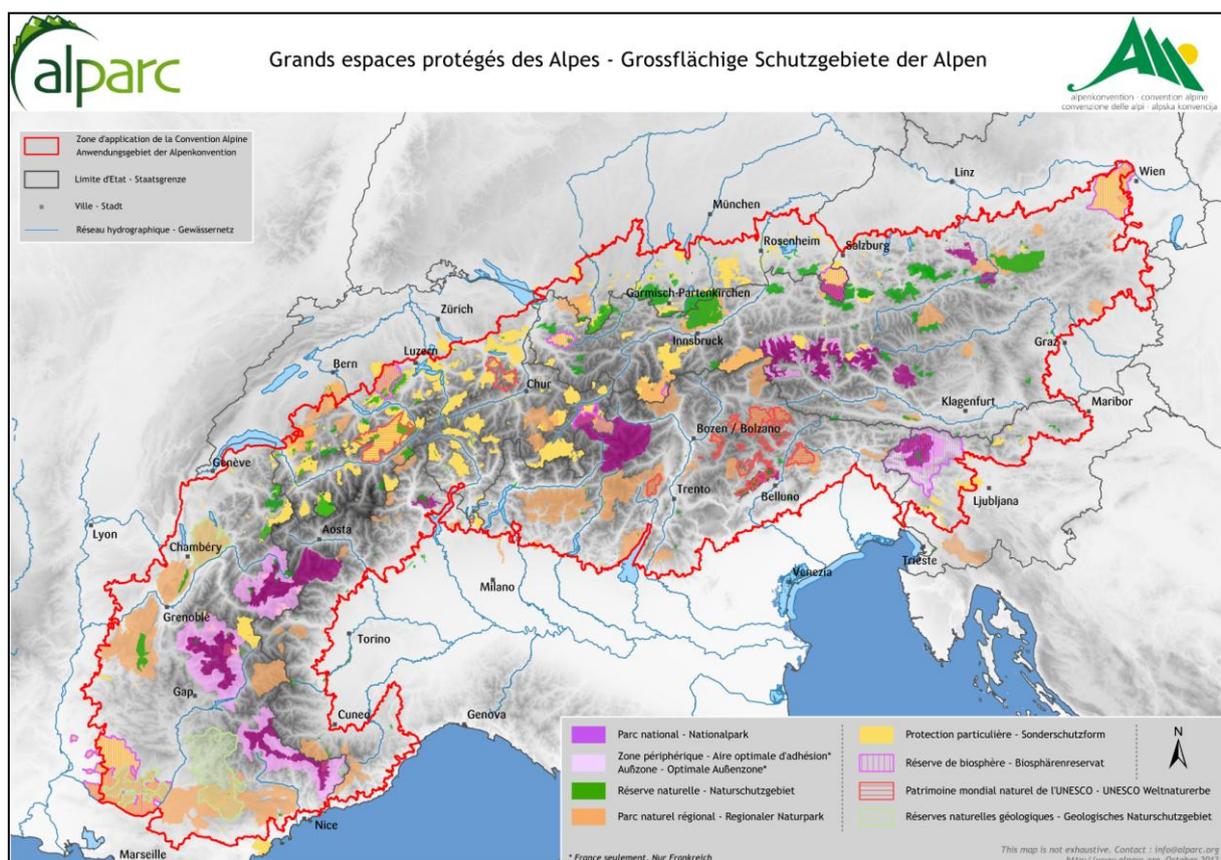


Abb. 1: Großflächige Schutzgebiete der Alpen.

So vielfältig wie die Kategorien der Schutzgebiete und deren genaue Definition in den acht Mitgliedsstaaten der Alpenkonvention sind auch die Aufgaben und Zielsetzungen dieser Ge-

¹ Quelle : GIS ALPARC (2012).

biete². Neben dem Schutz und Erhalt der Biodiversität in all ihren Dimensionen sind sie in zahlreichen weiteren Bereichen aktiv, wie z.B. Umweltbildung, Forschung oder der Förderung traditioneller Wirtschaftsformen.

Die Schutzgebiete haben daher, durch ihre Präsenz und durch ihr Wirken, sowohl für die lokale Bevölkerung aber auch für die Gesellschaft als Gesamtheit, eine unmittelbare Bedeutung: sie regeln die Nutzung einer beachtlichen Landesfläche in den Alpen und haben mit ihren Aktivitäten weitreichende Auswirkungen auf die gesamte umgebende Region, teilweise weit über ihre unmittelbaren Grenzen hinaus^{3,4}.

Wurden Schutzgebiete im 19. und zu Anfang des 20. Jahrhunderts oft wirklich ausschließlich zum Schutz einzelner, seltener, symbolischer Arten von Flora und Fauna geschaffen (z.B. das königliche Jagdreservat des Gran Paradiso 1856 zum Schutz der letzten Alpensteinböcke, das später zum Nationalpark wurde), so hat sich dies seither kontinuierlich weiter entwickelt. Zu den Nationalparks und Naturschutzgebieten haben sich neue Formen der Schutzgebiete hinzugesellt, Naturparke oder Biosphärenreservate zum Beispiel, deren Schwerpunkt ausdrücklich nicht nur im Bereich des Naturschutzes liegt, sondern sich ebenfalls Aufgaben der Regionalentwicklung widmen. Über die Ausweisung unterschiedlicher Zonen mit verschiedenen Prioritäten innerhalb eines Schutzgebiets, die Erweiterung der Ziele und Aufgaben des Schutzgebietsmanagements und die Fortentwicklung der Mitspracherechte der örtlichen Bevölkerung hinaus, sind Aspekte der wirtschaftlichen Entwicklung der Schutzgebietsregionen ins Aktivitäten-Spektrum gerückt.

Doch selbst in den ursprünglich strenger auf Naturschutz ausgelegten Nationalparks kann eine solche Entwicklung festgestellt werden: um die Akzeptanz in der Region zu erhöhen und den lokalen Gebietskörperschaften sowie weiteren sozio-ökonomischen Akteuren mehr Mitsprachemöglichkeiten zu gewähren, wurde beispielsweise das französische Nationalparkgesetz 2006 reformiert. Das Gesetz sieht, nach dem Vorbild der in den Regionalen Naturparks Frankreichs gängigen Praxis, die Ausarbeitung einer von den genannten Akteuren gemeinsam erarbeiteten Charta vor, die den spezifischen Charakter des Nationalparks definiert und Ziele und Managementmaßnahmen festlegt. Der Nationalpark soll auf diese Weise zu einem gemeinsam getragenen regionalen Projekt werden, an dem alle betroffenen Akteurinnen und Akteure mitentwickeln können und in dem Aspekte der Regionalentwicklung zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Seit 2007 haben die Nationalparke die Verhandlungen zu dieser Charta begonnen, was zu einer teilweise bedeutenden Änderung der Beziehungen und Interaktionen zwischen den Institutionen, ihren MitarbeiterInnen und der Region geführt hat, Funktionsweisen, die teilweise seit mehreren Jahrzehnten bestanden. Es soll an dieser Stelle jedoch nicht verschwiegen werden, dass dieser Prozess, der einerseits eine nachhaltige regionale Entwicklung fördern und andererseits die hohen Schutzansprüche eines Nationalparks bewahren soll, zurzeit in Frankreich einigen Schwierigkeiten begegnet. So haben im Herbst 2012 alle Gemeinden des Nationalparks Vanoise die Unterzeichnung der in einem mehrjährigen partizipativen Prozess erstellten Charta verweigert und dem Nationalpark somit faktisch vorerst jede Interventionsmöglichkeit außerhalb der Kernzone entzogen.

² *Netzwerk Alpiner Schutzgebiete*, Typologie der alpinen Schutzgebiete. Gesetzliche Grundlagen und Schutzformen (2002).

³ *Job et al.*, Inwertsetzung alpiner Nationalparks. Eine regionalwirtschaftliche Analyse des Tourismus im Alpenpark Berchtesgaden (2003).

⁴ *Kuepfer u. Elsasser*, Regionale touristische Wertschöpfungsstudien: Fallbeispiel Nationalparktourismus in der Schweiz, *Tourismus Journal* Heft 4 (2000), 433 S.

Werden die Schutzgebiete diesen Erwartungen gerecht?

In einer global vernetzten Welt werden ökonomische Prozesse und Verstrickungen immer komplexer, eine Feststellung, die auch für die alpinen Regionen zutrifft. Lokale Unternehmen und DienstleisterInnen müssen sich auch hier mit einer internationalen Konkurrenz messen und attraktive, wettbewerbsfähige Produkte und Dienstleistungen anbieten. In den Alpen müssen hierbei die mit dem Standort verbundenen Rahmenbedingungen, wie beispielsweise eine gewisse Abgeschiedenheit sowie spezielle saisonale Wetterbedingungen, berücksichtigt werden. Schutzgebiete dürfen in diesem Zusammenhang nicht als zusätzlicher Standortnachteil wahrgenommen werden, um sich im Kontext unterschiedlicher Erwartungen verschiedener lokaler Akteursgruppen weiter behaupten zu können. In einer ökonomisch angespannten Periode, wie sie der Alpenraum sowie Gesamteuropa zurzeit im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise erlebt, kann festgestellt werden, dass Naturschutzmaßnahmen noch stärker als sonst (ökonomisch) legitimiert werden müssen.

Andererseits hat eine große Zahl regionaler AkteurInnen das Potenzial des Beitrags von Schutzgebieten zur Regionalentwicklung erkannt und vielerorts wird die Schaffung eines Schutzgebiets als Entwicklungsmotor betrachtet. Der kontinuierliche Anstieg der Zahl der Regionalen Naturparke in Frankreich (auch speziell in den alpinen Gebieten) veranschaulicht dies auf interessante Weise (Abb. 2).

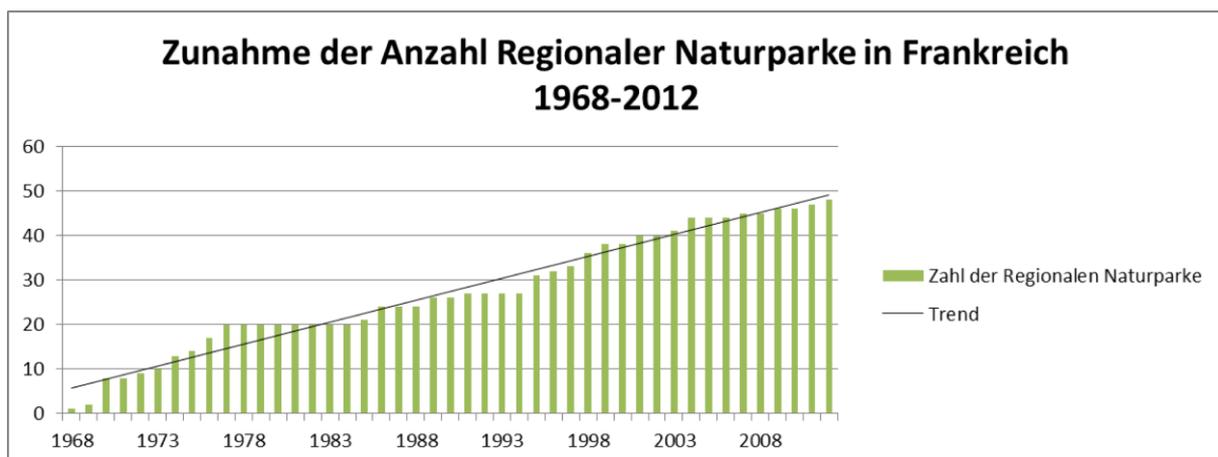


Abb. 2: Zunahme der Anzahl Regionaler Naturparke in Frankreich von 1968 bis 2012 (Quelle: © Alparc).

Auch innerhalb des Schutzgebietsmanagements wurde die Bedeutung der Thematik Regionalentwicklung erkannt und zahlreiche Initiativen, von denen einige in den folgenden Abschnitten vorgestellt werden, zeugen vom Stellenwert der ihr nun beigemessen wird. Der Schwerpunkt dieses Artikels soll jedoch nicht ausschließlich auf der Betrachtung der wirtschaftlichen Aspekte des Beitrags der Schutzgebiete zur Regionalentwicklung liegen, sondern auch weitere wichtige Punkte berücksichtigen: Governance, Partizipation, Nachhaltigkeit.

Beispiele gelungener Regionalentwicklungsinitiativen aus dem Netzwerk ALPARC

Das Thema der Regionalentwicklung und des möglichen Beitrags der Schutzgebiete wird und wurde im Netzwerk der Alpinen Schutzgebiete ALPARC⁵ seit seiner Gründung bereits unter verschiedenen Aspekten aufgegriffen und auf unterschiedliche Weise behandelt. Es

⁵ www.alparc.org

kann hierbei eine gewisse Entwicklung festgestellt werden, die einerseits von den erhöhten Ansprüchen zeugt, die an die Schutzgebietsverwaltungen in Bezug auf das Thema gestellt werden, aber auch von der Professionalisierung der Managerinnen und Manager in Hinsicht auf diese Fragestellungen. So sind Projekte im Laufe der Zeit deutlich komplexer geworden: wurden zu Beginn der Zusammenarbeit im Netzwerk Alpiner Schutzgebiete 1995 in einer Arbeitsgruppe „Tourismus“ beispielsweise noch hauptsächlich schutzgebietsinterne Aspekte wie die Erfassung von Besucherströmen in den Schutzgebieten und ihre Lenkung diskutiert, so haben sich die Arbeitsfelder kontinuierlich erweitert und die Auswirkungen auf die Umgebung des Schutzgebiets haben zunehmend an Bedeutung gewonnen.

Im Rahmen einer 2004 organisierten internationalen Konferenz zum Thema „Qualitätsprodukte und Gütesiegel“ konnten so zahlreiche Beispiele aus Schutzgebieten der acht Alpenstaaten vorgestellt werden, bei denen es fast ausschließlich um die Förderung von Kulturlandschaft, aber eben auch um den Erhalt lokaler Arbeitsplätze durch die Schaffung neuer hochwertiger Produkte und Wertschöpfungsketten ging. Im Bereich Tourismus beispielweise die Marke „Hôtels au Naturel“ in Frankreich, die auf einer engen Partnerschaft zwischen Hotelbetrieben und Regionalen Naturparks basiert⁶.

Das Interesse und somit der Wirkungsradius der Aktivitäten der Schutzgebiete geht zunehmend über die eigenen Grenzen hinaus. Das Thema Mobilität, das 2008 aufgegriffen wurde⁷, illustriert dieses Phänomen: Schutzgebiete beginnen sich aktiv in Fragen des Transports einzumischen, die sich nicht nur ausschließlich auf die letzten Kilometer des Zugangs zum Schutzgebiet beschränken, sondern ganze Regionen betreffen können.

Ein Verkehrsnetz verschiedenster Transportmittel und ein Kombi-Ticket für alle Aktivitäten – Parco Naturale Adamello Brenta (Italien)

Ausgehend von der Feststellung einer zu starken Verschmutzung, Verstopfung und Überlastung der Täler des Schutzgebiets durch den Automobilverkehr vor allem in den Sommermonaten, haben der Naturpark Adamello Brenta gemeinsam mit den Gemeinden der einzelnen Täler einen globalen Ansatz bezüglich der Fragen der sanften Mobilität erarbeitet. Seit 2006 steht nun ein multimodales Verkehrsnetz (Zug, Bus, Fahrrad) zur Verfügung, das sich sowohl an Touristinnen und Touristen wie auch an Einheimische wendet und eine kohärente Zugangsregelung für die Täler bietet, den Gebrauch privater Fahrzeuge verringert, einen kollektiven Transport als Alternative zum Auto entwickelt und den Verkehr zwischen Park und der Außenzone vernetzt. Die bisherige Bilanz des Projekts fällt durchweg positiv aus, zumal den TouristInnen zusätzlich ein interessantes „Ferien ohne Auto“-Angebot mit zahlreichen Tagesausflügen ins Schutzgebiet angeboten wird.

⁶ Netzwerk Alpiner Schutzgebiete, Vertragsnaturschutz und Gütesiegel – Beispiele aus Ländern und Schutzgebieten der Alpen. Dossier Nr. 11 (2004), 144 S.

⁷ Netzwerk Alpiner Schutzgebiete, Sanfte Mobilität und alpine Schutzgebiete – Projekte und Erfahrungen. (2008) 49 S.

Vom Schutzgebiet zur Modell (Pilot) Region

Dass die Schutzgebiete in der Lage sind, Aktionen, die weit über die eigenen Schutzgebietsgrenzen hinaus Wirkung entfalten, anzugehen und als treibende Kraft für regionale Prozesse agieren können, haben sie im Zusammenhang mit einem weiteren, innerhalb ALPARCs ebenfalls prioritären Themas bewiesen. Seit 2004 engagieren sich die Schutzgebiete der Alpen auch aktiv an der Umsetzung des in Artikel 12 des Naturschutzprotokolls der Alpenkonvention geforderten ökologischen Verbunds. Seiher konnten im Rahmen verschiedener alpenweiter Initiativen, wie der Initiative Ökologisches Kontinuum (seit 2007^{8,9}) und Econnect¹⁰ (2008 bis 2011) bedeutende Fortschritte und Ergebnisse erzielt werden.

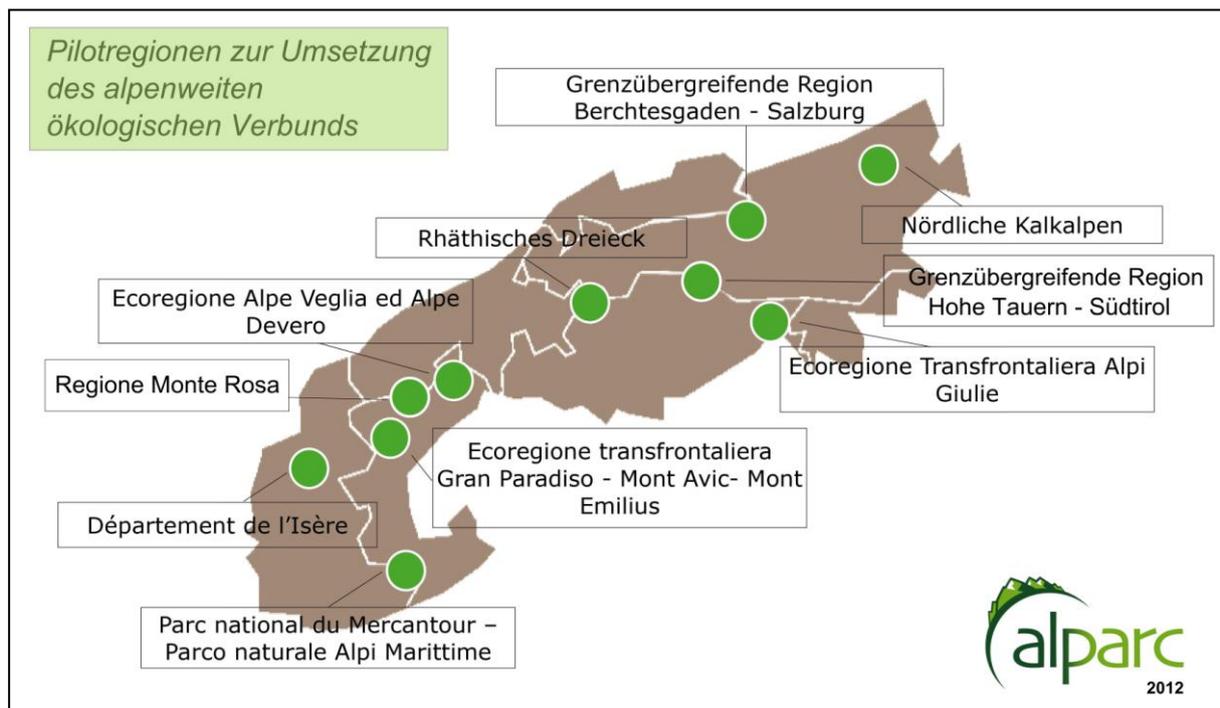


Abb. 3: Pilotregionen zur Umsetzung des alpenweiten ökologischen Verbundes.

Der gewählte gesamtalpine Ansatz wird modellhaft in zehn Pilotregionen umgesetzt (Abb. 3), die über den gesamten Alpenbogen verteilt sind. Diese Pilotregionen sind um Schutzgebiete und die zwischen und um sie herum liegenden Gebiete strukturiert. Aufgrund ihrer räumlichen Rolle im Netzwerk und ihrer potenziell katalysierenden Funktion hinsichtlich des Erhalts und der Wiederherstellung des ökologischen Verbunds, stellen Schutzgebiete ein Schlüsselement der ökologischen Netzwerke dar. Schutzgebietsverwaltungen sind nicht nur in der Lage, wertvolle fachübergreifende Kompetenzen und Know-How, wie Kommunikation und spezifische ökologische Fachkenntnisse, in vielen für den Prozess relevanten Bereichen bereitzustellen. Durch verschiedene internationale und europäische Vereinbarungen und Richtlinien sind sie auch dazu verpflichtet, eine räumliche und funktionale Integration zwischen Schutzgebieten und angrenzenden Gebieten zu gewährleisten (z.B. Natura 2000). Schutzgebietsverwaltungen sind erfolgreich als Koordinatoren des Prozesses zur Analyse

⁸ Kohler et al., The Continuum Project: Establishing Ecological Networks Throughout the European Alps. Mountain Research and Development, Vol. 28.2 (2008), 168 S.

⁹ Ausführliche Informationen zu diesem Projekt unter <http://www.alpine-ecological-network.org> (10.09.2012).

¹⁰ Ausführliche Informationen zu diesem Projekt unter <http://www.econnect-project.eu> (10.09.2012).

und Verbesserung des ökologischen Verbunds in den Pilotregionen tätig und dienen als Modell für den Umsetzungsprozess vor Ort^{11,12}.

Dies stellt jedoch eine neue und nicht zu unterschätzende Herausforderung für die Schutzgebiete dar, die so mit der unbekanntenen Situation konfrontiert werden, jenseits der eigenen administrativen Grenzen in umliegenden Gebieten aktiv zu werden und mit neuen, unbekanntenen Partnern zusammen zu arbeiten, bzw. von einer statischen Situation zu einem dynamischen Austausch überzugehen. Unter den neuen Partnern befinden sich unterschiedliche lokale Akteurinnen und Akteure der betroffenen Region u.a. der Raumplanung, der Landwirt- und Jägerschaft, wie dies bei der Thematik der Regionalentwicklung ebenfalls der Fall ist.

Die Schutzgebiete erhalten somit eine neue Rolle im Rahmen ihrer Region: sie agieren nicht mehr als „Naturinseln“ und werden dementsprechend auch nicht mehr als solche wahrgenommen, sondern integrieren sich in einen neuen umfassenderen Naturschutzansatz. Als anschauliches Beispiel lässt sich hierfür die Initiative der grenzübergreifenden Pilotregion Berchtesgaden-Salzburg anführen: in einem vom Nationalpark Berchtesgaden (Deutschland) moderierten Prozess wurden hier die Möglichkeiten der Integration des ökologischen Verbunds des extensiven Grünlandes in verschiedene Planungsdisziplinen (z.B. Raumplanung der Gemeinden, Managementpläne der Schutzgebiete) analysiert¹³.

Der Pilotregionen-Ansatz lässt Schutzgebieten in der Raumordnung und -konzeption eine neue strukturierende Rolle zukommen. Die Pilotregionen selbst finden ihren Platz in einem gesamtalpinen Vorhaben – der Umsetzung eines ökologischen alpinen Verbunds.

Zugang zu unterschiedlichen Förderprogrammen

Ob es sich um die bereits erwähnten Projekte zur Produktentwicklung/-zertifizierung oder zur Mobilität handelt, in etlichen Fällen wurden diese Aktivitäten der Schutzgebiete und ihrer Partner über verschiedene europäische Förderprogramme mitfinanziert. Durch die von und mit den Schutzgebieten durchgeführten Projekte gelangen auf diese Weise europäische Gelder in die Region, die davon direkt und indirekt profitieren kann: im Rahmen des Projekts ECONNECT beispielsweise, wurden in den Pilotregionen die Umsetzung von konkreten Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Vernetzung gefordert. In der Pilotregion Berchtesgaden-Salzburg konnte so in der Nationalparkregion Berchtesgaden ein Fließgewässer-Renaturierungsprojekt durchgeführt werden, dessen Auswirkungen im gesamten Talraum Wirkung zeigen.

Auch nationale oder regionale Förderungen können so für die Schutzgebietsregion mobilisiert werden. Der Regionale Naturpark Chartreuse (Frankreich) konnte dank regionaler Fördermittel einen Kompetenzpool aufbauen, der sich aktiv um die (Wieder-)Ansiedelung von Betrieben bemüht und dafür sehr weitgehende Serviceleistungen zur Verfügung stellt. In Zusammenarbeit mit wirtschaftlichen Akteuren der Region (internen und externen) hat der Park sich zum Ziel gesetzt, potenzielle Projektträger, die sich auf dem Gebiet des Naturparks niederlassen möchten, bei der Umsetzung ihrer Vorhaben individuell und aktiv zu unterstützen.

¹¹ Füreder L. u. Kastlunger C., Towards ecological connectivity in the Alps. The ECONNECT Project Synopsis (2011), 102 S.

¹² Künzel et al., ECONNECT Umsetzungsempfehlungen (2011), 20 S.

¹³ Belardi et al., Webs of Life. Die Biodiversität im Alpenraum braucht vernetzte Naturräume. Econnect Projektergebnisse (2011), 65 S.

Hierfür bietet der Park verschiedene Dienstleistungen an, wie beispielsweise eine persönliche individualisierte Beratung, um die potenziellen Projektträger bei der Konkretisierung ihrer Vorhaben zu unterstützen, eine gezielte Vermittlung an entsprechende kompetente Beratungseinrichtungen, einen erleichterten Zugang zu sozio-ökonomischen Informationen und Daten der Region sowie die Hilfe bei der Suche nach verfügbaren Geschäftsräumen für die Projekte.

Partizipation und Governance als Schlüsselemente für den langfristigen Erfolg

Partizipation und Governance spielen für den Erfolg solcher Projekte, bei denen die Schutzgebiete in einigen Fällen streng genommen ihre eigentlichen Kompetenzen überschreiten, indem sie über ihre Grenzen hinaus aktiv werden, eine wichtige Rolle, wenn die Schutzgebiete als Partner oder sogar Motoren anerkannt werden möchten. Um diesen Aspekt der lokalen Anerkennung zu berücksichtigen, der – wie es das eingangs zitierte Beispiel der französischen Nationalparke deutlich aufzeigt – auch weiterhin eine aktuelle Herausforderung für viele Schutzgebiete ist, werden vielerorts neue Wege der Partizipation und „good Governance“ gewagt.

Nachdem es seit der Gründung des Schweizerischen Nationalparks 1914 als erster Nationalpark der Alpen in der Schweiz zur Schaffung weiterer Großschutzgebiete lange sehr still war, hat die Revision des Natur- und Heimatschutzgesetzes 2006 die Grundlage für die Gründung neuer Schutzgebiete geliefert. Seither gibt es in der Schweiz eine wachsende Zahl mittlerweile anerkannter und kandidierender Gebiete, die Schutzgebiete werden möchten.

Gemeinsam ist diesen Gebieten, dass der Wunsch hierzu auf einer breiten Akzeptanz in der Bevölkerung fußen muss. Das dies sogar noch weiter gehen kann, illustriert das Beispiel des Parc Ela in der Schweiz: hier kann von einem Perspektivenwechsel der Partizipation der Zivilgesellschaft gesprochen werden, es geht um eine Entwicklung, die aus der Mitte der Gesellschaft entspringt. Dazu soll nicht die Zivilgesellschaft am Entscheidungsprozess partizipieren dürfen, sondern die Behörden und ExpertInnen partizipieren an einem Prozess der Bevölkerung¹⁴.

Eine breite Palette an Angeboten

Der Beitrag der Schutzgebiete zu innovativen Lösungen für die Regionalentwicklung beschränkt sich nicht auf den Tourismus- oder Mobilitätsbereich. Im Gegenteil, die Palette der behandelten Arbeitsfelder ist weitläufig und das Angebot bunt. In den verschiedenen Ländern und Regionen sind die Ausgangslagen oft sehr unterschiedlich und Dinge, die mancherorts selbstverständlich sind, müssen anderenorts erst mühsam entwickelt werden. So ist beispielsweise die forstliche Nutzung in weiten Teilen der französischen Alpen verschwindend gering und die Absatzmärkte dementsprechend schwer zugänglich. Hier haben die Regionalen Naturparke, insbesondere der Naturpark Chartreuse, in Zusammenarbeit mit Akteuren des Forstsektors dazu beigetragen, die lokale Ressource Holz marktfähig zu machen, unter anderem durch die Entwicklung eines Gütesiegels AOC (zertifizierte Herkunftsbezeichnung die bisher fast ausschließlich Lebensmitteln vorbehalten war) für Holz aus den Wäldern der Chartreuse sowie dem Ausbau regionaler, kurzer Wertschöpfungsketten.

¹⁴ Dies und weitere Beispiele von Governance in Schutzgebieten der Alpen können in folgendem Artikel nachgelesen werden: Kohler, Die alpinen Schutzgebiete - Gemeinsam für die Alpen/Die alpinen Schutzgebiete als Experimentierfelder für moderne Formen von Governance, Publikation im Rahmen der Schriftenreihe des Instituts für Föderalismus (2012).

Mittlerweile konnten in Kombination mit einem weiteren relevanten Thema, dem ökologischen Bauen, interessante Partnerschaften und Vorzeigeprojekte realisiert werden, z.B. das neue in Passivbauweise errichtete Gemeindehaus der Gemeinde Saint-Jean-d'Arvey im Regionalen Naturpark Massif des Bauges (Frankreich), das ausschließlich mit lokalem, zertifiziertem Holz („Bois des Alpes“) gebaut wurde.

Entwicklung und Sensibilisierung

Dass der Naturschutz, eine der Kernaufgaben der Schutzgebiete, bei all diesen Projekten eine wichtige Rolle spielt, muss wohl nicht explizit hervorgehoben werden. Das Beispiel der Förderungen für artenreiches Grünland, die in den vergangenen Jahren in den französischen Schutzgebieten immer mehr Anklang findet, verdeutlicht, wie mehrere positive Auswirkungen in unterschiedlichen Bereichen erzielt werden können.

Im Rahmen des Programms „Artenreiches Grünland“ erfolgt die Förderung in Abhängigkeit vom Vorkommen bestimmter, leicht erkennbarer Pflanzenarten (Kennarten) auf den betreffenden Grünlandflächen. Die Erfahrungen im Regionalen Naturpark Massif des Bauges, seit 2006 Pionier dieser Maßnahme in Frankreich, sind durchweg sehr positiv. Die neue zielorientierte Förderung artenreicher Wiesen und Weiden wird von den LandwirtInnen gut angenommen, da sie so ohne Vorschriften und zusätzliche Auflagen entsprechend dem Ergebnis ihrer Arbeit unterstützt werden. Dabei werden ihre Erfahrungen und ihr Fachwissen respektiert. Auch die MitarbeiterInnen des Naturparks, die die Maßnahme begleiten, ziehen eine positive Bilanz, da sie keine Kontrollfunktion mehr erfüllen, sondern den LandwirtInnen als Beraterinnen und Berater zur Seite stehen und somit eine neue Art der Kommunikation und Zusammenarbeit entsteht. Das über die jährlichen Wiesenwettbewerbe zusätzlich touristisch interessante Veranstaltungen entstehen und das Produkt, in diesem Fall der lokale Käse „Tome des Bauges“ beworben wird, sind wichtige Nebeneffekte.

Internationale Zusammenarbeit in den Alpen

Wie in nahezu jedem Themengebiet ist der internationale Austausch auch in diesem Feld sehr bereichernd. Durch das alpenweite Netzwerk der Schutzgebiete ALPARC pflegen die Schutzgebiete einen intensiven Austausch mit Partnern in allen acht Alpenstaaten, sei es der unmittelbare Nachbar auf der anderen Seite der Grenze oder aber ein Schutzgebiet am anderen Ende des Alpenbogens. Die dadurch bestehenden Kontakte und die Gewohnheit der Zusammenarbeit können auch für Fragen der Regionalentwicklung genutzt werden. Der schweizerische Naturpark Binntal beispielsweise hat so seit einigen Jahren einen regelmäßigen Austausch mit dem benachbarten italienischen Naturpark Alpe Veglia ed Alpe Devero aufgebaut. Ein bis zweimal pro Jahr finden sich BergführerInnen, Almbäuerinnen und Almbauern, Tourismusfachkräfte, Hoteliers usw. zu thematischen Treffen und geselligen Anlässen zusammen, bei denen neue, grenzübergreifende Projekte und Angebote erarbeitet werden.

Labore für Zukunftsmodelle

Die alpinen Schutzgebiete, vor allem die bewohnten Schutzgebiete, wie die Regionalen Naturparke oder Biosphärenreservate, werden oft als Test- und/oder Modellregionen bezeichnet (bereits Préau verwendete den Ausdruck „banc d'essai“ – Prüfstand – im Zusammenhang mit dem ersten Nationalpark Frankreichs¹⁵). Wie die angeführten Beispiele aufzeigen,

¹⁵ Laslaz, Parcs nationaux de montagne et construction territoriale des processus participatifs, RG 98-1 (2010).

kann auch in Bezug auf Regionalentwicklung von Schutzgebieten als Labore für innovative Ansätze gesprochen werden, die es ermöglichen, innovative Formen einer gebietsspezifischen Entwicklung zu testen.

Die dargestellten Beispiele zeigen das Potenzial, das Schutzgebiete bieten, um sich als Partner aktiv an einer nachhaltigen regionalen Entwicklungspolitik zu beteiligen.

Bei allen positiven Beispielen muss jedoch betont werden, dass die sektorübergreifende Zusammenarbeit weiterhin eine Ausnahme bildet, und auch wenn die Zahl der einbezogenen Akteurinnen und Akteure zunimmt, diese doch mehrheitlich weiter aus einem „grünen“ Bereich kommen. Dass hieran jedoch gearbeitet wird, zeigt das Arbeitsprogramm von ALPARC, dessen Schwerpunktthemen „ökologische Vernetzung“ und „Regionalentwicklung“ eindeutig die Berücksichtigung und Einbindung weiterer Sektoren fordern.

Darüber hinaus sind Schutzgebiete weiterhin auch dem Naturschutz verpflichtet und keine reinen Regionalentwicklungswerkzeuge. Die Anforderungen vonseiten der Bevölkerung, der ökonomischen Akteurinnen und Akteure sowie der Politik müssen dies berücksichtigen, damit die Projekte auch weiterhin hinsichtlich der Auswirkungen auf die Natur vertretbar bleiben. Nur so kann mit innovativen Ansätzen experimentiert und neue Wege der Entwicklung gedacht werden, die vorführen, dass in den alpinen Regionen trotz all ihrer vermeintlichen Handikaps erfolgreich nachhaltig gewirtschaftet und gelebt werden kann.

Weitere Informationen

ALPARC • Task Force Schutzgebiete, Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention
Dr. Yann Kohler • Web: www.alparc.org

Literaturverzeichnis

- Belardi, M., Catullo, G., Massacesi, C., Nigro, R., Padoan, P. u. Walzer, C., 2011: Webs of Life. Die Biodiversität im Alpenraum braucht vernetzte Naturräume. Econnect Pojektergebnisse.
- Füreder, L. und Kastlunger, C., 2011: Towards ecological connectivity in the Alps. The ECONNECT Project Synopsis. STUDIA Universitätsverlag, Innsbruck, 102 Seiten.
- Job, H., Metzler, D., Vogt, L., 2003: Inwertsetzung alpiner Nationalparks. Eine regionalwirtschaftliche Analyse des Tourismus im Alpenpark Berchtesgaden. Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Bd. 43., Kallmünz, 116 Seiten.
- Kohler, Y., Plassmann, G., Ullrich, A., Götz, A., Scheurer, T., Hölscher, S., Savoia, S., 2008: The Continuum Project: Establishing Ecological Networks Throughout the European Alps. Mountain Research and Development, Vol. 28.22008, 168 Seiten.
- Kohler, Y., 2012: Die alpinen Schutzgebiete – Gemeinsam für die Alpen. Die alpinen Schutzgebiete als Experimentierfelder für moderne Formen von Governance. In: Alpenkonvention – EVTZ – Makroregion, Multi-Level Governance im Alpenraum. Publikation im Rahmen der Schriftenreihe des Instituts für Föderalismus, 16 Seiten.
- Künzel, M., Badura, M., Heinrichs, A., Plassmann, G., Haller, R., Walzer, C., 2011: ECONNECT Umsetzungsempfehlungen. STUDIA Universitätsverlag, Innsbruck, 20 Seiten.
- Kuepfer, I., Elsasser, H., 2000: Regionale touristische Wertschöpfungsstudien: Fallbeispiel Nationalparktourismus in der Schweiz. Tourismus Journal, 4. Jg., Heft 4, S. 433 f.
- Laslaz, L., 2012: „Préface“ – Parcs nationaux de montagne et construction territoriale des processus participatifs, Revue de Géographie Alpine/Journal of Alpine Research [online] 98-1. URL: <http://rga.revues.org/1088> (Zugriff am 08.09.2012).

Netzwerk Alpiner Schutzgebiete, 2002: Typologie der alpinen Schutzgebiete. Gesetzliche Grundlagen und Schutzformen. Dossier des Alpinen Netzwerks Nr. 8, Gap.

Netzwerk Alpiner Schutzgebiete, 2004: Vertragsnaturschutz und Gütesiegel – Beispiele aus Ländern und Schutzgebieten der Alpen. Dossier des Alpinen Netzwerks Nr. 11, Gap, 144 Seiten.

Netzwerk Alpiner Schutzgebiete, 2008: Sanfte Mobilität und alpine Schutzgebiete – Projekte und Erfahrungen, Chambéry, 49 S.

Regionalwirtschaftliche Effekte von Naturparken*

1. Einführung

Wenn heute Großschutzgebiete neu entstehen, dann gehört der Hinweis auf die positiven, regionalwirtschaftlichen Effekte immer zu den wichtigsten Argumenten, insbesondere um Politik und lokale Bevölkerung von der Notwendigkeit eines Schutzgebietes zu überzeugen. Darüber hinaus wird besonders von Seiten des Naturschutzes damit geworben, dass die regionalwirtschaftlichen Effekte, insbesondere aus dem Tourismus, zur Landschaftserhaltung dringend benötigt werden.

Auch Bürger und Bürgerinnen erwarten gerade bei den Naturparken eine Stärkung der regionalen Wirtschaft, meist durch Förderung von Erholung und Tourismus.

Eine Befragung von ausgewählten Betrieben in Naturparken der Steiermark und des Burgenlandes, die seit mehr als 20 Jahren bestehen, bestätigt die beworbenen regionalwirtschaftlichen Vorteile im Grundsatz (Pröbstl und Schuster, 2011; Breitwieser et al., 2012; Bachmair et al., 2011). Allerdings schaffen es die Naturparke nicht immer, den an sie gesetzten (hohen) regionalwirtschaftlichen Erwartungen zu entsprechen. So zeigte die Befragung von Betrieben und der Bevölkerung im Naturpark Sölk-täler, dass im Hinblick auf die erwarteten regionalwirtschaftlichen Effekte, diese – gemessen an den anderen Leistungen der Naturparke, wie z.B. Erholungsqualität und Naturschutz – deutlich zurück bleiben (Abbildung 1).

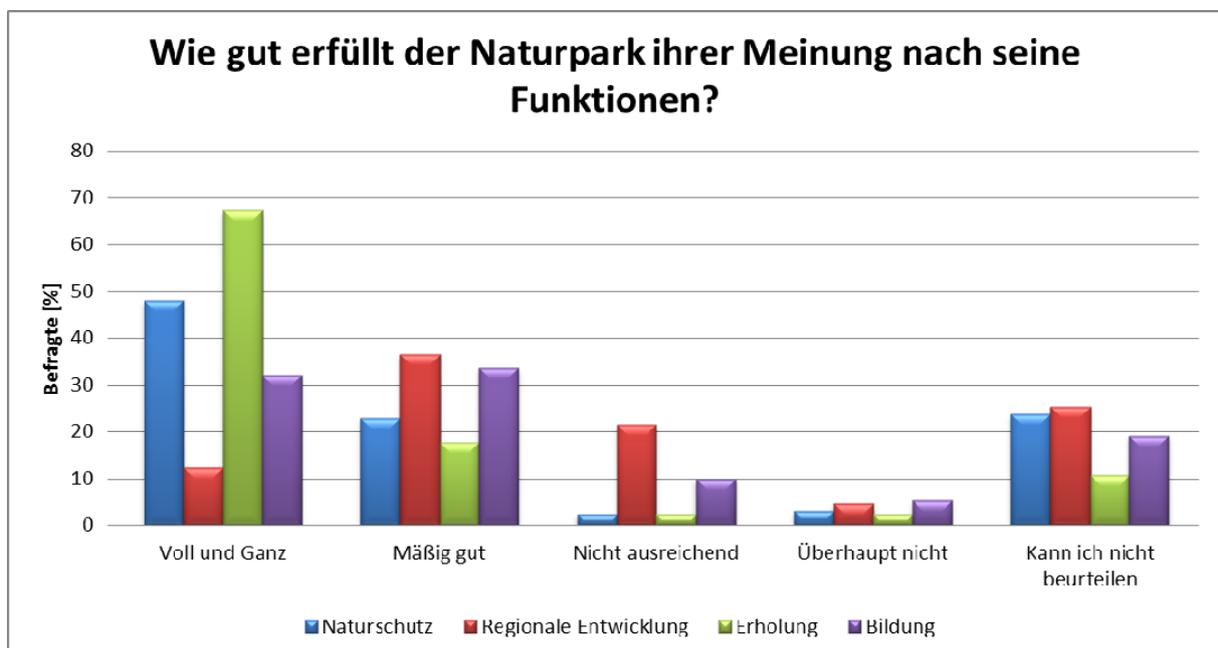


Abb. 1: Die Erwartungen der Bevölkerung an eine Verbesserung der regionalen Entwicklung und verbesserten Wertschöpfung sind meist hoch und nicht einfach zu erfüllen. Befragungsergebnis aus dem Naturpark Sölk-täler, 2012 (Universität für Bodenkultur, N:131).

* Aus Gründen einer leichteren Lesbarkeit wird auf die Anführung der weiblichen Form verzichtet; es sind immer sowohl die weibliche als auch die männliche Form gemeint.

Vor diesem Hintergrund stellen sich folgende Fragen, auf die nachstehend näher eingegangen werden soll:

- Welche Erfahrungen und konkreten Daten zur Wertschöpfungen liegen vor?
- Woher kommen die Unterschiede zwischen den verschiedenen Naturparks?
- Wie lassen sie sich erklären und
- welche Anforderungen und Konzepte lassen sich daraus für die Naturparkarbeit allgemein ableiten?

Die einzelnen Abschnitte enden jeweils mit einem Fazit für die Praxis, das die Ergebnisse noch einmal anwendungsbezogen zusammenfasst.

2. Regionalwirtschaftliche Effekte von Naturparks im Vergleich

Inzwischen liegen einige regionalwirtschaftliche Studien zu Schutzgebieten vor, aber auch sie zeigen sehr deutliche Unterschiede. Die vorliegenden Untersuchungen beruhen zum Teil auf Abschätzungen regionalökonomischer Effekte (z.B. Getzner et al., 2002; Ketterer und Siegrist, 2009) und teilweise auf direkten Gästebefragungen (vgl. Küpfer, 2000; Mayer et al., 2010; Job et al., 2005; Job, 2008). Aus den verschiedenen Studien sind nachstehend diejenigen dargestellt (siehe Tabelle 1), die sich ausschließlich auf Naturparke und direkte Gästebefragungen stützen, um einigermaßen vergleichbare Resultate gegenüber zu stellen.

Naturpark	Quelle	Größe des Naturparks (in ha)	Durchschnittliche Tagesausgabe pro Person und Tag (Angaben in €)	Regionale Wertschöpfung Angaben (in € pro Jahr)
Naturpark Mürzer Oberland (A)	Pröbstl und Wirth, 2011	~ 22.600	Tagesgast im Sommer: 23,50 im Winter: 24,50 Urlauber im Sommer: 57,92 im Winter: 79,09	Keine Angabe
4 Naturparke: Landseer Berge, Geschriebenstein-Íróttkö, in der Weinidylle, Raab-Órség-Goričko (A)	Heintel und Weixlbaumer, 2009	6.657 8.481 (A) 27.000 (H) 7.270 17.743 (A) 44.000 (H) 46.000 (SLO)	Tagesgast: 31,00 Urlauber: 63,00	Keine Angabe
Naturpark Altmühltal (D)	Job et al., 2005	~ 300.000	23,00	10,25 Mio.
Naturpark Hoher Fläming (D)	Job et al., 2005	~ 82.700	21,00	3,0 Mio.
Naturpark Rieserferner - Ahrn (I)	Lehar et al., 2003 und Amt für Naturparke, 2004	~ 31.500	11,00	1,94 Mio.

Tab. 1: Studien zur regionalwirtschaftlichen Wertschöpfung von Naturparks auf der Grundlage von Gästebefragungen in Deutschland, Österreich und Italien (eigene Zusammenstellung).

Betrachtet man die in Tabelle 1 angegebenen Werte, dann zeigt sich, dass dann, wenn die Besucher des Naturparks dort auch übernachten, der Effekt um das Doppelte bis Dreifache höher liegt. Vergleiche mit Nationalparks ähnlicher Größe und Ausstattung ergaben, dass in der ökonomischen Wirkung die Naturparke nicht hinter den Nationalparks zurück stehen müssen, im Gegenteil, durch Produkte aus der Kulturlandschaft können bzw. könnten sie durchaus sogar erfolgreicher sein (vgl. auch Pröbstl und Wirth, 2011; Job et al., 2005).

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Übereinstimmend können als Faustzahl ca. € 20,-- bis € 25,-- pro Tagesgast angesetzt werden,
- für den Urlauber können Beträge von € 60,-- bis € 90,-- pro Tag je nach Jahreszeit und touristischer Struktur durchschnittlich gerechnet werden,
- im Blick auf die lokale Wertschöpfung ist ein besonderer Wert auf einen möglichst hohen Anteil an Nächtigungen zu legen,
- die erzielbare Wertschöpfung hängt nicht von der Schutzgebietskategorie ab, sondern kann im Naturpark so hoch sein, wie etwa in Nationalparks.

3. Wer trägt zur Wertschöpfung der Naturparke bei?

Betrachtet man dazu die einschlägige Literatur, dann lassen sich grob zwei Auffassungen erkennen.

Eine Gruppe von Autoren (Küpfer, 2000 und Mayer et al., 2010) bemüht sich bei ihren Studien deutlich, den Schutzgebietsbesucher vom Nicht-Schutzgebietsbesucher zu trennen. Ziel ist es, diejenigen Personen im Hinblick auf die Wertschöpfung zu befragen, die einen Urlaub oder Ausflug im Schutzgebiet vorgesehen haben (wäre ohne Naturparkangebot nicht gekommen bzw. weiß vom Naturpark und dies beeinflusste die Entscheidung positiv).

Diejenigen Besucher, die vom Naturpark nichts wissen oder vom Schutzgebiet zwar wissen, dieses Wissen ihre Entscheidung aber nicht beeinflusst hat, bleiben unberücksichtigt. Ihre Wertschöpfung wird nicht erfasst.

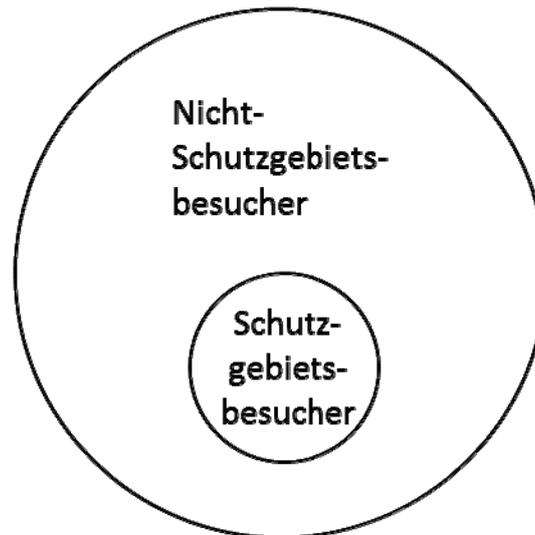


Abb. 2: Modell der Wertschöpfungserfassung durch ausschließliche Betrachtung von Personen, die gezielt das Schutzgebiet aufsuchen bzw. das Vorhandensein des Schutzgebietes bekannt ist und dies die Entscheidung für den Besuch positiv beeinflusst hat.

Dieser Ansatz hat den Vorteil nur diejenigen Besucher zu erfassen, die sich unmittelbar für das Schutzgebiet interessieren.

Schmitz-Veltin (2005) plädiert für einen anderen Ansatz. Unabhängig, ob es sich um einen geplanten oder ungeplanten Besuch handelt, hält er die Motive für entscheidend, die mit dem Besuch verbunden werden. Danach würde er auch die Besucher mit einbeziehen, die z.B. zur Beobachtung von Natur, zum Landschaftserlebnis, aufgrund der Ruhe, der Artenvielfalt usw. das Gebiet aufsuchen. Für diesen Ansatz ist nicht das Bewusstsein, bezogen auf das Schutzgebiet entscheidend, sondern die Motive, die im Schutzgebiet gesucht und offensichtlich gefunden wurden. Bei diesem Ansatz werden die in die Auswertung mit einbezogenen Besucher nach den Motiven segmentiert (vgl. Abbildung 3).

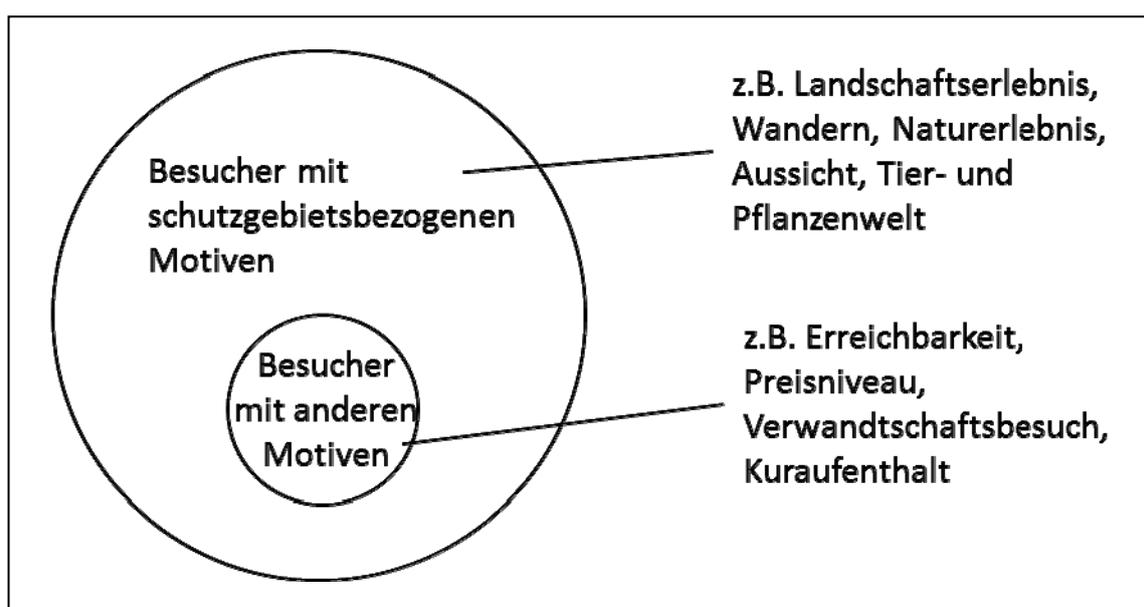


Abbildung 3: Motivbezogener Ansatz der Besucher.

Dieser Ansatz hat den Vorteil, auch zufällige Besucher mit großem Interesse an dem Raum zu integrieren. Er fokussiert wenig auf das Marketing und Branding, das mit einem Schutzgebiet verbunden ist, und betrachtet mehr die effektiv nachgefragten Leistungen (Schmitz-Veltin, 2005).

Das bedeutet, dass messbare regionalökonomische Effekte auch sehr stark davon abhängen, wie sie erhoben werden. Für die Interpretation von Ergebnissen, wie etwa die umfangreichen Studien von Job et al. (2005), die nur Personen berücksichtigt haben, die den Naturpark gezielt aufsuchten, würde die Anwendung von motivbezogenen Erhebungen und Auswertungen (siehe Abbildung 3) bedeuten, dass die tatsächlichen regionalwirtschaftlichen Effekte deutlich unterschätzt werden. Untersuchungen aus Deutschland zeigen, dass nur für etwa 20% der Besucher das Schutzgebiet das zentrale Motiv für den Aufenthalt in der Region ist (Rein, 2011).

Welche Art der Ermittlung gewählt wird, hängt von den Untersuchungszielen ab. Wenn man Ergebnisse zur Marke Naturpark und seiner Bezeichnung haben möchte, dann ist eine eng gefasste Untersuchung unabdingbar. Vor allem bei Wiederholungsuntersuchungen lässt sich der Wert und die Entwicklung der Marke Naturpark xy verfolgen, die erreichten Erfolge am Bekanntheitsgrad ablesen. Mit diesen Werten können auch neue Wirtschaftspartner angesprochen werden.

Über die tatsächliche Beliebtheit des Naturparks und seiner Produkte sowie den regionalwirtschaftlichen Wert der lokalen Effekte des Naturparks sagen diese Zahlen aber nicht unbedingt etwas aus, weil die Bekanntheit der Marke auch davon abhängt, ob und wie der Besucher den Bezug zum Naturpark herstellen kann. Darüber entscheiden u.a. die Beschilderung, die Vermarktung des Logos, Art und Umfang gekennzeichnete Produkte. Prädikatisierte schöne Landschaft alleine reicht dafür nicht aus.

Für die praktische Anwendung und das Alltägliche empfiehlt sich ein Ansatz, der sich auf die Motive konzentriert. Personen, die wegen der schönen Landschaft oder ausgewählter Naturparkprodukte kommen, kommen auch dann wieder, wenn sie wissen, dass es sich um eine ausgezeichnete Landschaft handelt. Allerdings sollten die Motive eng gefasst werden, um realitätsnahe Werte zu erhalten. So wurde bei der Betrachtung regionalökonomischer Effekte im Naturpark Mürzer Oberland die erzielte Wertschöpfung durch traditionelle Konzertveranstaltungen im Neuberger Stift nicht berücksichtigt, weil diese Besuchsmotive deutlich abweichen, auch wenn einige der Besucher den „Ausflug in die Kunst“ anschließend in der Natur verlängern.

Bei genauer Betrachtung von Naturparks mit deutlichen regionalwirtschaftlichen Impulsen, wie dem Naturpark Pöllauer Tal, kann man erkennen, dass es eigentlich drei Gruppen gibt, die zur Wertschöpfung beitragen:

Die Urlauber, die Tagesbesucher, die von außerhalb den Naturpark besuchen, und die Einheimischen, die u.a. als Verbraucher, die Produkte des Naturparks bevorzugt konsumieren (Heintel und Weixlbaumer (2009) bezeichnen diese Gruppe auch als „Naherholer“).

Letztere werden bei Studien meist nicht berücksichtigt. Viele der naturparkbezogenen Angebote, z.B. die Dorfläden, könnten ohne diese Zielgruppe jedoch nicht bestehen. Dabei ist nicht wichtig, ob diese Einrichtungen direkt zum Naturpark gehören oder „nur“ Nutznießer eines erhöhten Interesses an Produkten aus dem Naturpark sind. Dabei können auch die lokalen Märkte verschiedener Ketten, wie „SPAR“ oder „ADEG“ in Österreich oder „Edeka“ in Deutschland eine wichtige Rolle spielen.

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Es empfiehlt sich, bei der Erfassung regionalwirtschaftlicher Effekte durch Gästebefragungen auch die Motive für den Besuch abzufragen.
- Es sollten alle Personen in Berechnungen integriert werden, deren Motive mit den Angeboten im Naturpark übereinstimmen. Darüber hinaus kann auch der Einfluss der Marke Naturpark und seine überregionale Bekanntheit abgefragt werden.
- Es sollten nicht nur die Beiträge von Urlauber und Tagesgästen, sondern auch von Einheimischen in entsprechende Studien mit einbezogen werden.

4. Wie kann im Naturpark zur Regionalwirtschaft beigetragen werden?**4.1 Übersicht**

Wie die Abbildung 4 zeigt, lassen sich Beiträge der Urlauber, Tagesbesucher und der einheimischen Verbraucher unterschiedlichen Ausgabentypen zuordnen.

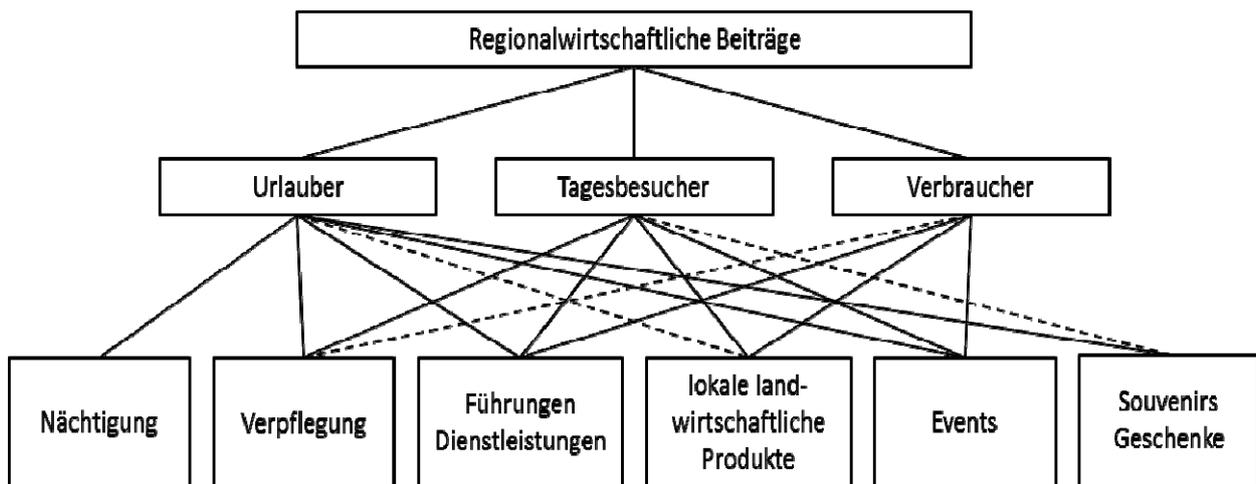


Abb. 4: Wichtigste Quellen der direkten Wertschöpfung im Naturpark durch Erholung und Tourismus (seltener nachgefragte Beziehungen sind gestrichelt dargestellt).

Der **Urlauber** gibt sein Geld neben der Nächtigung und der Verpflegung auch für erlebnisbezogene Angebote aus, wie Events, Führungen und andere Dienstleistungen. Beliebte sind weiterhin Souvenirs aus der Region. Bei Besonderheiten und lokalen Spezialitäten ist auch davon auszugehen, dass lokale (land-)wirtschaftliche Produkte mitgenommen werden, insbesondere wenn diese gut transport- und lagerfähig sind (z.B. Wein, Marmeladen, Schnaps).

Dies gilt in gleicher Weise für den **Tagesbesucher**. Auch er gibt Geld aus für Verpflegung, Events, Führungen und andere Dienstleistungen. Hier fällt die Nächtigung weg. Aufgrund der größeren räumlichen Nähe und der häufigen Anreise mit dem PKW gibt es auch meist ein höheres Interesse an lokalen Produkten (z.B. auch Schinken, Käse). Bei regelmäßigen Ausflügen ist jedoch umgekehrt von einem geringeren Interesse an Souvenirs auszugehen.

Der **Einheimische** (Naherholer) nutzt, wie die Befragungen in verschiedenen Naturparks zeigen, regelmäßig die Angebote des Naturparks, dazu gehört nicht nur die freizeitbezogene Infrastruktur, sondern auch das Angebot an Führungen und Events. Dies gilt insbesondere für Familien mit Kindern (Breitwieser et al., 2012 und Bachmair et al., 2011). Wie oben dargestellt, kann die lokale Bevölkerung auch wesentlich dazu beitragen, dass der Verkauf lokaler Produkte und Besonderheiten sowie das Angebot an touristischer Infrastruktur ganzjährig profitabel durchgeführt und angeboten werden kann.

Im Naturpark Mürzer Oberland (Pröbstl und Wirth, 2011) verteilen sich die Ausgaben in € durchschnittlich wie folgt:

	N	Mittelwert
Ausgaben pro Person in der Region	416	27,25
Ausgaben f. Unterkunft	49	30,00
Ausgaben f. Gastronomie	382	17,37
Ausgaben f. Lebensmittel	51	9,24
Ausgaben f. Einkäufe	21	12,29
Ausgaben f. Eintritte	31	8,68
Ausgaben f. Fahrtkosten	173	12,37
Ausgaben f. sonstiges	36	10,28

Ein Vergleich mit Angaben aus vier Naturparks des Burgenlandes ergab sehr ähnliche Ergebnisse (Heintel und Weixlbaumer, 2009).

In diesen Studien ist nur die direkte Wertschöpfung erfasst und dargestellt, nach Studien von Küpfer (2000) und Job et al. (2005) liegt die gesamte regionale Wertschöpfung, als Summe der direkten, indirekten und induzierten Effekte, deutlich höher. Folgt man bisherigen Forschungsarbeiten zum Schutzgebietstourismus, dann liegt die Höhe des touristischen Wertschöpfungsmultiplikators im Bereich zwischen 1,4 bis 1,8. Auch wenn, wie in Abbildung 4 dargestellt, durchaus auch zusätzliche Ausgaben der Bewohner und Investitionen in die touristische Infrastruktur in diese indirekten Effekte eingehen, stellen jedoch die unmittelbaren Ausgaben der Gäste den wichtigsten Wertschöpfungstreiber dar.

Betrachtet man die Forschungsergebnisse zu den regionalwirtschaftlichen Impulsen, die der Naturpark in den diversen Regionen ausgelöst hat, dann zeigen sich sehr unterschiedliche Ergebnisse. Die Ursachen und Kriterien sind nachstehend bezogen auf die sechs wichtigsten Gruppen (Nächtigung, Events, Souvenirs, Verpflegung, Führungen, Dienstleistungen und lokale (land-)wirtschaftliche Produkte) zusammengestellt.

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Wichtigster Wertschöpfungstreiber ist der direkte Effekt durch die Ausgaben der Gäste für Führungen, Dienstleistungen im Naturpark und Angebote der lokalen Tourismusbranche.
- Die direkte Wertschöpfung zieht indirekte und induzierte Effekte nach sich, die in der Größenordnung des 1,4 bis 1,8-fachen liegen.
- Die Rolle der einheimischen Verbraucher und Naherholer, vor allem im Hinblick auf die ganzjährige Auslastung, ist wichtig und wird häufig unterschätzt.

4.2 Nächtigungen und Verpflegung

Grundsätzlich ist das touristische Potenzial des ländlichen Raums, in dem die Naturparke liegen, durchaus hoch einzuschätzen, da die Naturparke den Trend zu einem Urlaub in intakter Umwelt und dem Bedürfnis nach authentischem Naturgenuss entsprechen. Bereits 20% der Erholungsreisen in der EU finden in ländlich-bäuerlich geprägten Regionen statt und im Hinblick auf den deutschen Gast wird das Nachfragepotential für Urlaub auf dem Lande auf 13% angegeben (Popp, 2006). Allerdings weist Rein (2011) zu Recht darauf hin, dass für eine relevante Wertschöpfung ein entsprechendes gastronomisches Angebot (Gasthäuser, Restaurants, Cafés, Imbissangebote usw.) sowie ein Beherbergungsangebot (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen usw.) im jeweiligen Gebiet bestehen bzw. aufgebaut und entwickelt werden müssen.

Naturpark	Erhebung	Anteil der Urlauber im Sommer
Landseer Berge	Heintel und Weixlbaumer, 2009	6%
Geschriebenstein-Irrotkö	Heintel und Weixlbaumer, 2009	13%
Weinidylle	Heintel und Weixlbaumer, 2009	20%
Raab-Örség-Goričko	Heintel und Weixlbaumer, 2009	21%
Mürzer Oberland	Pröbstl und Wirth, 2011	10%

Tab. 2: Anteile von Urlaubern und Tagesbesuchern in ausgewählten Österreichischen Naturparks in den Sommermonaten.

Tabelle 2 zeigt noch einen relativ geringen Anteil an Urlaubern an den Gesamtbesucherzahlen für verschiedene Naturparke. Hier sind die Unterschiede zwischen den Naturparks weit größer als die Darstellung erkennen lässt. So zeichnen sich einige der Österreichischen Naturparke durch eine attraktive Hotelstruktur aus (beispielsweise der Naturpark Pöllauer Tal mit einer diversen Struktur, die von privaten Ferienwohnungen über Feriendorfanlagen bis zum 4-Sterne Hotel reicht und sich auch gastronomisch von einer lebendigen Tradition zahlreicher Buschenschänken bis zur gehobenen Gastronomie erstreckt).

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Nachfrage für Urlaub im ländlichen Raum mit authentischen Erlebnissen und unbelasteter Natur wächst.
- Wie gut im Hinblick auf die regionale Wertschöpfung aus Hotel und Gastronomie der Naturpark dasteht, liegt vielfach an der (oft historisch gewachsenen) Struktur und Ausstattung und wie gut der Naturpark im Hinblick auf den Aufbau einer Marke, eines unverwechselbaren Images und einer speziellen Wiedererkennung genutzt wird.
- In vielen Naturparks kann und sollte der Nächtigungsanteil gesteigert werden. Stark nachgefragt werden auch hier besondere Formen, wie z.B. ausgebaute Kellerstöckl, an Almgebäude angelehnte Hütten, aber auch Anlagen mit besonderem Komfort.

4.3 Events

Verschiedene Naturparke und Orte in Naturparks haben bereits gezeigt, dass wichtige regionalwirtschaftliche Impulse auch durch Events gegeben werden können. Inszenierte, er-

lebnisorientierte Veranstaltungen werden nicht nur als spezifische Maßnahme innerhalb des Marketings eingesetzt, sondern dienen auch dazu, die Regionalwirtschaft im Naturpark zu unterstützen.

Events bieten die Möglichkeit, die Attraktivität einer Destination zu steigern und ihre Einzigartigkeit herauszuheben. Sie setzen in einem Naturpark allerdings voraus, dass ein gemeinsam mit den verschiedenen Akteuren abgestimmtes Konzept vorliegt und Kooperationen bislang möglicherweise auch konkurrierender Einzelangebote unter dem Dach des Naturparks als Marke mit hohem Wiedererkennungswert umgesetzt werden.

So ist beispielsweise der regelmäßig im Naturpark Mürzer Oberland stattfindende „Zauberwald“ ein sehr gut besuchter Event mit treuen Fans. Im Jahr 2010 waren es immerhin 2.205 Besucher, die – als Elfen und andere Waldwesen – nur zur Teilnahme am Zauberwald den Naturpark aufsuchten (Pröbstl und Wirth, 2011). Das Interesse an diesem rollenspielartigen Event in immer anderen walddreichen Teilen des Naturparks hat anhaltend an Interesse gewonnen.

Im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord erhielt die Gemeinde Lahr 2003 eine interne Auszeichnung, weil es ihr alljährlich gelingt, im Herbst rund 150.000 Besucher zum „ChrysanthemenZauber“ in den Ort zu locken. Der Event „überzieht“ etwa drei Wochen den Ort mit Blumen, verbunden mit Kultur und Kleinkunstangeboten. Entscheidend ist, dass hier die gewerbliche Wirtschaft, Tourismus und Gastronomie sowie das Stadtmarketing gezielt zusammen arbeiten. Ausgaben von rund € 190.000,-- stehen Einnahmen von € 3 Millionen in Handel und Gastronomie gegenüber.

Als wichtige Voraussetzungen für Events gelten eine positive Stimmung, die Mitarbeiter und Gäste mitreißt, ein experimentierfreudiges Klima, die Berücksichtigung des Naturparkprofils und seines Alleinstellungsmerkmals, der Respekt für die bestehende regionale Natur und Kultur, die Vermittlung authentischer Erfahrungen und ein von vorne herein kritischer Blick auf den wirtschaftlichen Erfolg. Wichtig sind in diesem Zusammenhang auch die Beteiligung der lokalen Bevölkerung und eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit.

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Gezielt geplante Events haben positive Wirkungen auf die Regionalwirtschaft im Naturpark.
- Sie wirken direkt durch das Anziehen von Besuchern, z.B. in Zeiten mit geringeren Besucherfrequenzen.
- Sie wirken indirekt durch Unterstützung des Bekanntheitsgrads und der Marke Naturpark. Dies gilt insbesondere dann, wenn durch den Event charakteristische Merkmale herausgearbeitet und verstärkt werden (z.B. der „Zauberwald“ im walddreichen Naturpark Mürzer Oberland)

4.4 Führungen und Dienstleistungen

In vielen Naturparks stellen Führungen und Dienstleistungen einen wichtigen Beitrag dar, um nicht nur neue regionalwirtschaftliche Impulse zu setzen, sondern auch, um unmittelbar für neue Beschäftigungsmöglichkeiten zu sorgen. Viele Angebote im Bereich der Umweltbil-

ding und der Führungen stellen Teilzeitbeschäftigungen dar, die vor allem Frauen, aber auch Arbeitslosen eine schrittweise Rückkehr in die Berufstätigkeit erlauben. Eine neue zusätzliche Nachfrage im Bereich der Erwachsenenbildung und des sog. Team-Building innerhalb von Firmen und Verwaltung könnte auch von den Naturparken vermehrt genutzt werden.

Die Nachfrage nach Führungen und meist auch anderen Dienstleistungen erfolgt jedoch nicht gleichmäßig, sondern ist vielfach durch „Stoßzeiten“ (zum Beispiel zu Zeiten der Schulausflüge vor Schuljahrsende) oder in der Ferienzeit und an den Wochenenden bestimmt. Idealerweise setzt sich das Angebot an Führungen und Dienstleistungen so zusammen, dass es eine Anfrage- und Koordinationsstelle gibt, die vom Kunden über den Naturpark direkt erreicht wird und welche dann auf Basis der Anfrage eine oder mehrere Führungen bzw. Dienstleistungsangebote zusammen stellt. Für eine erfolgreiche Entwicklung kann keinesfalls erwartet werden, dass der Kunde sich mit Hilfe von Kontaktadressen (mühsam) selbst ein Programm „zusammenbastelt“.

Die Personalunion von Führer und Koordinator stellt eine erhebliche Begrenzung der regionalökonomischen Möglichkeiten dar und sollte nur eine Notfalllösung (z.B. bei plötzlicher Erkrankung eines Führers) sein.

Zieht man die Erfahrungen des Regionalmanagements Burgenland (Böhm, 2007) heran, dann zeigen sich selbst bei kleinen bis mittleren Naturparken mit keinem bis geringem Werbebudget sichtbare Effekte. Durchschnittlich nehmen in den schon länger bestehenden Naturparken im Burgenland jeweils jährlich zwischen 15.000 und 20.000 Personen an Führungen teil. Alleine 120 Kanutouren bringen dem Naturpark Raab rund € 30.000,- an Umsatz (Stand 2007). Nachstehend ist das Beispiel aus dem Naturpark in der Weinidylle dargestellt. In dieser Aufstellung fehlen die seit 2007 neu hinzugekommenen naturbezogenen Führungen. Genannt sind immer die Anzahl der Führungen und die jeweiligen Besucherzahlen. Zu berücksichtigen ist, dass die Saison sich hier auf die Sommermonate und den Herbst konzentriert.

Naturpark in der Weinidylle (nach Böhm, 2007)		
Angebot	Anzahl der Führungen	Anzahl der Teilnehmer
Von Bienen und Honig – Besuch einer Imkerei	6	120
Forschen mit Clusi	2	40
Uhudlerwanderung im Kellerviertel	2	25
Schaukellerbesichtigung	47	2.000
Geschichte begreifen, erleben, verstehen	39	1.060
Die Weinidylle kennen und schmecken lernen	30	600
Vom Maischen, Pressen, Gären und Verkosten	2	37
Der Uhudlerbotschafter	15	33
Vom Uhudler bis zum Barrique	117	6.500
Der (Wein)Berg ruft	4	60
Auwaldwanderung – Schachblumenexkursion	1	30
Die Uhudlerkutscher	6	40
Gesamt	271	10.545

Tab. 3: Anzahl der Angebote und Teilnehmer im Naturpark in der Weinidylle 2007 in den Sommermonaten (ohne naturbezogene Angebote).

Um die Einkommensfunktion abschätzen zu können, muss man durchschnittlich von rund € 50,-- für eine 2,5 bis 3-stündige Führung ausgehen. Bei 5 bis 8-stündigen Angeboten liegen die anzusetzenden durchschnittlichen Honorare bei € 80,-- bis € 100,--. In der Regel variieren die Kosten und der Deckungsbeitrag zwischen den Angeboten und Dienstleistungen jedoch erheblich, weil die Teilnehmer einen zuvor festgelegten Beitrag bezahlen und die Anzahl der Teilnehmer (unter anderem auch witterungsbedingt) unterschiedlich ist.

Führungen, insbesondere Naturvermittlungsangebote, sind für die Naturparke auch eine Möglichkeit, ihr Alleinstellungsmerkmal deutlich herauszuarbeiten. Zu den Voraussetzungen für erfolgreiche, regionalwirtschaftlich wirksame Angebote gehören auch eine entsprechende Ausbildung der Naturvermittler, eine Qualitätssicherung durch Austausch und Schulungen, (Nach-)Inhalte mit Bezug zu den regionalen Besonderheiten sowie eine zielgruppenorientierte Aufbereitung. Zu den Herausforderungen in diesem Zusammenhang gehört, auch wirtschaftlich interessante Lösungen zu erzielen, gleichzeitig aber eine dem Angebot angemessene Gruppengröße einzuhalten.

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Die Entwicklung eines Angebotes an Führungen und Dienstleistungen führt zu zusätzlichen Beschäftigungsangeboten. Eine unregelmäßige Auslastung ist dabei jedoch zu berücksichtigen.
- Wichtige Zielgruppen sind Schüler, Familien, Gruppenausflüge, Busreisen, Urlauber, Firmen mit Interesse an Team-Building-Maßnahmen.
- Eine Koordinierungs- und Buchungsstelle ist eine wichtige Voraussetzung für ein regionalökonomisch effektives Angebot und eine Verknüpfung mit weiteren, z.B. gastronomischen, Angeboten des Naturparks.

4.5 Produkte und Souvenirs aus dem Naturpark

Produkte

In den Naturparken spielt in der Regel die Erhaltung der Biodiversität in Form eines Schutzes durch Nutzung eine große Rolle. Rund 70% der Arten können in Mitteleuropa erhalten bleiben, wenn eine Beibehaltung einer dauerhaft umweltgerechten Nutzung der Kulturlandschaft gewährleistet werden könnte. Naturparke dienen in dieser Hinsicht als Vorbilder und Modelllandschaften. Sie können aber nur als solche wirken, wenn die lokal erzeugten Produkte auch vermarktbar und nachgefragt sind.

Die regionalwirtschaftlichen Effekte sind dann besonders hoch, wenn es gelingt, eine regionale Marke zu etablieren. Voraussetzungen dafür sind:

- Ein identitätsstiftender Flächenbezug (z.B. durch das Gebiet des Naturparks).
- Naturnah erzeugte Produkte.
- Authentische Produkte.
- Transparente Qualitätssicherung und Orientierungshilfe für den Verbraucher.
- Kreativität und eine enge thematische Verbindung mit dem touristischen Profil.

Die Zusammenarbeit mit dem Naturpark sollte zu einem Wettbewerbsvorteil für die Betriebe am Markt führen und eine Aufwertung für Produkte, Betriebe und Dienstleistungen darstellen.

Im Hinblick auf eine erfolgreiche Wertschöpfung aus lokalen landwirtschaftlichen Produkten lassen sich die Erfolgsfaktoren wie folgt zusammenfassen:

- Eine hohe Akzeptanz finden Produkte einer handwerklichen Lebensmittelverarbeitung. Je transparenter und nachvollziehbarer die Produktentwicklung, desto höher ist die Akzeptanz. Ein zusätzlicher Mehrwert kann dann auch durch Führungen, Besichtigung der Produktion oder auch Mitarbeit erreicht werden (z.B. Führung durch die Ölmühle oder Lebkuchen selber gestalten im Naturpark Pöllauer Tal).
- Wichtig ist es, das kulinarische Erbe zu sichern und sichtbar zu machen (z.B. über gemeinsame Angebote in Speisekarten, Information am Tisch, Schutz im Rahmen einer Genussregion).
- Weiterhin sollte die Verbindung des bzw. der lokalen Produkte in Bezug auf die Kulturlandschaft bzw. die Merkmale der Region sein, d.h. eine „essbare“, „genießbare“ Kulturlandschaftspflege und -entwicklung.
- Aus Sicht der heimischen Verbraucher, aber auch der Gäste, ist ökonomischer Erfolg dann leichter möglich, wenn die örtlichen Veredelungsbetriebe mit den Handelsfirmen und Verbrauchermärkten kooperieren und dort lokale, charakteristische Produkte des Naturparks mit angeboten werden.

Souvenirs

Vor allem für die Urlauber, aber auch viele Busreisende und Ausflügler besitzen Souvenirs eine besondere Bedeutung. Für den Käufer symbolisieren sie eine eigene positive Erinnerung und sind vielfach ein Geschenk an Personen am Wohnort. Für den Naturpark besitzen Souvenirs neben der direkten Wertschöpfung auch einen weitergehenden Wert als Teil der Vermarktung. Im Zusammenhang mit regionaler Wertschöpfung aus dem Naturpark sollten Souvenirs, die auf den Naturpark explizit hinweisen und die Mund-zu-Mund-Propaganda für den Naturpark unterstützen, im Rahmen der Naturparkplanung daher unbedingt mitgedacht werden. Dabei lassen sich Souvenirs meist den folgenden Gruppen zuordnen:

- Bilder (z.B. Postkarten, Bildbände, Broschüren).
- Symbolische Erinnerungsstücke (z.B. verkleinerte Statuen).
- Produkte mit dem Hinweis aus dem Naturpark xy (z.B. T-Shirts, Mützen).
- Lokaltypische Produkte, wie Kulinarika oder Kunsthandwerk (z.B. Käse, Schinken, Töpferware).

Auch Kombinationen dieser Typen kommen in der Praxis vor. So ist der Marketingeffekt für den Naturpark dann höher, wenn zum Beispiel lokaltypische Produkte mit einem Aufkleber versehen sind, der auf den Naturpark hinweist.

Entscheidend ist die Unverwechselbarkeit und Originalität der Produkte. Erfahrungen bei der Entwicklung von Souvenirs (Nyffenegger et al., 2012) zeigten, dass gerade bei den symbolischen Erinnerungsstücken (Produkte mit geringem Gebrauchscharakter) – trotz der hohen Nachfrage nach solchen Produkten – meist nur ein geringer Betrag bezahlt wird, weswegen vielerorts solche Produkte u.a. mit alpinen Motiven in China hergestellt werden und damit wenig zur Regionalökonomie und den Grundgedanken des Naturparks beitragen. Umgekehrt fehlt aber auch selbstgestrickten „Babysocken“ aus der Region, die im Naturparkshop angeboten werden, der Bezug, die Unverwechselbarkeit und Originalität bezogen auf den Naturpark.

Idealerweise sollte der Fokus, neben Postkarten, Bildbänden, Kochbüchern o.ä., auf lokaltypische Produkte gelegt werden, bei denen der Bezug zum Naturpark deutlich wird (siehe oben). Für Produkte mit einem hohen Gebrauchs- und Wiedererkennungswert werden auch deutlich höhere Preise bezahlt (z.B. Marmelade, Wein, Schnaps, Kürbiskernöl, lokaler Käse, Lodenprodukte, Seifen). Die oben genannten Qualitäts- und/oder Alleinstellungsmerkmale für lokale Produkte sollten dabei beachtet werden. Um den Werbeeffect über die Produkte zu erzielen, ohne immer eine eigene Verkaufsstelle anbieten zu müssen, empfiehlt sich vielfach eine Kooperation mit lokalen Betrieben (z.B. Lebensmittelhandel, Bauernladen), die eigene Bereiche, Teilräume mit Naturparkbezug zur Verfügung stellen und an den Umsätzen entsprechend beteiligt sind. Die erzielbare Wertschöpfung durch lokale Produkte und Souvenirs ist durch den Charakter des Parks, die Landnutzung, die Produkte und die gegebene betriebliche Struktur sehr unterschiedlich. Sie ist auch davon abhängig, ob die örtlichen Betriebe bei der Produktentwicklung und dem Marketing ihrer Produkte die Kooperation mit dem Naturpark befürworten bzw. wertschätzen.

FAZIT FÜR DIE PRAXIS:

- Aufgrund des Konzeptes der Naturparke, Kulturlandschaft zu schützen, sind die Möglichkeiten, Produkte anzubieten und zu entwickeln höher als bei anderen Schutzgebieten.
- Die Möglichkeiten sind gemeinsam mit lokalen Unternehmen zu planen. Dabei sind in der Regel mit dem Logo und Begriff Naturpark xy: Regionalität, Qualität und Authentizität zu gewährleisten.
- Die Zusammenarbeit der Betriebe mit dem Naturpark sollte zu einem Wettbewerbsvorteil für die Betriebe am Markt führen.
- Anstelle von Billigsouvenirs sollten regionale Produkte treten und Vermarktungsk Kooperationen aufgebaut werden.

5. Zusammenfassung

Wie dargestellt, sind verschiedene regionalwirtschaftliche Effekte möglich, damit der Naturpark direkt beschäftigungs- und einkommenswirksam werden kann. Allerdings erfolgt dies nicht automatisch und selbstverständlich. Neben der besonderen landschaftlichen Qualität, spezifischen Merkmalen und Produkten der Region gehört dazu auch eine attraktive touristische Angebotsvielfalt.

Eine deutliche Aufwertung kann dann erreicht werden, wenn innovative Beiträge geleistet werden, z.B. im Bereich der Events und Souvenirs, und wenn Produkte aus dem Naturpark eine Qualitätskennzeichnung und eine regionale Authentizität besitzen.

Ein Naturpark, der sowohl Produkte, als auch eine touristische Infrastruktur erst aufbauen muss, kann nicht mit raschen regionalökonomischen Effekten des Naturparks rechnen.

Eine zentrale Herausforderung besteht darin, dass für ein regionalökonomisch sehr erfolgreiches Auftreten eine Zusammenarbeit nicht nur der touristischen Akteure, sondern auch der Landnutzung, der gewerblichen Wirtschaft und der Dienstleitungen (Führungen, Pferdeutschen, Fahrradverleih) notwendig ist.

Lokale Produkte sind nur dann regionalwirtschaftlich besonders wirksam, wenn sie z.B. aus der lokalen Landwirtschaft kommend in der Gastronomie verarbeitet werden und als Souvenir mitgenommen werden können. Entscheidend – gerade im Unterschied zu Regionen ohne Naturpark – ist die Tatsache, dass der Naturpark das Potenzial hat, ein Zusammengehörigkeitsgefühl und eine Identität der verschiedenen Akteure zu erzielen. Durch die Verständigung auf einen gemeinsamen regionalen Bezug – den Raum des Naturparks – ergeben sich Möglichkeiten, sich eindeutig nach außen am Markt zu positionieren. Dazu gehört auch die gemeinsame Produktentwicklung.

6. Weitere Informationen

Universität für Bodenkultur Wien • Univ. Prof. DI Dr. Ulrike Pröbstl-Haider
Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung (ILEN)
Web: www.boku.ac.at

7. Literatur

Amt für Naturpärke, 2004: Gästebefragung im Naturpark Rieserferner-Ahrn. Projektbericht. Bozen.

Bachmair, H., Esslinger, J., Leitner, A., Spitzer, P., Streichsbier, T., 2011: Naturparkstrategie – Status quo und Perspektiven für die Zukunft. In: Entwicklungsperspektiven im Naturpark Geschiebenstein-Írottkö unter Berücksichtigung von Dark-Tourism und Naturschutz. Projektbericht zu Landschaftspflege und Naturschutz am Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung, Universität für Bodenkultur Wien.

Böhm, Th., 2007: Besucherzahlen in den Burgenländischen Naturparks. Bericht, Pinkafeld.

Breitwieser, S., Buchart, A., Jacobs, C., Schmolzmüller, A., Stauber, A., 2012: Naturparkstrategie – Status quo und Perspektiven für die Zukunft. In: Naturpark Sölktaier – Aus Katastrophen lernen? Entwicklungsperspektiven für den Naturpark unter Berücksichtigung von Klimawandel, Naturschutz und Almwirtschaft. Projektbericht zu Landschaftspflege und Naturschutz am Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung, Universität für Bodenkultur Wien.

Getzner, M., Jost, S. & Jungmeier, M., 2002: Naturschutz und Regionalwirtschaft. Regionalwirtschaftliche Auswirkungen von Natura 2000-Gebieten in Österreich. Wien.

Heintel, M. und Weixlbaumer, N., 2009: Die regionalökonomische Bedeutung des österreichischen Naturparktourismus. Das Beispiel Burgenland. In: Natur und Landschaft, 84. Jg., Heft 7, S. 315-321.

Job, H., 2008: Estimating the regional economic impact of tourism in German national parks – Two case studies. *GAIA* 17/S1. S. 134-142.

Job, H., Harrer, B., Metzler, D., Hajizadeh-Alamdary, D., 2005: Ökonomische Effekte von Großschutzgebieten. Untersuchung der Bedeutung von Großschutzgebieten für den Tourismus und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. BfN-Skripten (135), Selbstverlag. Bonn-Bad Godesberg.

Ketterer, L., Siegrist, D., 2009: Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke. Studie im Auftrag des Verbandes der Naturparke Österreichs. Schriftenreihe des Instituts für Landschaft und Freiraum, Nr. 5. HSR Hochschule für Technik Rapperswil, Rapperswil.

- Küpfer, I., 2000: Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Nationalparkforschung in der Schweiz, Nr. 90, Zürich. 113. S.
- Lehar, G., Hausberger, K., Fuchs, L., 2003: Teilbericht Südtirol der Studie: Besuchererhebung, Motiv- und Wertschöpfungserhebung im Nationalpark Hohe Tauern und im Naturpark Rieserferner-Ahrn. Bearbeitet vom Institut für Verkehr und Tourismus – Innsbruck. Projektbericht. Innsbruck.
- Mayer, M., Müller, M., Woltering, M., Arnegger, J., Job, H., 2010: The economic impact of tourism in six German national parks. In: Urban and Landscape Planning, Nr. 97, S. 73-82.
- Nyffenegger, F., Steffen, D., Taufer, B., Wydler, C., 2012: Souvenirs: Destinationsmarketing und Design. Ein Beitrag aus der angewandten Forschung. In: Boksberger, P., Schuckert, M. (Hrsg.), Innovationen in Tourismus und Freizeit. Schriften zu Tourismus und Freizeit 12. Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Popp, D., 2006: Naturparke – Nutzen für die Region? Vortrag am 16.10.2006 in Bad Hindelang.
- Pröbstl, U. und Wirth, V., 2011: Nachhaltige Waldbewirtschaftung im Naturpark Mürzer Oberland, Abschlussbericht des Forschungsprojektes „Modellregion für nachhaltige Waldbewirtschaftung im Naturpark Mürzer Oberland“. Wien, 222 S.
- Pröbstl, U. und Schuster, S., 2011: Naturpark Pöllauer Tal – Eine Bilanz nach 20 Jahren Entwicklung im ländlichen Raum. In: zoll+, Nr. 18. Juli 2011.
- Rein, H., 2011: Naturtouristische Angebote als Beitrag zur regionalen Wertschöpfung. In: Natur und Landschaft, 86. Jg., Heft 12, S. 543-547.
- Schmitz-Veltin, A., 2005: Der Wirtschaftsfaktor Tourismus in Nationalparks und Biosphärenreservaten als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Wechselspiel zum Naturschutz am Beispiel von Berchtesgaden und Rhön. In: Naturschutz und Landschaftsplanung 37 (4), S. 115-121.

Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke¹

1. Einführung

Der Naturparktourismus bildet ein wichtiges und zukunftssträchtiges Marktsegment im österreichischen Tourismus. Naturparktourismus ist dabei der Kategorie des „naturnahen Tourismus“ zuzuordnen. Beim naturnahen Tourismus handelt es sich um einen kontinuierlich wachsenden Markt, der je nach Land Anteile zwischen 5% und 30% der Gäste umfasst. Als bevorzugte Reisegebiete für naturnahen Tourismus dominieren europäische Destinationen, doch wachsen die ökotouristischen Fernreisen rascher als andere Urlaubsarten. Nur sehr wenige Zielgebiete bilden reine Destinationen des naturnahen Tourismus, die meisten verzeichnen daneben auch andere Urlaubsarten, wie Badeurlaub, Skitourismus und Kulturreisen. Die hauptsächlichen Angebote des naturnahen Tourismus sind Trekking, Wandern, Radfahren, Mountainbiken sowie Angebote, die auf der Beobachtung von Fauna und Flora, auf Landschaftsbetrachtung sowie auf dem Besuch von Wildnisgebieten beruhen. Der naturnahe Tourismus weist einen starken Regionsbezug auf und nutzt insbesondere die landschaftsbezogenen Stärken von Regionen und Orten. Er fußt auf lokalen und regionalen, von der Bevölkerung getragenen Projekten, dank denen bestehende Handlungsspielräume für eine nachhaltige Regionalentwicklung besser ausgenutzt werden können.

Was heißt Naturparktourismus?

„Naturnaher Tourismus schont Natur und Landschaft und fördert die lokale Kultur und Wirtschaft des Ferienortes.“ Diese Kurzformel umschreibt eine verantwortungsvolle Feriengestaltung in Naturgebieten und in naturnahen Kulturlandschaften. Naturnaher Tourismus ist als Bestandteil des „nachhaltigen Tourismus“ zu verstehen. Natur- und kulturnaher Tourismus soll sich aus den regionalen Bedürfnissen heraus und über die Mitbestimmung der Beteiligten entwickeln. Natur, Landschaft und Umwelt, die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Gegebenheiten sollen dabei geachtet und nachhaltig geschützt, gefördert und finanziert werden. Ausgehend von dieser Definition sind unter der Bezeichnung „Naturparktourismus“ jene natur- und kulturnahen touristischen Aktivitäten zu verstehen, welche zu einem überwiegenden Teil im Perimeter eines Naturparks stattfinden und/oder wesentlich auf dessen natürlichen und kulturellen Attraktionen basieren. Unter den Überbegriff des Naturparktourismus fallen auch der Tagestourismus und der Naherholungstourismus in Naturparks.

Für den Naturparktourismus ist unter den wichtigsten touristischen Megatrends „Natur pur“ von besonderer Bedeutung. Mit den aus diesem Trend erwachsenden Gästebedürfnissen nach authentischen Erlebnissen und Abenteuern in Naturgebieten und naturnahen Kulturlandschaften sind allerdings auch Risiken verbunden. So führt ein Ansteigen der Besucherzahlen ohne Lenkungsmaßnahmen zu zusätzlichem Druck auf ökologisch sensible Gebiete.

¹ Der vorliegende Beitrag basiert auf den Ergebnissen einer Studie, die der Autor im Auftrag des Verbandes der Naturparke Österreichs durchführte. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden Experteninterviews mit Tourismus- und NaturparkvertreterInnen aus zwölf Test-Naturparks sowie eine schriftliche Befragung unter den Österreichischen Naturparks und den zugehörigen Tourismusorganisationen durchgeführt. (Ketterer und Siegrist, 2009). Download der Studie: http://www.naturparke.at/de/Projekte/Studien/Studie_Touristische_Potenziale_der_Oesterreichischen_Naturparke

Ein weiteres Merkmal zukünftiger Tourismusentwicklung ist das Bedürfnis nach immer schnelleren, häufigeren und kürzeren Reisen, was sich in den Naturparks im zunehmenden Tages- und Kurzeittourismus und im steigenden automobilisierten Freizeitverkehr bemerkbar macht. Lösungsmöglichkeiten liegen zum Beispiel in geeigneten Lenkungsmaßnahmen und in der konsequenten Förderung von öffentlichen Verkehrsangeboten.

Die Auswertung einer Reihe von bestehenden Studien über die Zielgruppen der Naturparke und verwandter Schutzgebietskategorien ergibt ein recht heterogenes Bild. Dies hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass die verschiedenen Regionen und Länder teilweise unterschiedliche touristische Nachfragestrukturen aufweisen. Dennoch soll hier versucht werden, einige Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten.

Aus den beiden Trendstudien (Wenzel et al., 2005; Bosshard und Frick, 2006) erhalten wir deutliche Hinweise. Eine übereinstimmende Aussage besteht darin, dass die neuen, mit Nachhaltigkeitsprodukten erreichbaren Kundensegmente in Zukunft einen wachsenden Markt darstellen. Allerdings sind diese Zielgruppen mit den gängigen sozioökonomischen Kriterien kaum zu beschreiben. Denn es scheint sich um einen Trend zu handeln, der sich durch alle gesellschaftlichen Schichten und Alterskategorien hindurch zieht. Im Mittelpunkt steht das Bedürfnis nach mehr Lebensqualität und ein ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein, verknüpft mit neuen ökologischen, ethischen und sozialen Einstellungen. Der Werteorientierung und dem Verantwortungsbewusstsein der Gäste wird eine steigende Bedeutung beigemessen.



Führung im Obstparadies, Naturpark Raab-Orség-Goričko (Foto: © Franz Kovacs)

Die Präferenzen der NaturparktouristInnen gelten zunächst den Naturparks und Schutzgebieten selber und orientieren sich an herausragenden Landschaften, aber auch Naturgebieten mit einer interessanten Fauna und Flora. Angebotskriterien wie attraktive und intakte Landschaft, Authentizität und Eigenart, Ganzheitlichkeit, Information und Interpretation sowie aktive Natur- und Kulturaneignung sollen dabei die Qualität der naturnahen Erlebnisse gewährleisten. Ein vielleicht überraschendes Ergebnis besteht darin, dass einige Studien über den Naturparktourismus eine starke Zunahme der Tagesgäste konstatieren. Dies entspricht in Zeiten wachsender Mobilität einer allgemeinen touristischen Entwicklung, die auch vor den Naturparks nicht Halt macht.

Die für Naturparke zunächst klassische Zielgruppe der Familien mit Kindern verliert in den Alpenländern aufgrund der demographischen Veränderungen tendenziell an Bedeutung und dürfte in Zukunft vom Gästesegment der Jungsenioren eingeholt werden. Neben diesen beiden Hauptzielgruppen bestehen je nach Gebiet und Land weitere, z.T. unterschiedliche Zielgruppen. Aufgrund einer Untersuchung in der Schweiz bevorzugen die NaturparktouristInnen kleinere und preiswerte Beherbergungsbetriebe mit regionentypischer Atmosphäre, die von der lokalen Bevölkerung geführt werden. Sehr wichtig ist eine regionale, auch biologische Küche (Siegrist et al., 2002). Diese Anforderung gilt ebenso für die Ausflugsgastronomie, wenn auch in geringerem Ausmaß. Obwohl in Naturparks bereits eine Reihe von Pauschalangeboten bestehen, zeigen die meisten ausgewerteten Studien, dass für die Gäste individuelle Betätigungsmöglichkeiten sehr wichtig sind. Dennoch kann die Kommunikation von Pauschalen von großer Bedeutung sein, da den Gästen darüber essentielle Informationen über Erlebnismöglichkeiten im Park vermittelt werden.

2. Touristische Charakterisierung der Österreichischen Naturparke

Touristische Stärken und Schwächen der Naturparke

Die quantitative Charakterisierung des Naturparktourismus stößt auf eine Reihe von methodischen Schwierigkeiten. Diese liegen darin begründet, dass die räumlichen Grenzen der Naturparke und der Gemeinden oft nicht identisch sind. Deshalb sind die statistischen Daten nicht auf die Perimeter der Naturparke bezogen und es ist kaum möglich, präzise auf den Tourismus bezogene Aussagen für die Naturparke allein zu machen. Eine weitere Schwierigkeit betrifft das Fehlen von gesicherten Daten zum Tagestourismus sowie zur touristischen Wertschöpfung in den Österreichischen Naturparken. Um zu brauchbaren Aussagen zu kommen, musste deshalb mit Schätzungen und Annäherungen gearbeitet werden. Die qualitativen Daten stammen aus den Interviews mit den Testparken und aus der schriftlichen Befragung aller Naturparke.

Die wichtigsten Stärken der Naturparke liegen in der hohen Qualität ihrer natürlichen und landschaftlichen Werte. Diese bilden denn auch die Basis des Prädikats „Naturpark“. Die Schwächen der Naturparke liegen demgegenüber meist im sozioökonomischen Bereich, da es sich dabei um ländliche und häufig sehr abgelegene Gebiete handelt.

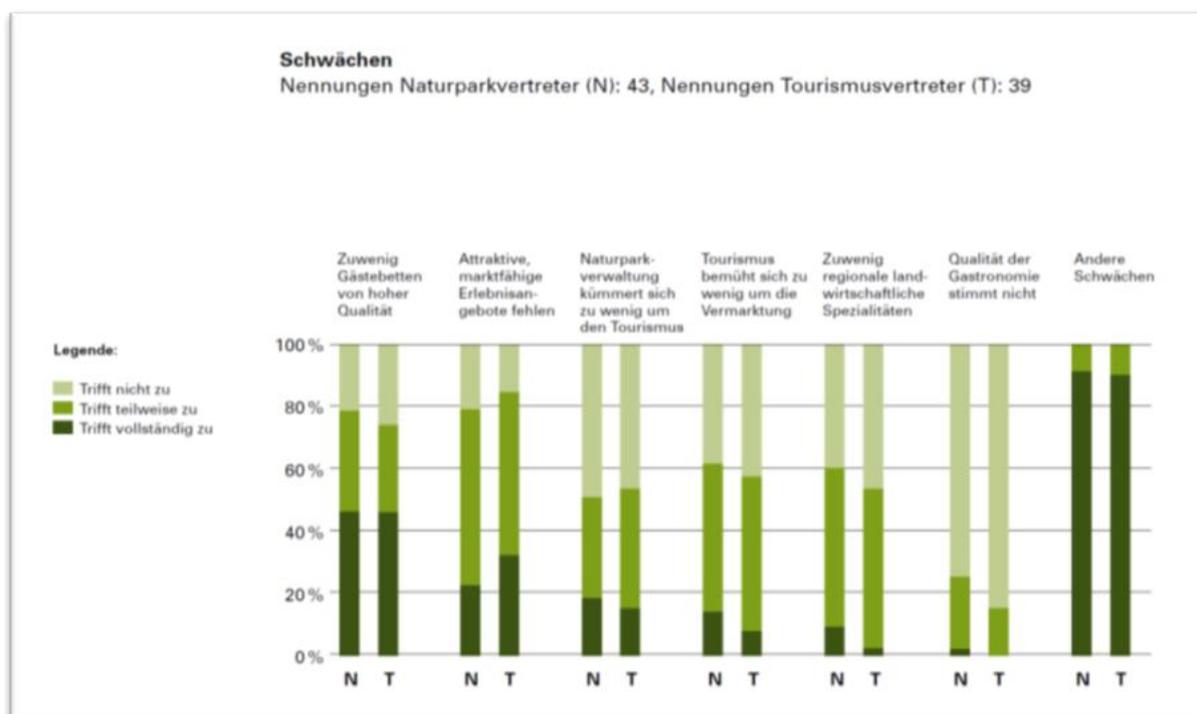


Abb. 1: Touristische Schwächen der Österreichischen Naturparke.

Spezifisch auf den Tourismus bezogen, zeigt sich bezüglich der Schwächen der Österreichischen Naturparke aus Sicht der befragten Naturpark- und TourismusvertreterInnen ein klares Bild. Die größte Schwäche liegt im Mangel an Gästebetten von hoher Qualität. Als etwas weniger große Schwäche ist das Fehlen von attraktiven, marktfähigen Erlebnisangeboten anzuführen. Dieses Defizit ist aus Sicht der TourismusvertreterInnen gravierender als jener der NaturparkvertreterInnen. Als weitere Schwäche wird gesehen, dass sich die Naturparkverwaltungen zu wenig um den Tourismus kümmern, und dass sich die Tourismusorganisationen nur ungenügend um die Vermarktung bemühen. Ebenso bildet der mangelhafte Einbezug von regionalen landwirtschaftlichen Spezialitäten eine Schwäche.

Die Befragten sehen aber auch zahlreiche andere touristische Schwächen der Naturparke. Diese hängen oft mit den fehlenden finanziellen Ressourcen zusammen. Explizit genannt werden der Mangel an (qualifiziertem) Personal und die fehlende Planungssicherheit, was eine langfristige Zielverfolgung erschwert. Eine häufig angeführte Schwäche ist das Fehlen von ausreichenden Mitteln für Schutz und Pflege des Naturparks, das Fehlen von Besucherleitsystemen und manchmal auch eine ungenügende Besucherkommunikation. Einige Naturparke sehen ihre geringe Flächenausdehnung als Schwäche für den Tourismus. Eine weitere immer wieder genannte Schwäche ist die schlechte Erreichbarkeit der Naturparke mit dem Öffentlichen Verkehr.

Touristische Daten der Naturparke

Die im Rahmen der vorliegenden Studie durch Angelika Thaller vom Verband der Naturparke Österreichs erarbeitete Statistik der Basisdaten zum Tourismus der Naturparkgemeinden besteht aus mehreren Datenblättern, welche beim Verband der Naturparke Österreichs vorliegen. Die jeweiligen Tourismusdaten wurden für die Jahre 2000, 2003 und 2007 erhoben. Ein Datenblatt enthält sowohl tourismusrelevante Daten wie Ankünfte, Übernachtungen, Anzahl der Beherbergungsbetriebe, als auch Basisdaten wie Einwohnerzahl und Fläche der Naturparke.

Jedes Datenblatt ist in mehreren Ebenen aufgebaut:

- Die Gemeindeebene – hier werden, nach Bundesland und Naturpark gegliedert, die Daten der einzelnen Gemeinden aufgelistet.
- Die Naturparkebene – hier werden die Daten der Gemeinden von jedem Naturpark zusammengefasst.
- Die Bundeslandebene – hier wird die Summe der Daten aus den Naturparks des jeweiligen Bundeslandes erfasst.
- Die Österreich Ebene bildet die Gesamtschau aller 45* Naturparke (*Anzahl im Jahr der Datenerhebung).

Die Daten jener Naturparkgemeinden, die auch Tourismusgemeinden gemäß Statistik Austria sind, stammen von Statistik Austria. Von allen anderen Gemeinden wurden die Daten – jedoch nur für das Jahr 2007 und auch nur die Gesamtübernachtungszahlen, ohne Differenzierung von Sommer- und Winterhalbjahr – direkt von den Gemeindeämtern bezogen. Auch von jenen Tourismusgemeinden, die weniger als fünf Beherbergungsbetriebe aufweisen, konnten die Daten nicht von Statistik Austria bezogen werden, sondern nur direkt über die Gemeindeämter.

Für das Jahr 2007 wurden die einzelnen Naturparke auch bezüglich einer Schätzung der Tagesgäste pro Jahr befragt. Hier waren die Ergebnisse sehr unterschiedlich. Von einigen Naturparks wurden relativ genaue Zahlen geliefert, andere Naturparkverantwortliche sahen sich außer Stande, zu diesem Thema Daten zu liefern. Es handelt sich bei den aufgeführten Zahlen durchwegs um Schätzungen.

In weiteren Datenblättern sind verschiedene Themenbereiche zusammengefasst und in Balkendiagrammen veranschaulicht. So etwa der Prozentsatz der Nächtigungen in den Naturparks im Vergleich zur Gesamtnächtigungszahl der einzelnen Bundesländer und die Entwicklung der Nächtigungen in den Naturparks der einzelnen Bundesländer über die Jahre 2000, 2003 und 2007.

Auch wenn die Naturparke nicht immer alle Gemeinden umfassen, wurden die Daten mangels Alternative gemeindeweise erhoben. Die Zahl der Betriebe, Ankünfte und Übernachtun-

gen liegt somit für all jene Naturparke zu hoch, die nicht alle Gemeinden, sondern nur Teile davon abdecken.

Bundesland	Betriebe Sommer (2007)	Nächtig. Sommer (2007)	Nächtigungen gesamt (2007)	Tourist. Ankünfte (2007)	Aufenthaltsdauer (Sommer 2007) (1)	Tagesgäste (2007) (2)
Naturparke Burgenland	296	255.292	404.804	135.058	2,9	209.000
Naturparke Kärnten	760	1.087.763	1.477.068	331.069	4,7	536.000
Naturparke Niederösterreich	658	574.990	887.218	331.461	2,6	7.969.330
Naturparke Oberösterreich	29	54.091	98.533	19.063	5,4	187.000
Naturparke Salzburg	149	115.748	183.937	33.862	5,5	30.000
Naturparke Steiermark	1.077	621.198	867.546	283.365	2,9	1.311.000
Naturparke Tirol	2.726	2.034.559	5.935.725	1.166.918	4,7	3.000
<i>Naturparke Österreichs</i>	<i>5.695</i>	<i>4.743.641</i>	<i>9.854.831</i>	<i>2.300.796</i>	<i>3,9</i>	<i>2.276.000</i>

Tab. 1: Auszug aus den Tourismusdaten der Österreichischen Naturparke.

(1) Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der übernachtenden Gäste (in Tagen für Sommer 2007).

(2) Geschätzte Zahl der Tagesgäste, ohne Tagesgäste aus der jeweiligen Urlaubsregion.

(3) Gemäß: Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, 2009. Eine Studie des Landes Niederösterreich kommt mit anderen Berechnungsmethoden auf den tieferen Wert von 2.6 Mio Tagesgästen (2008).

Im Jahre 2007 zählten die Naturparkgemeinden Österreichs 9.854.831 Nächtigungen, davon etwas mehr in der Winter- als in der Sommersaison. Über die Hälfte, nämlich knapp 6 Mio. Nächtigungen wurden in den durch Intensivtourismus geprägten Naturparkgemeinden Tirols realisiert. Mit Abstand am wenigsten Nächtigungen sind in den oberösterreichischen Naturparkgemeinden zu verzeichnen, welche auch über eine sehr kleine Zahl an Beherbergungsbetrieben verfügen. Während in den meisten Bundesländern in den Naturparks der Sommertourismus dominiert, zeigt sich in den Tiroler Naturparkgemeinden eine deutliche Ausrichtung auf den Wintertourismus. Dabei ist, wie bereits gesagt, zu beachten, dass die Naturparke nur Teile der Gemeindegebiete umfassen.

Große Unterschiede zeigen sich bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in den Naturparkgemeinden. Diese reicht von 2,6 Tagen in Niederösterreich bis zu 5,5 Tagen in Salzburg. Die Zahl der geschätzten Tagesgäste in den Naturparks variiert von Bundesland zu Bundesland sehr stark und ist mit Vorbehalten zu behandeln. So erscheint der für Tirol ermittelte Wert von nur 3.000 Tagesgästen sehr tief. Für Niederösterreich wird im Rahmen der Tourismusstudie ebenfalls ein entsprechender Wert abgeschätzt (Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, 2009). Danach ist davon auszugehen, dass die Naturparke in Niederösterreich die größte Zahl an Tagesgästen aufweisen. Dahinter folgen die Naturparke in der Steiermark und in Kärnten.

Abschätzung der touristischen Wertschöpfung

Die Berechnung bzw. Abschätzung der touristischen Wertschöpfung in Naturparks und in anderen Großschutzgebieten stößt an methodische Grenzen. So werden die wirtschaftlichen Potenziale und Effekte von regionalen Projekten und Strategien immer von externen Einflussfaktoren beeinflusst und sind durch sich überlagernde Systemgrenzen geprägt. Dies kann die Ergebnisse erheblich in die eine oder andere Richtung beeinflussen. Dies gilt auch für die Abschätzung der durch die Naturparke in Österreich erzeugten Wertschöpfungseffekte. So sind derzeit sowohl auf der Ebene des Bundes als auch der Länder, Regionen und Gemeinden verschiedenste Initiativen im Gang, deren Umsetzung direkte und indirekte Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung der Naturparke haben werden.

Im Rahmen der erwähnten Studie (Ketterer und Siegrist, 2009) wurde ein Mengengerüst konstruiert und darauf aufbauend wurden Näherungswerte für die touristische Wertschöpfung der Österreichischen Naturparke ermittelt. Dabei wurde explizit auf zweierlei verzichtet:

1. Da es sich um eine touristische Analyse handelte, erfolgten keine weiteren Überlegungen zu den Wertschöpfungseffekten der Naturparke in anderen Bereichen, z.B. durch die Landwirtschaft oder durch das Gewerbe.
2. Es wurde keine Regionalisierung der Daten unternommen, d.h. die Abschätzung betrifft einzig die Einnahmen, die durch den Aufenthalt der Gäste im Naturpark direkt erzielt werden. Hier wäre es in einem weiteren Schritt möglich, über regionale Multiplikatoren zu einer Abschätzung der regionalen touristischen Wertschöpfungen in den Naturparks zu kommen. Hierzu müssten jedoch die regionalen Multiplikatoren bekannt sein.

Die Wertschöpfungsabschätzung erfolgte in mehreren Schritten. Um das Mengengerüst zu füllen, wurden die Tagesausgaben der Aufenthaltsgäste mit den jährlichen Nächtigungen in den Naturparkgemeinden multipliziert. Dieser Betrag wurde zum Ergebnis der Multiplikation der Tagesausgaben der Tagesgäste mit der Zahl der Tagesgäste addiert. Daraus ergibt sich als Zwischenergebnis die Gesamtwertschöpfung in den Naturparkgemeinden. Unter der Annahme, dass ein bestimmter Prozentanteil der Gäste sein Reiseziel „wegen des Naturparks“, ein weiterer Prozentanteil der Gäste „auch wegen des Naturparks“ wählt, lässt sich ein „Naturparkfaktor“ ermitteln. Dieser Naturparkfaktor wurde mit der Gesamtwertschöpfung multipliziert, woraus sich das Total der touristischen Wertschöpfung aus den Naturparks ergibt. Auf den Einbezug von spezifischen regionalen Wertschöpfungsmultiplikatoren wurde wie erwähnt verzichtet.



Im Naturpark in der Weinidylle unterwegs
(Foto: © Franz Kovacs)

Um die Berechnung vornehmen zu können, musste eine Reihe von Grundlagenrecherchen durchgeführt werden. Diese Recherchen betreffen die Daten bezüglich Zahl der Übernachtungen, Zahl der Tagesgäste und bezüglich der Tagesausgaben der TouristInnen, wo möglich differenziert nach Bundesländern und Regionen.

Die Ergebnisse dieser Recherchen erlaubten es, die verschiedenen Variablen unseres Mengengerüsts mit Daten zu füllen und zu einem Gesamtergebnis zu kommen. Es ist uns jedoch wichtig zu betonen, dass die vorliegenden Zahlen nicht das Resultat einer genauen Berechnung, sondern das Ergebnis einer vorläufigen Abschätzung bilden.

Bundesland	Wertschöpfung Aufenthaltstourismus	Wertschöpfung Tagestourismus	Wertschöpfung gesamt
Naturparke Burgenland	4.068.612	5.849.486	9.918.099
Naturparke Kärnten	10.067.285	1.500.930	11.568.215
Naturparke Niederösterreich	2.147.068	28.246.117	30.393.184
Naturparke Oberösterreich	529.409	1.022.694	1.552.103
Naturparke Salzburg	2.742.255	12.601.774	15.344.030
Naturparke Steiermark	10.919.320	19.385.304	30.304.624
Naturparke Tirol	32.931.146	12.423.787	45.354.932
<i>Naturparke Österreichs</i>	<i>63.405.095</i>	<i>81.030.092</i>	<i>144.435.187</i>

Tab. 2: Auszug aus der Abschätzung der touristischen Wertschöpfung in den Österreichischen Naturparken (2007) (Quelle: Ketterer und Siegrist, 2009).

Für die Österreichischen Naturparke konnte somit eine touristische Gesamtwertschöpfung von gut € 144 Mio. pro Jahr ermittelt werden. Dieser Betrag setzt sich zusammen aus der Wertschöpfung der Aufenthaltsgäste und jener der Tagesgäste. Die Wertschöpfung der Tagesgäste überwiegt dabei deutlich. Aufgrund der hohen Übernachtungszahlen in seinen Naturparkgemeinden weist das Bundesland Tirol die höchste Wertschöpfung auf, gefolgt von Niederösterreich und der Steiermark. Es ist jedoch zu vermuten, dass die Werte für Tirol wegen der erwähnten methodischen Schwierigkeiten zu hoch ausfallen. Die geringste touristische Wertschöpfung verzeichnen die Naturparke in Oberösterreich, dies aufgrund der kleinen Zahl an touristischen Unterkünften. Bei der Wertschöpfung aus dem Tagestourismus dominieren die Naturparke in Niederösterreich.

3. Angebot und Nachfrage der Österreichischen Naturparke

Zielgruppen

Nach Auffassung der Naturpark- und Tourismusverantwortlichen in Österreich besteht ein touristischer Markt für die Naturparke. Für den eigenen Naturpark beurteilen die Naturparkverantwortlichen die Marktsituation optimistischer als die Tourismusverantwortlichen.

Die meisten Naturpark- und Tourismusverantwortlichen sind der Auffassung, dass ein großer touristischer Markt für den eigenen Naturpark besteht, der bisher noch nicht ausreichend genutzt worden ist. Eine ebenfalls große Gruppe ist der Meinung, dass es sich dabei um einen begrenzten Nischenmarkt handelt, der noch besser genutzt werden könnte. Nur wenige finden, dass sie diesen Nischenmarkt schon ausreichend nutzen. Das Vorhandensein eines Marktes für die Naturparke in Österreich wird mit den allgemeinen touristischen Trends begründet. Immer mehr Gäste suchten in ihrem Urlaub die Naturnähe und eine gesunde und ruhige Umgebung, wozu sich die Naturparke mit ihren Angeboten sehr gut eignen. Das Interesse an Entschleunigung, an Gesundheit und Sinn stiftenden Themen sei generell stark am Wachsen. Auch stark im Trend befindliche Aktivitäten, wie Wandern und Nordic Walking, würden in den Naturparken verstärkt angeboten, wobei die ganze Spannweite zwischen dem betont sportlichen Erlebnis bis zum Almspaziergang möglich sei. Die Naturparke und ihre

Angebote böten heute einen touristischen Gegenentwurf zu unserem schnelllebigen und hektischen Alltag. Als direkter Hinweis auf das Bestehen dieses Marktes wird auf die große Zahl von Zugriffen auf die Homepage des Verbandes der Naturparke Österreichs verwiesen. In den einzelnen Naturparks bestätigte sich dies auch in der steigenden Zahl von Gästeanfragen. Soweit die Aussagen der Befragten.

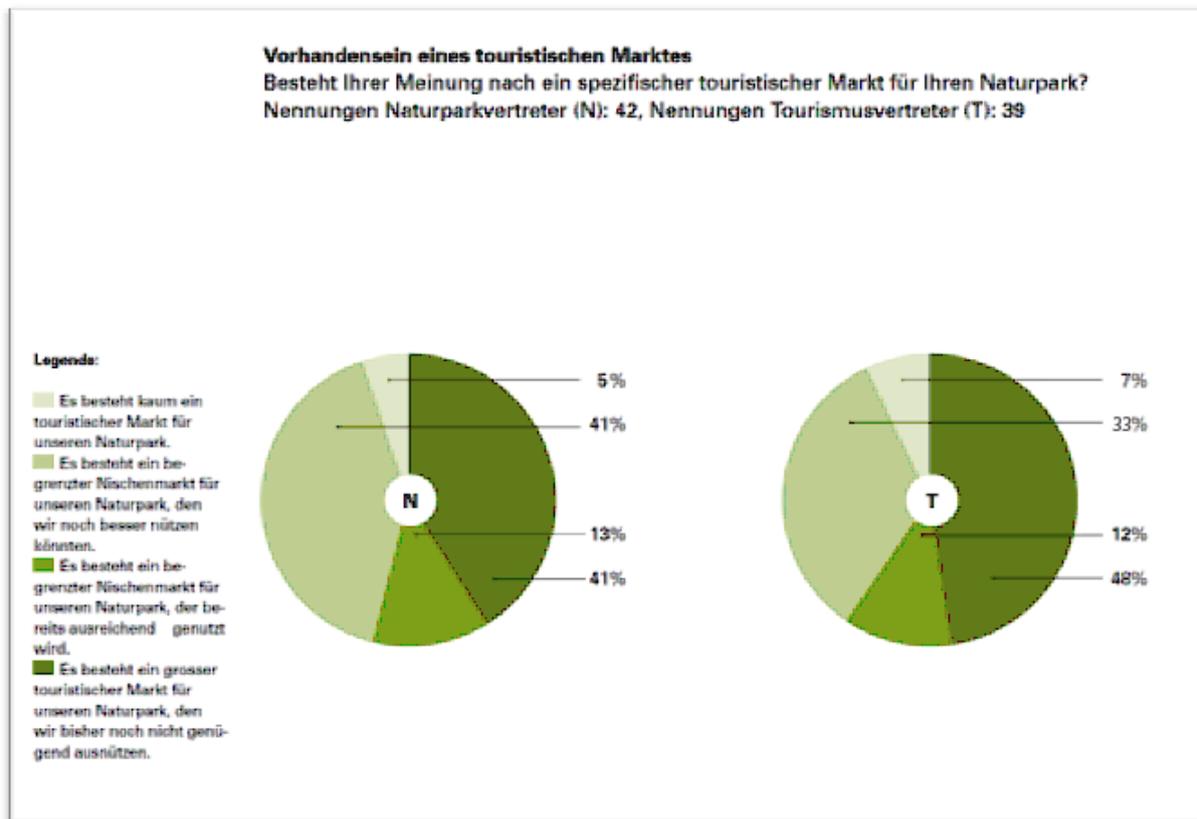


Abb. 2: Vorhandensein eines touristischen Marktes für die Österreichischen Naturparke.

Als methodisches Problem wird die Abgrenzung des Naturparktourismus von anderen Marktsegmenten gesehen, da es hier um einen sehr heterogenen Markt geht. Handelt es sich dabei eher um den naturnahen Tourismus als Ganzes oder wird darunter eher das enge Segment des Schutzgebietstourismus mit thematischen Angeboten und Exkursionen verstanden? Liegt der Unterschied zwischen dem Naturpark und anderen touristischen Angeboten im Vermittlungsaspekt? Sind Naturpark-Gäste solche, die gerne etwas mehr über die Region und die Natur wissen möchten? Solche Abgrenzungsprobleme werden sich nie vollständig klären lassen.

Aus Sicht der Naturpark- und Tourismusverantwortlichen der Österreichischen Naturparke sind die auf dem Markt hauptsächlich nachgefragten Themen Wandern (bzw. Nordic Walking), Natursport, Gesundheit, Kulinarik sowie generell aktive Naturerlebnisse und Ausspannen. Authentizität und Informationsmöglichkeiten bilden weitere wichtige Stichworte. Als wichtigste Mitbewerber werden die Nationalparke in Österreich und in den Nachbarländern sowie alle schönen Landschaften Österreichs genannt.

Die zukünftige Entwicklung des Marktes für den Naturparktourismus hänge davon ab, wie sich ein qualitativ gutes Angebot entwickeln werde und ob es gelinge, ein gutes Preis-Leistungsverhältnis zu erreichen. Die Schätzungen seitens der Naturpark- und Tourismusverantwortlichen bezüglich der zukünftigen Marktentwicklung gehen allerdings stark ausein-

ander. Diese liegen zwischen 3% und 15% des gesamten österreichischen Tourismusmarktes. Schätzungen der Naturpark- und Tourismusverantwortlichen gehen von einer Zunahme des Naturparktourismus von zwischen 15% und 50% des heutigen Volumens in den nächsten 10 Jahren aus.

Differenziert man nach Tourismusarten, erfährt aus Sicht der Befragten in Zukunft der Tagestourismus das stärkste Wachstum, gefolgt von der Naherholung und den Kurzaufenthalten (ein bis drei Nächtingungen). Besonders betont wird immer wieder die starke Tendenz zum Ausflugstourismus. Beim Aufenthaltstourismus (über drei Nächtingungen) sind die Prognosen sehr unterschiedlich und liegen je nach Gebiet zwischen einem leichten Wachstum und Stagnation.

Die wichtigsten Motive der Gäste für den Besuch eines Naturparks sind nach Meinung der Verantwortlichen „Ruhe und Erholung suchen“, „intakte Natur erleben“, „Natursportangebote wahrnehmen“, „Entspannung und Erlebnis“, „Kulinarik genießen“. Für die einzelnen Bundesländer wurden von den Verantwortlichen untenstehende Gästemotive genannt. Die Zusammenstellung ergibt keine großen Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern. Am stärksten differenzieren die Gästemotive zwischen Gebieten mit alpinen Landschaften und den Mittelgebirgen und Tiefländern im Osten Österreichs.

Bundesland	Genannte Gästemotive (Auswahl)
Burgenland	Erholung, Kennenlernen der Region, intakte Natur erleben, Wein und regionale kulinarische Produkte genießen, Radfahren, Wandern, attraktive Angebote auch für Kinder
Niederösterreich	Entspannung und Erlebnis, Natur genießen und beobachten, Wohlfühlen, Naturschutzgebiete erleben, Tagesausflug aus den Nebelzonen, Sport, Wandern, Kinderangebot
Oberösterreich	Erholung, Kraft tanken, Gesundheit, Naturschönheiten genießen, Kulinarik, Sehenswürdigkeiten besuchen, gute Infrastruktur, attraktive Angebote
Kärnten	Ruhe genießen, Natur, Landschaft und tolles Panorama erleben, höchstgelegener Badensee und größte Natureisfläche der Alpen, Gastlichkeit, Kulinarik, Erlebniseinrichtungen
Salzburg	Ruhe, Natur und Landschaft genießen, Klammern und Almen erleben, Naturlandschaft und Berge, Gastfreundschaft, ausgeprägte noch erhaltene Almkultur, Wander- und Almsommerangebote
Steiermark	Naturerlebnis, Ruhe und Erholung, Abschalten, geschützte Landschaft, Urlaub in einer gepflegten Natur- und Kulturlandschaft, bodenständige Menschen, Kulinarik, Naturerlebnisprogramme
Tirol	Erholung suchen, Stille und Ruhe in der Natur genießen, gesunde Umwelt, Naturerlebnis mit Familie, Berge und Gletscher, Kultur und Tradition, Schutzhütten und Almen, Wandern/Bergsteigen/Biken

Tab. 3: Motive der Naturparkgäste nach Bundesländern.

Aufgrund der hohen Multioptionalität der Gäste ist der Tourismusmarkt heute durch eine zunehmende Überschneidung der einzelnen Kundensegmente geprägt. So schließen sich im touristischen Alltag kontemplative Naturerlebnisse und adrenalintreibende Funangebote keineswegs aus. Für den naturnahen Tourismus wird es daher immer schwieriger, klar abgrenzbare Zielgruppen zu identifizieren und zu beschreiben. Die Konsumentinnen und Konsumenten möchten die Auswahl unter einer Vielzahl von Angeboten wahrnehmen können und pendeln zwischen naturnahen und naturfernen Angeboten hin und her. Ähnliches ist

beim Mobilitätsverhalten zu beobachten, wo naturnahe Urlaubspräferenzen nicht zwingend mit der Bahnreise oder mit dem Verzicht auf das Flugzeug einhergehen. Anders als der „sanfte Tourist“ der 1980er-Jahre lässt sich der heutige Naturparkgast nicht mehr in erster Linie mit weltanschaulichen Kategorien charakterisieren. Auch Touristinnen und Touristen mit einer hohen Affinität für Natur und Landschaft sind zunehmend durch Erlebnisorientierung geprägt, wobei die Grenzen zwischen naturverträglichen und nicht-naturverträglichen Erlebnisaktivitäten fließend sind. Trotz der erwähnten Widersprüche wird hier jedoch angestrebt, spezifische Zielgruppen bzw. Marktsegmente zu identifizieren, welche für den Naturparktourismus zukünftig von besonderer Relevanz sind.

Die Zielgruppen der Österreichischen Naturparke wurden wie bereits erwähnt im Rahmen der Experteninterviews mit einer Reihe von Test-Naturparks und in einer schriftlichen Befragung ermittelt. Dabei wurde zwischen den aktuellen Zielgruppen und den zukünftig zu erwartenden Zielgruppen der Naturparke unterschieden.

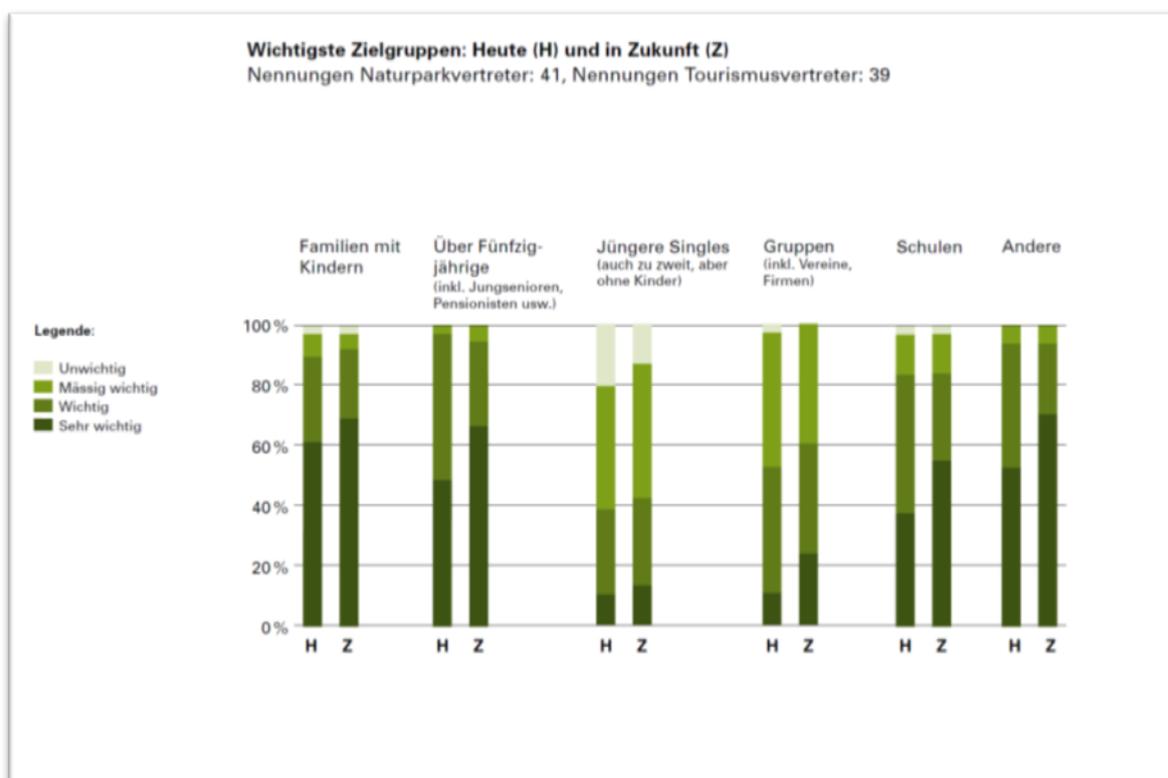


Abb. 3: Wichtigste Zielgruppen der Österreichischen Naturparke heute und in Zukunft.

Die bedeutendste Zielgruppe der Österreichischen Naturparke bilden Familien mit Kindern. Diese Zielgruppe wird von den TourismusvertreterInnen wie auch von den NaturparkvertreterInnen mehrheitlich als sehr wichtig eingestuft. Die zweitwichtigste Zielgruppe sind die Über-Fünfzigjährigen. An dritter Stelle folgt die Zielgruppe der Schulen. Als deutlich weniger wichtig werden die Zielgruppen Gruppen (inkl. Vereine, Firmen) und Jüngere Singles (auch zu zweit, aber ohne Kinder) eingestuft. Für eine große Zahl der Befragten sind aber auch noch weitere Zielgruppen wichtig, wobei Sportbegeisterte, Bildungsinteressierte und (einheimische) NaherholerInnen besonders oft genannt werden. Diese Segmente überschneiden sich teilweise mit den oben angeführten Zielgruppen.

In naher Zukunft werden sich die Zielgruppen aus Sicht der befragten Naturpark- und TourismusvertreterInnen nicht stark verändern. Am wichtigsten sind weiterhin Familien mit Kin-

dern, wobei sich der Vorsprung auf die Über-Fünfzigjährigen verringern wird. Das durch den demographischen Wandel bedingte Aufholen der Zielgruppe der Über-Fünfzigjährigen, zeigten die direkten Interviews mit den Test-Naturparks deutlicher, als die schriftliche Befragung aller Naturparke. Auffällig ist auch, dass die TeilnehmerInnen der schriftlichen Befragung für alle Zielgruppen eine größere Wichtigkeit sehen als bisher. Dies bestätigt die bereits erwähnte Aussage, dass ein generelles Wachstum des Naturparktourismus erwartet wird.

Angebotsentwicklung

Die Entwicklung von zielgruppenorientierten, qualitativ hochstehenden Angeboten stellt eine Kernaufgabe der Naturparke dar. Die touristischen Dienstleistungen stehen dabei in Verbindung mit weiteren Angeboten in den Bereichen Umweltbildung, Exkursionen und lokaltypischen Produkten. Das Label „Naturpark“ weckt bei vielen Besucherinnen und Besuchern hohe Erwartungen an ein glaubwürdiges Produkt. Die behutsame und professionelle Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen ist deshalb sehr wichtig. Solche Angebote müssen mit ihrer Umgebung wachsen. Die Qualität der touristischen Angebote sollte sich aber nicht nur an der Nachfrage der Gäste, sondern auch an den Bedürfnissen und Werten der einheimischen Bevölkerung orientieren. Und die Angebote sollen zum thematischen Profil, zur Positionierung und zur touristischen Gesamtkonzeption des Naturparks passen. Wichtig ist auch, dass die Naturpark-Angebote Bestandteil der touristischen Dienstleistungsketten der zugeordneten Destinationen sind. Wesentliche Erfolgsfaktoren liegen in der sektorenübergreifenden Angebotsentwicklung der Naturparke, in der Berücksichtigung der Erlebnisqualität und nicht zuletzt auch in einem attraktiven Angebot an Pauschalen und Exkursionen. Für ein qualitativ gutes Naturparkprodukt ist es wichtig, dass die Angebotsentwicklung auf lokaler Ebene zwischen Naturpark und Tourismus gemeinsam geschieht. Auf Landes- und Bundesebene benötigen die Tourismusorganisationen demgegenüber meist ein fertiges Produkt, um es vermarkten zu können.

Die Marktrelevanz der Produkte der Österreichischen Naturparke ist sehr unterschiedlich und die Bewertung des bestehenden Angebotes ergibt ein heterogenes Bild. Obwohl Natur- und Kulturattraktionen in großer Zahl vorhanden sind, ist die Spannweite der Angebote sehr breit. Diese geht von professionellen Angeboten bis zu gar keinen vorhandenen Angeboten. Erfolgreich sind oft Naturparke, welche auf Basis zentraler Attraktionspunkte weithin erkennbare „Leuchttürme“ mit ausgeprägter naturnaher Erlebnisorientierung besitzen. Gute Nachfrage weisen viele Radwege, Mountainbike-Strecken und Wanderwege auf. Auch Themenwege finden teilweise hohe Beachtung. Während die Übernachtungsmöglichkeiten manchmal von unterdurchschnittlicher Qualität sind, wird die Gastronomie meist als gut bis sehr gut bezeichnet. Allerdings sollten aus Sicht der Naturparke noch vermehrt regionale Produkte in die Angebotsentwicklung einbezogen werden.

4. Alleinstellung und Positionierung der Österreichischen Naturparke

Alleinstellungsmerkmale

Die Festlegung eines auf Einzigartigkeit und Einmaligkeit basierenden Profils und die Ausarbeitung einer entsprechenden Positionierungsstrategie sind von zentraler Bedeutung für den touristischen Erfolg eines Naturparks. Wichtig ist dabei die Abstimmung mit den anderen Naturparks, um eine klare Differenzierung zwischen den Profilen zu erzielen. Um eine hohe Qualität des Profils zu erreichen, ist eine sorgfältige Aufbereitung des thematischen Hintergrundes nötig, damit darauf aufbauend konkrete Erlebnisangebote gestaltet werden können. Eine wichtige Bedeutung bei der Festlegung der Positionierungsstrategie erhalten die Alleinstellungsmerkmale (Unique Selling Proposition, USP). In den Alleinstellungsmerkmalen zeigt

ein Naturpark, worin er sich von anderen Naturparks und anderen ähnlichen Anbietern unterscheidet. Das gleiche gilt auch für die Österreichischen Naturparke als Ganzes gegenüber anderen Produkten des österreichischen Tourismus.

Die Österreichischen Naturparke besitzen oft sehr gute Alleinstellungsmerkmale, nutzen diese aber nur in den wenigsten Fällen mit klar definierten Strategien. Es ist daher wichtig, das Bewusstsein über die Alleinstellungsmerkmale in den Naturparks zu stärken, wobei dies durchaus mit einer Stärkung der regionalen Identität und des Bewusstseins „wir sind der Naturpark“ einhergehen kann. Beispiele für starke Alleinstellungsmerkmale in den Österreichischen Naturparks sind das Pöllauer Tal mit der „Pöllauer Hirschbirne“, das Dreiländereck Raab mit den Kanufahrten oder das Ötztal mit der Kulturgeschichte und dem Ötzi.

Im Rahmen der schriftlichen Befragung beantworteten die Naturpark- und TourismusvertreterInnen jeweils die Frage nach den wichtigsten touristischen Alleinstellungsmerkmalen ihres Naturparks. Die genannten Alleinstellungsmerkmale reichen dabei von herausragenden Landschaften über Natur- und Kulturattraktionen bis hin zu gastronomischen Highlights.

Landschaft	Herausragende Landschaft - unberührte Landschaft - Grenze zum Nationalpark Berchtesgaden - größter Naturpark Österreichs - einziger Naturpark direkt an der Donau - einziger Naturpark im Weinland - ältester Naturpark - Zirbitzkogel-Grebenzen als beliebtes Wanderziel - touristisch nicht erschlossener Pauliberg - Geschriebenstein (höchster Berg des Burgenlands) - höchster Berg Tirols - letzte Wildflusslandschaft in den Nordalpen - einziger Geopark in Österreich mit „GeoLine“ - höchstgelegener Badensee der Alpen
Naturattraktionen	Grenzüberschreitende Erlebnisprogramme - Erlebnisweg Roßlochklamm - Gletscher - Moor - Granitfelsformationen (Schwammerling, Bucklwehluken, Elefantenstein, Falkensteine) - Sölker Marmor - Naturschutzgebiet Hohe Heide - Höhlen - Hagenbach-Klamm - Ziesel
Kulturlandschaft	Obstbaumblüte im Frühjahr (z.B. Kirschblütenwanderung in Scharten) - Teichalm, Sommeralm - Grenzkultur (Almen von Bayerischen und Salzburger Bauern und Bäuerinnen bewirtschaftet) - noch intakte Almkultur (Almhütten sind aufgefädelt wie auf einer Perlenkette) - Radiästhesie - Pöllauer Hirsch(t)birne - Wallfahrtsweg Pöllauer Berg
Kultur und Geschichte	Schöne Ortsbilder - historischer Ortskern von Pöllau - ehemalige Stiftskirche bzw. Anlage des Augustinerchorherrnstiftes - hochgotische Marien in Pöllau - Verbindung Stift und Naturpark - Burgen und Schlösser - Burg Forchtenstein - Burg Türkensturz - Kloster und historische Objekte - Mehrsprachigkeit - Schlosskonzerte und Ausstellungen - Ötzi/Kulturgeschichte - Dreiländereck Raab-Örség-Goričko
Kulinarik	Wein und Kulinarik - Wein und regionale Produkte - Verknüpfung Wein und Natur
Verkehr	Almerlebnisbus - Erreichbarkeit mit Öffentlichen Verkehrsmitteln

Tab. 4: Genannte Alleinstellungsmerkmale der Österreichischen Naturparke.

Bei genauerer Betrachtung dieser Liste fällt auf, dass sich eine Reihe von Alleinstellungsmerkmalen sehr ähnlich sind („herausragende Landschaften“, „schöne Ortsbilder“, Burgen, Kulinarik usw.). Für eine klare Differenzierung der einzelnen Naturparke ist es im Rahmen einer Gesamtpositionierung der Naturparke aber nötig, diese einzelnen Merkmale deutlicher herauszuarbeiten und stärker voneinander abzugrenzen.

Positionierung der Österreichischen Naturparke

Die Tiefe der touristischen Positionierung der einzelnen Naturparke ist sehr unterschiedlich. Neben sehr gut positionierten Gebieten gibt es Naturparke, die sich bisher touristisch kaum zu positionieren vermochten. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass nicht alle Naturparke dieses Ziel verfolgen.

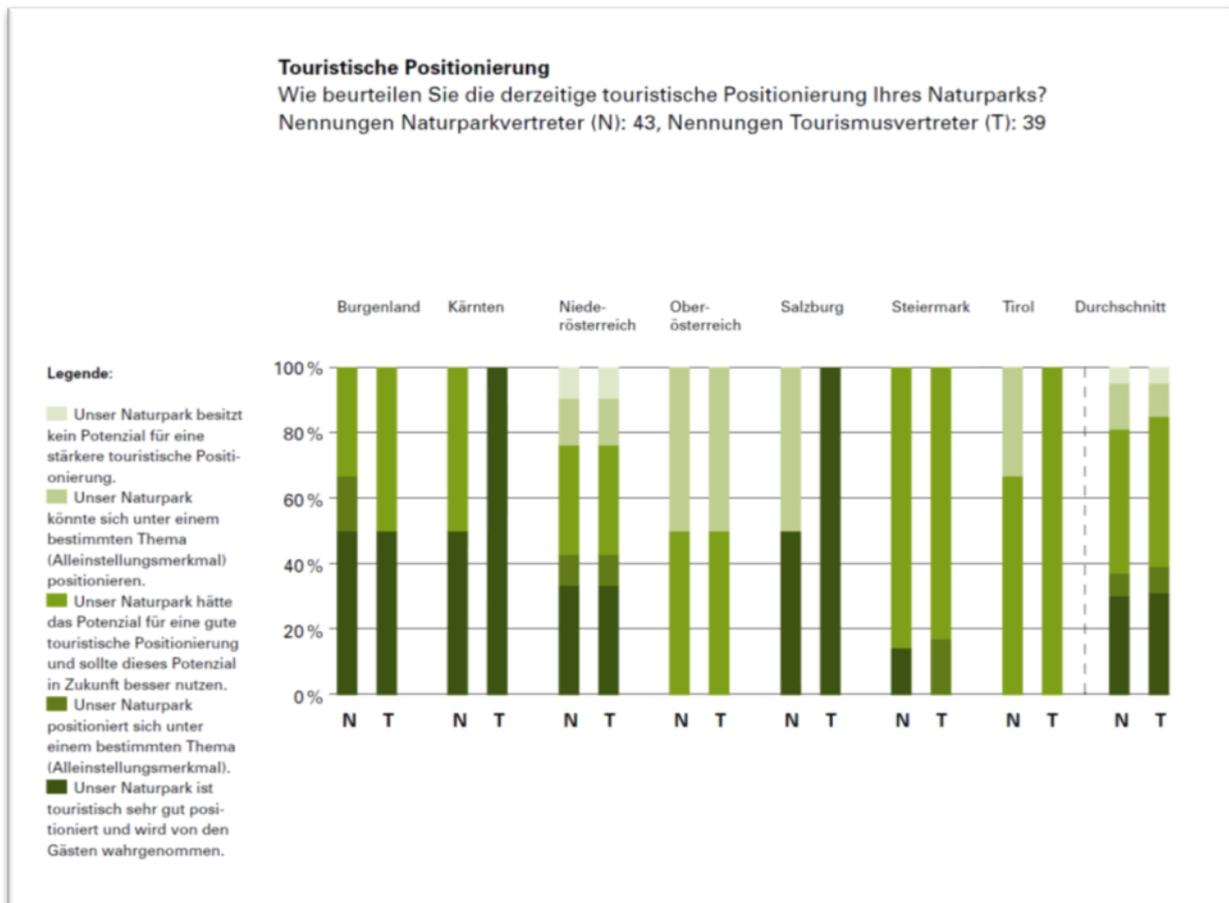


Abb. 4: Touristische Positionierung der Naturparke in Österreich.

Auf die einzelnen Bundesländer bezogen wird die touristische Positionierung der Österreichischen Naturparke von den befragten Naturpark- und TourismusvertreterInnen sehr unterschiedlich beurteilt. Als touristisch mehrheitlich sehr gut positioniert und von den Gästen entsprechend wahrgenommen, sehen sich zwei Naturparke in Kärnten und in Salzburg. Auch drei der Naturparke im Burgenland halten sich für touristisch sehr gut positioniert. In Niederösterreich mit seinem hohen Anteil an kleinen, nicht-touristischen Naturparken gilt ein gutes Drittel der Gebiete als sehr gut positioniert. Eine auffällig tiefe Beurteilung geben sich die Naturparke in der Steiermark, Tirol und Oberösterreich. Im gesamtösterreichischen Durchschnitt beurteilen sich rund ein Drittel der Naturparke als touristisch sehr gut positioniert, während knapp die Hälfte das Potenzial für eine gute Positionierung sieht und der Auffassung ist, dass dieses Potenzial in Zukunft besser genutzt werden sollte. Nur rund 5% der Österreichischen Naturparke sehen für sich kein Potenzial für eine stärkere touristische Positionierung.

Im Rahmen der Experteninterviews mit den Test-Naturparks wurde die Frage gestellt, welche Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, um die touristische Positionierung der Naturparke zu verbessern. Aus Sicht der Naturparkverantwortlichen müssten hierfür mehr Ressourcen für die Gästebetreuung vor Ort sowie zusätzliche Finanzen für das Management der Naturparke zur Verfügung gestellt werden. Seitens der TourismusvertreterInnen wird ebenfalls betont, dass als Rahmenbedingung für eine stärkere Positionierung der Naturparke mehr finanzielle Mittel benötigt werden. Darüber hinaus wünschen sich die Tourismusverantwortlichen eine verstärkte Zusammenarbeit rund um den Naturpark, z.B. der Gemeinden untereinander. Zudem sollten aus Sicht des Tourismus neue Vermarktungsplattformen auf den verschiedenen Ebenen geschaffen werden. Auf Bundesebene sollten die Naturparke in Zukunft vermehrt als touristischer Partner ernst genommen werden.

Die VertreterInnen der Test-Naturparke äußerten sich zur Frage, welche Positionierung die Österreichischen Naturparke in Zukunft anstreben sollen. Die Naturparkverantwortlichen sehen die Naturparke als potenzielles Leitprodukt des naturnahen Tourismus. Grundsätzlich sollen sich die Naturparke über die vom wirtschaftenden Menschen genutzte und gestaltete Kulturlandschaft und über die daraus hervorgehenden regionalen Produkte positionieren. Dabei sei es wichtig, dass sich die Naturparke weiterhin auf das bewährte Vier-Säulen-Modell (Schutz, Erholung, Bildung, Regionalentwicklung) abstützen. Ebenso halten die meisten direkt befragten Naturparkverantwortlichen eine gemeinsame Positionierung der Naturparke mit den Nationalparks für sinnvoll.

Die TourismusvertreterInnen sehen die zukünftige Positionierung der Österreichischen Naturparke über die Naturerlebnisse, wobei eine bessere Sensibilisierung der Bevölkerung notwendig sei. Klare Aussagen dazu, was ein Naturpark ist, seien für die TourismusvertreterInnen als Basis für die Positionierung der Naturparke sehr wichtig. Im Rahmen einer in Niederösterreich durchgeführten Online-Befragung zeigte sich in diesem Zusammenhang, dass das Thema „Schützen“ die wichtigste Differenzierungsmöglichkeit der Naturparke darstellt (Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, 2009).

Im Zentrum der Positionierung der Österreichischen Naturparke sollten folgende Werte stehen:

- Landschaftsschutz.
- Miteinander von Mensch und Natur.
- Gesunde Lebensräume.
- Naturverträgliche Erholung.

Es ist jedoch deutlich zu unterscheiden zwischen der Selbsteinschätzung und dem Eigenbild der Österreichischen Naturparke und der touristischen Positionierung gegenüber potenziellen Gästen. Diese Unterscheidung ist nicht immer einfach zu treffen, da eine klare touristische Positionierung zu gewissen Widersprüchen mit dem Eigenbild der Naturparke (und damit der einheimischen Bevölkerung) führen kann. Wenn aber die Bevölkerung in den Positionierungsprozess einbezogen wird, kann es gelingen, Eigenbild und Positionierung eines Naturparks im Sinne der Aussage „wir sind der Naturpark“ besser zur Deckung zu bringen.

Aufgrund dieser Überlegungen formulierten die Österreichischen Naturparke die nachfolgende Gesamtpositionierung:

Die Österreichischen Naturparke – erleben und begreifen, schützen und nützen

Die Naturparke und ihre geschützten Landschaften sind durch ein jahrhundertelanges Wechselspiel von Mensch und Natur geprägt. Sie bilden ein wunderbares Beispiel für das gelungene Miteinander von Landwirtschaft sowie Natur- und Landschaftsschutz. Als gesunde Lebensräume laden uns die Naturparke ein, sich in und mit der Natur zu erholen. In diesen natürlichen Erlebniswelten werden naturbetonte und naturverträgliche Erholung gelebt.

Diese Gesamtpositionierung ersetzt nicht das bestehende Leitbild der Österreichischen Naturparke, welches deren Selbstverständnis in ausführlicher Form darstellt. In Ergänzung zum Leitbild bringt die vorliegende Positionierung jedoch in aller Kürze zum Ausdruck, worin sich die Österreichischen Naturparke als Leitprodukt des naturnahen Tourismus im touristischen Gesamtangebot darstellen wollen.

5. Fazit und Empfehlungen

In diesem Beitrag wurden die touristischen Potenziale der Österreichischen Naturparke untersucht. Nachfolgend wird nun ein Fazit aus den vorgängig dargestellten Ergebnissen und Erkenntnissen gezogen. Darauf aufbauend werden Empfehlungen zuhanden der mit dem Naturparktourismus auf den verschiedenen regionalen Ebenen und in den unterschiedlichen Sektoren befassten Akteurinnen und Akteure formuliert.

Erheblicher Markt für den Naturparktourismus

Die Naturparke besitzen erhebliche wirtschaftliche Potenziale für den ländlichen Raum. Sie werden bereits heute von einer großen Zahl an Gästen besucht. Die wichtigsten Gästepräferenzen der Naturparke sind Ruhe und Erholung, intakte Natur, Entspannung und Erlebnis.

Empfehlung: Dem Bund, den Ländern und den Kommunen wird empfohlen, die touristische Professionalisierung und Weiterentwicklung der Naturparke mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln zu unterstützen.

Stärken und Schwächen

Die Stärken der Österreichischen Naturparke liegen in der hohen Qualität ihrer großteils rechtlich geschützten Natur und Landschaft. Darauf aufbauend sind gute Möglichkeiten für naturnahe touristische Aktivitäten vorhanden. Auf dieser Basis verfügen die Naturparke im Allgemeinen über sehr gute Alleinstellungsmerkmale.

Empfehlung: Angesichts der Bedeutung der Naturparke für den ländlichen Raum sollten Länder und Bund zusätzliche finanzielle und personelle Mittel zur Stärkung des Naturparktourismus bereitstellen.

Unterschiedliche touristische Typen der Naturparke

Ein großer Teil der Naturparke in Österreich weist einen extensiven Tourismus auf. Ein relevanter Teil der Naturparke ist durch einen starken Tagestourismus und durch Naherholung

geprägt. Ein kleinerer Teil der Naturparke besitzt eine direkte Anbindung an Tourismusdestinationen mit einem intensiven Tourismus.

Empfehlung: Sich als Naturpark der Möglichkeiten und Grenzen auf Basis der eigenen Ausgangslage bewusst sein und den Charakter der touristischen Angebotsentwicklung daran anpassen.

Klärung der Zuständigkeiten und Aufgabenbereiche

Eine Optimierung des Systems Naturparke und Tourismus bedarf struktureller und organisatorischer Maßnahmen. Wichtig sind die Klärung der Zuständigkeiten der verschiedenen Partner und die präzise Definition der einzelnen Aufgabenbereiche.

Empfehlung: Zwecks klarer Zuständigkeiten und präziser Definition der einzelnen Aufgabenbereiche zwischen Naturpark und Tourismus sollen auf den verschiedenen Ebenen verbindliche Regelungen getroffen werden. Wichtig ist dabei insbesondere auch der Einbezug der regionalen Ebene.

Breitere Verankerung des Naturparks

Nicht allein das Marketing, sondern auch die breite Verankerung des Naturparks in der Bevölkerung bildet eine wichtige Erfolgsbasis für den Naturparktourismus. In diesem Sinn ist die Kommunikation nach innen ein Schlüsselement der Naturparkentwicklung.

Empfehlung: Die Trägerschaften der Naturparke sind angehalten, die Ziele und den Nutzen der Naturparke mit einer kontinuierlichen Öffentlichkeitsarbeit in der Bevölkerung und beim Tourismus besser zu verankern.

Kooperation zwischen Naturparks und Tourismus

Geeignete Kooperationsmodelle zwischen Naturparks und Tourismus bilden einen Schlüssel für den Erfolg des Naturparktourismus. Denn die Qualität der Zusammenarbeit zwischen Naturparks und Tourismus gestaltet sich nicht immer optimal, insbesondere auf der lokalen Ebene.

Empfehlung: Die touristischen Strukturen der Naturparke sollen auf allen Ebenen so gestärkt werden, dass Kommunikation, Kooperation und Kompetenztransfer zwischen Naturparks und Tourismus verbessert werden. Hierzu muss der Tourismus seinen Platz im System der Naturparke erhalten.

Neue Dynamik auf Ebene der Bundesländer

In jüngster Zeit ist eine neue Dynamik zu beobachten und es kommt Bewegung in die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Naturparks. So sind eine Reihe von Bundesländern daran, Naturparke und Tourismus mit kooperativen Strukturen auszustatten.

Empfehlung: Der in einigen Bundesländern begonnene Prozess für bessere Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit zwischen Naturparks und Tourismus sollte weitergeführt und gestärkt werden, für die bisher im Naturparktourismus nicht aktiven Bundesländer werden ähnliche Schritte angeregt.

Marktrelevanz der Produkte

Die Marktrelevanz der Produkte der Österreichischen Naturparke ist sehr unterschiedlich. Die Bewertung des bestehenden Angebotes ergibt ein heterogenes Bild.

Empfehlung: Erfolgsfaktoren der Angebotsentwicklung besser berücksichtigen und in Zusammenarbeit mit dem Tourismus vermehrt ausstrahlungsstarke „Leuchtturm“-Angebote schaffen. Finanzielle Unterstützung für das Naturpark-Marketing seitens des Bundes und der Länder für die Naturparke, fachliche Unterstützung und Weiterbildung der Naturparke in diesem Bereich durch den Verband der Naturparke Österreichs.

Hauptzielgruppen Familien mit Kindern, Über-Fünfzigjährige

Familien mit Kindern bilden heute und in nächster Zukunft die Hauptzielgruppe der Österreichischen Naturparke. Als zweitwichtigste Zielgruppe folgen die Über-Fünfzigjährigen, welche künftig an Bedeutung gewinnen dürften. Auch den Schulen und Gruppen kommt Bedeutung zu.

Empfehlung: Klare Definition der Zielgruppen und Berücksichtigung deren spezifischer Bedürfnisse und Präferenzen bei der Angebotsentwicklung.

Erlebnisqualität als Teil der Angebotsentwicklung

Ein zunehmend zentraler Aspekt bildet die Erlebnisorientierung. Die spezifischen Zielgruppen der neuen Parke wünschen eine auf den Natur- und Landschaftswerten basierende hohe Erlebnisqualität. Doch bei vielen Anbietern ist das dafür nötige Knowhow nicht vorhanden.

Empfehlung: Stärkere Berücksichtigung der Gästebedürfnisse nach einer spezifischen Erlebnisqualität bei der Angebotsentwicklung durch die Naturparke und den Tourismus.

Relevanter Tagestourismus in vielen Naturparks

Viele Naturparke liegen in Tagesausflugsdistanz, d.h. wenige Fahrstunden von den großen städtischen Zentren entfernt. Der Tagestourismus umfasst in Österreich – bei steigender Tendenz – einen relevanten Anteil des Tourismus.

Empfehlung: Qualitative Wertschöpfungsangebote für Tagesgäste schaffen, diese mit dem bestehenden touristischen Angebot vernetzen und die Angebote so attraktiv gestalten, dass Tagesgäste als neue Aufenthaltsgäste gewonnen werden können.

Förderung der sanften Mobilität

Im österreichischen Tourismus reist heute ein großer Teil der Gäste mit dem eigenen Auto an. Dies trifft auch für die Naturparke zu, wobei die Schwelle zum Wechsel auf den Öffentlichen Verkehr in der Regel bei ein- bis maximal zweimaligem Umsteigen liegt.

Empfehlung: Gemeinsam mit den Partnern zielgruppengerechte Angebote des Öffentlichen Verkehrs mit und in den Naturparks aufbauen und die Gäste zum Umsteigen animieren.

Alleinstellungsmerkmale der Naturparke vorhanden

In Österreich gibt es viele schöne Landschaften und viele Anbieter von naturnahem Tourismus. Als Grundlage für eine klare Profilierung ist es aber sehr wichtig, die spezifischen Alleinstellungsmerkmale der Österreichischen Naturparke herauszuarbeiten.

Empfehlung: Bessere Herausarbeitung und Differenzierung der Alleinstellungsmerkmale der Naturparke und deren Kommunikation gegenüber der Bevölkerung als Basis der touristischen Positionierungsstrategien.

Stärkere touristische Positionierung

Die stärkere Positionierung in der österreichischen Tourismuslandschaft stellt eine Grundvoraussetzung für den zukünftigen Erfolg der Naturparke dar. Aus Sicht der Naturpark- und TourismusakteurInnen erscheint eine solche Profilierung notwendig und sinnvoll.

Empfehlung: Zur Realisierung des Gesamtauftritts der Österreichischen Naturparke und der Verstärkung des Marketings Zusammenarbeit der Naturparke Österreichs mit den etablierten Marketingorganisationen der Länder und des Bundes (Österreich Werbung).

Stärkung übergeordneter Vermarktungsstrukturen

Neben den Naturparks bestehen in Österreich weitere wichtige Anbieter des naturnahen Tourismus, darunter andere Schutzgebiete, wie die Nationalparke, die Biosphärenparke, die UNESCO-Welterbegebiete und die Geoparke.

Empfehlung: Auf Ebene der Länder und des Bundes sollte geprüft werden, ob die Naturparke gemeinsam mit weiteren naturnahen Anbietern auf gemeinsamen, mit den etablierten Marketingorganisationen verknüpften Plattformen vermarktet werden können und sollen.

6. Weitere Informationen

HSR Hochschule für Technik, Rapperswil • Prof. Dr. Dominik Siegrist
Institut für Landschaft und Freiraum • Web: www.ilf.hsr.ch

7. Literaturverzeichnis

- Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, 2009: Potentialanalyse der Niederösterreichischen Naturparke. Verfasst von Martin Egger und Helmut Lux, KPP: TOURISMUS + CONSULTING. St. Pölten.
- BfN (Bundesamt für Naturschutz) und VDN (Verband Deutscher Naturparke), 2002: Nachhaltiger Tourismus in Naturparks. Ein Leitfaden für die Praxis. Bispingen.
- Bosshart, D., Frick, K., 2006: Die Zukunft des Ferienreisens. Unabhängige Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts im Auftrag von Kuoni. Kilchberg.
- Friedl, C., Götz, K., Schmied, M., 2005: Invent Tourismus. Traumziel Nachhaltigkeit. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt. Berlin.
- Hammer, T., Siegrist, D., 2008: Protected Areas in the Alps – The Success Factors of Sustainable Tourism and the Challenge for Regional Policy. In: GAIA 17/S1. S. 152-160.
- Handler, F., 2009: Naturnaher Tourismus in den österreichischen Naturparks. In: Siegrist, D., Stremlo, M. (Hrsg.), Landschaft – Erlebnis – Reisen. Naturnaher Tourismus in Parks und UNESCO-Gebieten. Zürich. S. 225-235.
- Handler, F., Siegrist, D., 2008: Strategiepapier Naturparke Kärnten 2020 +. Bericht im Auftrag der Landesplanung Kärnten. Graz.
- Job, H., Harrer, B., Metzler, D., Hajizadeh-Alamdary, D., 2005: Ökonomische Effekte von Großschutzgebieten. Untersuchung der Bedeutung von Großschutzgebieten für den Tourismus und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. BfN-Skripten (135), Selbstverlag. Bonn-Bad Godesberg.
- Ketterer, L. und Siegrist, D., 2009: Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke. Studie im Auftrag des Verbandes der Naturparke Österreichs. Schriftenreihe des Instituts

- für Landschaft und Freiraum, Nr. 5, HSR Hochschule für Technik Rapperswil, Rapperswil. Download:
http://www.naturparke.at/de/Projekte/Studien/Studie_Touristische_Potenziale_der_Oesterreichischen_Naturparke
- Kohl & Partner Tourismusberatung GmbH, 2006: Naturpark Dobratsch. Wirtschaftlichkeitsstudie auf Basis des Naturparkplans. Schlussbericht. Villach.
- Leuthold, M., 2001: Potenziale des Ökotourismus in Österreich. Endbericht. Institut für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung. Unveröffentlichte Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Wien.
- Mose, I. (Hrsg.), 2007: Protected Areas and Regional Development in Europe Towards a new model for the 21st century? Ashgate Publishing Limited, London.
- Müller, H.R., Flügel, M., 2007: Tourismus und Ökologie. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Nr. 37. Bern.
- Schmied, M., Götz, K., 2006: Die Rolle der KonsumentInnen bei Nachfrage und Angebot sanft-mobiler Tourismusangebote. In: Umweltfreundlich reisen in Europa. Herausforderungen und Innovationen für Umwelt, Verkehr und Tourismus. Europäische Fachkonferenz und europäischer Wettbewerb, 30. und 31. Jänner 2006, Hofburg Wien. Wien. S. 56-66.
- Schutzgebietstourismus in den Alpen, 2000: Eine Bestandesaufnahme der touristischen Infrastruktur und Besucherfrequenzen sowie relevanter Angaben zur regionalwirtschaftlichen Wertschöpfung. Studienbeauftragte Doris Wiederwald und Mascha Chodziesner-Bonne, Leitung Thomas Scheurer und Guido Plassmann. Hrsg. Réseau Alpin des Espaces Protégées und Schweizerische Akademie der Naturwissenschaften SANW. Les dossiers du Réseau Alpin Nr. 2/2000. o.O.
- Siegrist, D., 2009: Pärke von nationaler Bedeutung - Touristische Marktanalyse und Erfolgsfaktoren. Studie im Auftrag des BAFU Bundesamt für Umwelt, Sektion Landschaften von nationaler Bedeutung. Schriftenreihe des Instituts für Landschaft und Freiraum 3, HSR Hochschule für Technik, Rapperswil.
- Siegrist, D., 2005: Erfolgsfaktoren für ein nachhaltiges Tourismusmanagement in Naturparks. In: Nachhaltige Innovationsfaktoren für Ländliche Räume. Fachbeiträge des Österreichischen Alpenvereins. (=Alpine Raumordnung Nr. 26). Innsbruck. S. 31-36.
- Siegrist, D. et al., 2006: Ökonomische Analyse von regionalen Naturpark-Projekten im Kanton Bern. Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft der Hochschule für Technik Rapperswil und Institut für Nachhaltige Entwicklung der Zürcher Hochschule Winterthur im Auftrag der Berner Wirtschaft beco. Bern/Rapperswil.
- Siegrist, D., Stuppäck, S., Mosler, H.J., Tobias, R., 2002: Naturnaher Tourismus in der Schweiz: Angebot, Nachfrage und Erfolgsfaktoren. Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft der Hochschule für Technik Rapperswil, Abteilung Sozialpsychologie II der Universität Zürich im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft Seco. Rapperswil/Zürich.
- Weixlbaumer, N., 2009: Schutzgebietslandschaften als Möglichkeitsräume für einen naturnahen Tourismus. In: Siegrist, D., Stremlow, M. (Hrsg.), Landschaft – Erlebnis – Reisen. Naturnaher Tourismus in Parks und UNESCO-Gebieten. Zürich. S. 191-203.
- Weixlbaumer, N., Gamper, C., Gruber, K., 2007: NABU – Naturparke Burgenland. Bedeutung der Naturparke Burgenlands für den Tourismus und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Wien.
- Wenzel, E., Kirig, A., Rauch, C., 2005: Zielgruppe LOHAS. Wie der grüne Lifestyle die Märkte erobert. Zukunftsinstitut. Kelkheim.

Österreichische Naturpark-Spezialitäten – Kulinarisches aus heimischer Kulturlandschaft

Ausgangslage und Zielsetzungen

Die „Österreichischen Naturpark-Spezialitäten“ zeigen sehr gut, wie Schutz der Natur- und Kulturlandschaft und Regionalentwicklung ineinander greifen. Durch die traditionelle Weise ihrer Erzeugung tragen die Naturpark-Spezialitäten zur Erhaltung der typischen Kulturlandschaften in den Naturparks bei. Die augenfälligsten Beispiele dabei sind Almen, Trockenrasen und Streuobstwiesen, die bei einer Aufgabe oder Änderung der Bewirtschaftung verloren gehen würden. Bauern und Bäuerinnen sind als Landbewirtschaftler daher eine der wichtigsten Zielgruppen in der Naturpark-Arbeit: von ihrem Tun und Lassen hängt ein großer Teil des Erscheinungsbildes des Naturparks ab.



Landschaftsbild Streuobstwiese
(Foto: © Franz Kovacs)

Vielen Naturparks und dem VNÖ ist es daher schon seit mehreren Jahren ein Anliegen, kulinarische Spezialitäten (mit-) zu entwickeln und zu unterstützen. Einige gute Beispiele dazu sind in diesem Band im Kapitel „Inwertsetzung der Landschaft durch Produkte“ beschrieben. Gemeinsam mit dem VNÖ haben die Naturparke die Marke „Österreichische Naturpark-Spezialitäten“ entwickelt.

12 Jahre „Österreichische Naturpark-Spezialitäten“



Weihnachtskistl „Wilde Weihnachten“ mit Xeis-Hirschschenken (Naturpark Steir. Eisenwurzen), Preiselbeeren (Naturpark Sölkktäler) und dem dazu passenden Rotwein aus dem Naturpark in der Weindylle

Begonnen wurde um das Jahr 2000. Gleichzeitig mit konzeptuellen Überlegungen zu einer Dachmarke „Österreichische Naturpark-Spezialitäten“ wurde ein praktisches Pilotprojekt, die Vermarktung von „Naturpark-Weihnachtskistln“, einer Zusammenstellung von Naturpark-Spezialitäten aus allen Teilen Österreichs, gestartet. Das Kistl-Angebot wurde in den folgenden Jahren immer ausdifferenzierter, zudem griffen einzelne Naturparke die Idee auf und vermarkteten ihre eigenen Geschenk- und Weihnachtspakete. 2002 stieg die Zahl der insgesamt vom VNÖ und den einzelnen Parks vermarkteten Weihnachtspakete auf über 1.000. Überproportional mitgewachsen sind aber auch die Kosten für den Transport aus den Naturparks zum Verband der Naturparke nach Graz und von hier wieder zu den KonsumentInnen. Die praktikablere und umweltgerechtere Variante war und ist schlussendlich die Vermarktung der „Weihnachtskistln“ auf Naturparkebene.

Auf Stufe des Verbandes wurden gemeinsame Qualitätskriterien für Naturpark-Spezialitäten erarbeitet, ein Logo und eine Designlinie entwickelt. Bei den Kriterien kommt es

neben der guten Qualität (geschmacklich, sensorisch, in der Art der Präsentation, etc.) vor allem auch auf die Herkunft aus dem Naturpark und den Beitrag zur Erhaltung der Kulturlandschaft in der Erzeugung an.

Fokus auf Weiterbildung und Marketingaktivitäten

In den letzten 3 ½ Jahren wurde im Rahmen von zwei Projekten, die von EU, Lebensministerium und den Ländern finanziert wurden, stark auf Weiterbildung und auf Marketingaktivitäten gesetzt. Zwei Fachexkursionen führten in den Biosphärenpark Rhön im Dreiländereck Bayern-Hessen-Thüringen und in den Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord, jene beiden Regionen in Deutschland, in denen Landwirtschaft, Naturschutz und Tourismus eng und erfolgreich zusammenspielen.

Verschiedene Seminare und Workshops beschäftigten sich direkt vor Ort in den Naturparks mit Streuobst-, Wildobst- und Kräuterprodukten – vom Apfelessig bis zum Melissensirup. Ein weiteres wichtiges Thema war die Präsentation der Naturpark-Spezialitäten in Naturpark- oder Dorfläden.

In zahlreichen Veranstaltungen – teils überregional, teils auf Naturparkebene – wurden die „Naturpark-Spezialitäten“ und damit gleichzeitig auch die Naturparke präsentiert. Höhepunkte dabei waren im Mai 2012 die Präsentationen der Spezialitäten anlässlich der 50-Jahr-Feier der Österreichischen Naturparke in Schönbrunn und der Aktionstag „Grünzeug von der Wiese“ in der Grazer Herrengasse.

Zwischenstand Mitte 2012: Derzeit gibt es in den 20 am Projekt beteiligten Naturparks 214 Produzenten und Produzentinnen. 137 Produkte kamen in den letzten drei Jahren neu zur Produktpalette der Naturpark-Spezialitäten hinzu.



Lammfleisch-Spezialitäten aus dem Naturpark Südsteirisches Weinland (Foto: © Nicole Strieder)

Highlights dabei sind: Sekt, Frizzante, Saft und Most, Marmeladen aus alten Obstsorten wie der Hirschbirne, dem Maschanzker- oder dem Weberbartl-Apfel, Honig- und Kräuterspezialitäten, Schaf- und Ziegenkäse, Wild- und Rinderwurstspezialitäten, frische und geräucherte Fische. In fast jedem Naturpark gibt es eine Vermarktungseinrichtung für Naturpark-Spezialitäten, sei es ein Naturpark- oder Dorfladen (sechs davon neu bzw. neu gestaltet), Naturpark-Regale in den Hotels in den stärker touristisch geprägten Naturparks oder einen wöchentlichen

Naturpark-Bauernmarkt. Zwei Webshops sind im Aufbau befindlich.

Ausblick

„Naturpark-Spezialitäten“ sind inzwischen ein wichtiges Angebot in vielen Naturparks. Sie kristallisieren sich auch zunehmend als wichtiger touristischer Baustein für Naturparkregio-



Gestaltung Biothek/Spitz, Naturpark Jauerling-Wachau (Foto: © Marelli Asamer-Handler)

nen heraus. Marktuntersuchungen zeigen, dass für einen erheblichen Teil der Urlaubsgäste eine schöne, gepflegte Landschaft und kulinarische Erlebnisse wichtige Motive sind, eine Urlaubsregion auszuwählen. Zwischen „Naturpark-Spezialitäten“ und Tourismus besteht auf drei verschiedenen Ebenen ein Zusammenhang:

1. Landschaftsbild – Beitrag der „Naturpark-Spezialitäten“ durch die traditionelle Art ihrer Produktion.
2. Kulinarik an sich – regionale Spezialitäten, Verkauf in Läden und Gastronomie.
3. Touristische Angebote zur Kulinarik: z.B. der Kirschblüten- und der Hirschenwanderweg oder Natur- und Landschaftsführungen zu kulinarischen Themen.



Apfelführung ins Obstparadies, Naturpark Raab-Örség-Goričko (Foto: © Franz Kovacs)

Die Weiterarbeit wird daher ihren Fokus in einer verstärkten Zusammenarbeit mit der Gastronomie und in der Entwicklung von touristischen Angeboten zur Kulinarik haben. So kann das positive Image der Naturpark-Spezialitäten für die Naturparkregion, die ProduzentInnen und den Tourismus genutzt werden.

Weitere Informationen

Verband der Naturparke Österreichs • „Österreichische Naturpark-Spezialitäten“



DI Marelli Asamer-Handler, Manuela Reinhart
Alberstraße 10, 8010 Graz
Tel.: ++43 (0) 316 / 31 88 48-99
E-Mail: office@naturparke.at
Web: www.naturpark-spezialitaeten.at

Arbeit und Regionalentwicklung

Erfahrungen des gemeinnützigen Beschäftigungsprojektes „NuP Aktiv – Arbeitsplätze in NÖ. Naturparken“

Zur Situation in Niederösterreich

Die Ergebnisse der Forschungsarbeit Naturparke in Österreich – Instrumente einer nachhaltigen Regionalentwicklung¹ aus dem Jahr 1996 verdeutlichen den hohen Stellenwert von Erwerbsmöglichkeiten für eine Region. „Arbeit ist mehr als Erwerbsarbeit, und ihr gesellschaftlicher Nutzen lässt sich nicht danach beurteilen, ob sie bezahlt wird oder nicht. In unserer Gesellschaft kommt der Erwerbsarbeit jedoch ein besonderer Stellenwert zu, und es gibt wenig Anzeichen dafür, dass sich daran in der nahen Zukunft etwas ändern würde. Erwerbsarbeit wird gesellschaftlich noch immer anders bewertet als für die Gesellschaft zwar notwendige, aber unbezahlte Tätigkeiten. Nach wie vor ist es die Erwerbsarbeit, die zentral für Selbstbewusstsein, soziale Anerkennung und gesellschaftliche Teilhabechancen ist. Sie spielt eine zentrale Rolle bei der Vermeidung sozialer Ausgrenzungen. Qualitätsvolle, als sinnvoll erlebte Erwerbsarbeit ist ein Mittel für gesellschaftliche Integration.“² Für eine ökonomische Unabhängigkeit ist heute (bezahlte) Arbeit für Menschen ganz wesentlich. Diese Unabhängigkeit wiederum stellt eine entscheidende Grundlage für die Entwicklung und Umsetzung von selbstbestimmten Lebensentwürfen dar. Wenn Menschen dort wo sie leben wollen auch arbeiten können, kann Abwanderung verhindert werden und Entwicklung (der Region und der BewohnerInnen) stattfinden. Gleichzeitig wird Arbeit anstrengender und herausfordernder, aber auch kreativer und selbstverwirklichender. Viele Bereiche sind verloren gegangen, in denen leistungsschwächere Menschen beschäftigt werden konnten und Erwerbslosigkeit trifft heute zunehmend auch gut qualifizierte Menschen. Vielen Langzeitarbeitslosen, besonders in den strukturschwächeren Regionen Niederösterreichs, fehlt oft nichts als ein Job. Die Erfahrungen zeigen, dass der Großteil der von Arbeitslosigkeit Betroffenen unter fehlenden sozialen Kontakten, Selbstwertverlust, Armutsgefährdung und der erzwungenen Untätigkeit leidet. So wird professionelle Unterstützung in Fragen zur Laufbahn, zur Berufs- und Jobwahl, aber auch zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie immer wichtiger.



*NuP Aktiv-Mitarbeiterin führt Gäste durch den Naturpark Heidenreichsteiner Moor
(Foto: © Louise Kienzl)*

Naturparke repräsentieren eine Vielfalt an schützenswerten und reizvollen Kulturlandschaften, sie bieten ein breites Angebot an Möglichkeiten des Naturerlebens und Naturbegreifens und dienen der Bevölkerung als wertvolle Erholungsgebiete. In Niederösterreich befinden sich 23 Naturparke, darunter auch der erste Naturpark Österreichs (Sparbach). Bei seiner Gründung 1962 stand die Naherholungsfunktion für die Bevölkerung im Vordergrund. In den folgenden Jahren wurde eine Vielzahl kleinräumiger Naturparke gegründet. Eine spätere Vergrößerung dieser Areale wurde angedacht, denn es sollten für jeden charakteristischen Landschaftstyp repräsentative Naturparke installiert werden. Die nächsten Gründungen waren bereits weit größer. In den 1970er Jahren wurden die Naturparke in Niederösterreich als großzügige Erholungslandschaften gesehen, die gleichzeitig Zufluchtstätten für bedrohte Tier- und Pflanzenwelt sein sollten. Das ursprüngliche Konzept der Vergrößerung bestehen-

der Naturparke ging in den vielen Neugründungen unter, die in den 70er und 80er Jahren des 20. Jahrhunderts stattfanden. Die Finanzmittel hingegen wurden immer knapper. Niederösterreich verfügt heute über viele eher kleinere Naturparke, mit großen Unterschieden in Bezug auf die Ausstattung und die Ausgestaltung des Managements.

Die Naturparke verzeichnen in den letzten Jahren eine steigende Zahl an BesucherInnen, gleichzeitig sind aber auch deren Ansprüche an die Naturparke gestiegen. Mit dem Zusammenschluss aller Österreichischen Naturparke im Verband der Naturparke Österreichs fand eine inhaltliche Neudefinition der Naturparke statt. Durch die Erschließung neuer Finanzierungsmöglichkeiten wurde die Durchführung von Projekten möglich, die nicht aus der Basisförderung des Landes NÖ abgedeckt werden müssen. Für kleinere Naturparke in Niederösterreich stellt eine gleichwertige Abdeckung der vier Säulen eine Herausforderung dar, großräumige Naturparke sind mit einer Organisationsstruktur, die überwiegend auf Ehrenamtliche zurückgreift, bei der Verwaltung ihrer Areale und Einrichtungen stark gefordert. Für eine Weiterentwicklung, die heutigen Anforderungen entspricht, sind dadurch meist keine Kapazitäten mehr frei. Der Bedarf an MitarbeiterInnen in den Naturparken Niederösterreichs ist nach wie vor sehr groß. Sie werden zur Durchführung von Pflegemaßnahmen und Erhaltungsarbeiten benötigt. Zudem entlasten sie ehrenamtliche MitarbeiterInnen und machen Ressourcen frei für eine Weiterentwicklung und zur Umsetzung von zusätzlichen Projekten.

Der Verband der Naturparke Österreichs reagierte 1999 auf diese Situation mit der Konzeption und Umsetzung eines gemeinnützigen Beschäftigungsprojekts für steirische Naturparke. Im Jahr 2001 startete das Nachfolgeprojekt in Niederösterreich „NuP Aktiv – Arbeitsplätze in NÖ. Naturparken“.

Ziele und Arbeitsweise von NuP Aktiv

NuP Aktiv ist eine Schnittstelle, an der die Aufgaben und Ziele des Verbandes mit denen der Arbeitsmarktpolitik und den Interessen des Landes Niederösterreich zusammengeführt werden. Dabei richtet sich das Projekt im Wesentlichen an drei Gruppen und schafft eine win-win Situation für alle Beteiligten. Das Projekt bietet Qualifizierung und Beschäftigung in Form von befristeten Arbeitsplätzen an. Es unterstützt Frauen und Männer aus den niederösterreichischen Naturparkgemeinden bei der Umsetzung ihrer beruflichen Ziele und beim (Wieder-)Einstieg ins Erwerbsleben. Die Naturparke profitieren von den zusätzlichen Arbeitskräften und werden durch die über das Projekt beschäftigten Personen in ihrer Arbeit unterstützt. Als Anliegen des Gemeinwohls werden Menschen beruflich qualifiziert, aber auch in ihrer Fähigkeit zum kritischen Denken und selbstverantwortlichen Handeln gefördert. Dies wiederum erhöht die Chancen der Vermittelbarkeit und einer Reintegration in den regulären Arbeitsmarkt.

NuP Aktiv ist ein überregionales Projekt, die Zusammenarbeit steht prinzipiell allen regionalen AMS-Geschäftsstellen und Naturparken Niederösterreichs offen. Es ist als Netzwerkorganisation aufgebaut mit der Zielsetzung ein zielgerichtetes System der Zusammenarbeit zu organisieren, zu kontrollieren und auszuwerten. Aufgabe hierbei ist die Qualifizierung und individuelle Unterstützung der einzelnen MitarbeiterInnen bei der Integration in den Arbeitsmarkt. Eingebunden sind verschiedene Organisationen und Personen, gebündelt werden die Aktivitäten im Projektbüro in Wien. Die Projektleitung und die Büroadministration kümmern sich um die Rahmenbedingungen und um einen reibungslosen Ablauf des Projektes. Die Arbeitsplätze in den Partner-Naturparken geben den MitarbeiterInnen Stabilität und ein Stück Selbstvertrauen zurück, über die Arbeitsanleitung werden berufsbezogene Fertigkeiten vermittelt. Die sozialpädagogische Betreuung unterstützt in spezifischen, die Arbeitswelt tangierenden Fragestellungen. Das Outplacement leitet und begleitet die Jobsuche.

Bezogen auf die Arbeitsweise wird von einem ExpertInnen-ExpertInnen-Modell ausgegangen: dabei sehen wir den/die MitarbeiterIn als ExpertIn für sein/ihr berufliches Wollen und das Projekt als Experte für den Prozess. Leitlinien der Arbeit sind wechselseitiges Respektieren, gemeinsames Reflektieren und Kooperieren um realistische Lösungen. Ein wesentlicher Fokus ist, die MitarbeiterInnen in der Nutzung ihrer eigenen Ressourcen zu stärken. NuP Aktiv ist somit ein Konstrukt, mit der zentralen Aufgabe des Schaffens von Räumen und Strukturen, die Kommunikation ermöglichen und dadurch Entwicklung vorantreiben. Dabei steht ein weites Spektrum zwischen Machbarkeit und Ohnmacht zur Verfügung, das es auch in den nächsten Jahren zu gestalten gilt.

Beiträge zur Regionalentwicklung

Regionalentwicklung als Konzept der Raumordnung zielt auf die sozioökonomische Entwicklung einer Region, verstärkt durch die Nutzung regionseigener Potentiale, ab. Dabei sind sowohl Entwicklungspotenziale im wirtschaftlichen als auch im sozialen Bereich mit einbezogen. In folgenden Bereichen vermag das Beschäftigungsprojekt an einer nachhaltigen Entwicklung im ländlichen Raum beizutragen:

- **Arbeitsplätze**

„NuP Aktiv – Arbeitsplätze in NÖ. Naturparks“ bietet befristete Arbeitsplätze an. In den Jahren 2001 bis 2009 variierte die Anzahl der Plätze je nach Bedarf der Naturparke. Seit 2010 verfügt das Projekt über 13 Transitarbeitsplätze pro Jahr, diese werden in enger Zusammenarbeit mit den Partner-Naturparks verteilt. In den 12 Jahren des Bestehens konnten so über 130 Menschen im Projekt beschäftigt werden. Vom Angebot der Arbeitsplätze profitieren neben den arbeitssuchenden Personen sowohl die Naturparke, als auch das Arbeitsmarktservice.

NuP Aktiv stellt in den NÖ. Naturparks Dienstleistungen für die Allgemeinheit zur Verfügung. Das Produkt von NuP Aktiv sind lebendige Naturparke, welche durch die landschaftlichen Reize und das Engagement der Menschen für eine nachhaltige Entwicklung in ihrer Region eine Rolle spielen. Es stehen vielfältige Arbeitsbereiche zur Verfügung, z.B.: Handwerk, Landschaftspflege, Bürotätigkeiten, Arbeit in den Naturpark-Informationszentren (Verkauf, Gastronomie) und die Mitarbeit bei spezifischen Naturparkprojekten (Öffentlichkeitsarbeit, Wegemanagement, Naturparkbetreuung). Durch die genannten Dienstleistungen soll die touristische Infrastruktur der Naturparke (Wege, Beschilderung, Veranstaltungsangebot und Vermarktung) in Stand gehalten und verbessert werden. Das „Produkt“ von NuP Aktiv sind also attraktivere Naturparke, die verstärkt BesucherInnen anziehen.

- **Bildung**

Naturparke sollen Modellregionen für nachhaltige Entwicklungen sein, in denen das Miteinander im Mittelpunkt des Geschehens steht. NuP Aktiv bietet arbeitssuchenden Frauen und Männern aus den Naturparkgemeinden die Möglichkeit, sich in einem Arbeitsverhältnis zu erproben, zu stabilisieren und weiter zu entwickeln. Da Bildung weit mehr ist als Wissen, begleitet NuP Aktiv die MitarbeiterInnen bei der beruflichen (Neu-)Orientierung, berät bei der Bewältigung persönlicher Problemstellungen, die einer Arbeitsaufnahme entgegen stehen und unterstützt bei der Umsetzung beruflicher Ziele. Gruppensettings ergänzen hierbei Einzelsettings. So soll Selbstbestimmung, selbstverantwortliches Urteilen und Handeln gestärkt werden – ganz im Sinne des Subsidiaritätsprinzips (Hilfe zur Selbsthilfe) der Regionalentwicklung. NuP Aktiv MitarbeiterInnen leben in der Region, so stehen ihre Erfahrungen und ihr Wissen auch nach ihrer Zeit im Beschäftigungsprojekt der Gesellschaft und der Naturparkregion zur Verfügung.

- **Soziale Orte**

Unsere Erfahrung zeigt, dass gerade die kleineren Naturparke in Niederösterreich eine wichtige Rolle als Treffpunkt für die (lokale) Bevölkerung spielen. Oft sind sie Orte, zu denen Teile der Bevölkerung eine persönliche Beziehung aufgebaut haben, sie gehören in gewisser Hinsicht einfach zum Leben dieser Menschen. Sie sind Orte, die jederzeit und von allen Bevölkerungsschichten zur Erholung oder Entspannung aufgesucht werden können. Die Menschen treiben Sport, Kinder spielen, man/frau sieht sich und wird gesehen, Kontakte werden gepflegt, Informationen ausgetauscht. Dabei laufen Wertschätzung, Vertrauen und Identifikation als emotionale Prozesse bei den NutzerInnen ab. Das relativistische Raumkonzept versteht den physischen Raum als Manifestation des gesellschaftlichen Raumes. Räume werden so als Träger von subjektiven und/oder sozio-kulturellen Bedeutungen verstanden.³ Das Beschäftigungsprojekt trägt zur Erhaltung dieser wichtigen sozialen Orte bei.

- **Ehrenamtliches Engagement**

Ehrenamtliche Arbeit wird definiert als eine Leistung für andere. Neben einer wirtschaftlichen Funktion leistet Ehrenamt auch einen wichtigen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenleben, den Zusammenhalt und die Solidarität.⁴ In den Naturparks Niederösterreichs engagieren sich viele ehrenamtliche MitarbeiterInnen. Das Naturparkmanagement ist dabei Drehscheibe für viele wichtige Bausteine zur Umsetzung von nachhaltigen Entwicklungsprozessen. In den Naturparks wird es in Zukunft umso wichtiger sein, die enge Zusammenarbeit der verschiedenen AkteurInnen, sei es im haupt- oder ehrenamtlichen Bereich, zu fördern und zu unterstützen, um das angestrebte Ziel einer nachhaltigen Entwicklung für die entsprechende Region zu erreichen. Auch hier unterstützt das Beschäftigungsprojekt durch Wertschätzung und Entlastung der ehrenamtlich Tätigen.

Arbeitsschwerpunkte und Ausblick

Im Rahmen des Beschäftigungsprojektes konnten während der ersten 12 Projektjahre mithilfe von 134 MitarbeiterInnen zahlreiche Projektideen in den Naturparks entwickelt und in die Tat umgesetzt werden. Dadurch wurden wichtige Impulse zur Weiterentwicklung der Naturparkidee in Niederösterreich gesetzt.

In den ersten Jahren diente NuP Aktiv verstärkt als Probeort, viele MitarbeiterInnen konnten in den Gemeinden bzw. Naturparks weiterbeschäftigt werden. Seit 2009 ist hier eine deutliche Veränderung spürbar. Die Naturparkvereine haben sich einen kleinen Pool an MitarbeiterInnen aufgebaut, hinzu kommt die angespannte finanzielle Situation vieler Gemeinden und der Naturparkvereine. Dies macht ein Forcieren der Vermittlung an Außenadressanten notwendig. Das wiederum birgt veränderte, höhere Anforderungen an die sozialpädagogische Betreuung in sich, wie auch veränderte Bedingungen für die MitarbeiterInnen und die Naturparke. Diese Entwicklungen und ein steigender Betreuungsbedarf veranlasste die Projektleitung erstmals im Projektkonzept 2009 ein Budget für sozialpädagogische Betreuung einzureichen. Seit 2010 werden die MitarbeiterInnen von einem 3-köpfigen Betreuungsteam noch zusätzlich in den Bereichen sozialpädagogische Betreuung und Outplacement unterstützt. Ein Betreuungsfahrplan gibt hier die Richtung vor und lässt doch genug Spielraum, um eine individuelle Unterstützung zu gewährleisten. Die Aufgaben sind nach Projektphasen (Probezeit, Stabilisierungsphase, Orientierungsphase, Jobsuche, Austritt) und Themenschwerpunkten gegliedert. Parallel zur Erarbeitung des Betreuungskonzeptes wurde an einem System zur Qualitätssicherung gearbeitet. Dieses System hat einerseits die Aufgabe, die vom Auftraggeber geforderten Standards einzuhalten (AMS-Richtlinie), andererseits soll die Zufriedenheit von externen wie internen Auftraggebern (AMS, VNÖ), Teilnehmenden

(Transitarbeitskräfte) und externen wie internen KooperationspartnerInnen (Betreuungsteam, Team der Naturparke) durch Verbesserung der Strukturen und kontinuierliche Weiterentwicklung des Projektes gesteigert werden. Die Qualität der Dienstleistung und ihre Wirksamkeit soll messbar gestaltet und nachgewiesen werden. Dabei geht es nicht nur um Qualitätskontrolle und -sicherung, sondern darum, die Qualität des Projektes in einem ständigen Prozess weiterzuentwickeln. Hierzu wurde ein, *für die Größe und spezifische Situation von NuP Aktiv adäquates*, Qualitätsarbeits-System erarbeitet.

Auch mit dem nach wie vor gesellschaftlich aktuellen Thema der Gleichstellung und Chancengleichheit (Gender Mainstreaming) setzt sich das Beschäftigungsprojekt auseinander.



Naturparke als soziale Orte
(Foto: © Louise Kienzl)

Bereits praktizierte Maßnahmen zur Gleichstellung von weiblichen und männlichen ArbeitnehmerInnen sind die gleiche Entlohnung für gleiche Arbeit, das Schaffen von möglichst gleichen Zugangschancen für die angebotenen Arbeitsplätze und die bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Ein Schwerpunkt ist das vermehrte Angebot an WiedereinsteigerInnen. Das ursprünglich männlich dominierte Berufsbild der Naturparkpflege wird, wie schon in den vergangenen Jahren, mit Arbeitskräften unabhängig von ihrem Geschlecht besetzt. Neben der Verwendung einer mündlich und schriftlich geschlechtergerechten Sprache und einer konsequenten Thematisierung

ist Gender-Mainstreaming auch fixer Bestandteil der sozialen Qualifizierung im Projekt. Wichtig ist hier, die Begrifflichkeit zu übersetzen und „Gender“ für das soziale Geschlecht in Abgrenzung zum biologischen Geschlecht zu definieren. Vermittlung des Gedankens, dass Gender Mainstreaming auch eine Rücksichtnahme auf männliche Standpunkte inkludiert, also für Gleichstellung steht und sich damit vom Feminismus unterscheidet – gerade dies zu thematisieren, ist besonders wichtig. Somit wird „Gender“ nicht nur als Verpflichtung auf der einen Seite vermittelt, sondern vor allem als ein Bewusstseinsprozess, wo jede/r mitmachen kann.

Finanzielle Aspekte

Das Projektbudget für 2012 beträgt rund € 487.000,-. Die Finanzierung von NuP Aktiv erfolgt durch das Arbeitsmarktservice NÖ, das Land NÖ (Abteilung Naturschutz und Abteilung ArbeitnehmerInnenförderung), sowie durch Eigenmittel der Naturparke. Letztere leisten einen Anteil an den Personalkosten und bringen die Arbeitszeit von Fachkräften (zur Arbeitsanleitung sowie zur internen Qualifizierung) und Sachmittel (Werkzeuge, Räumlichkeiten, Reisekosten, Büromaterialien) als Eigenmittel ins Beschäftigungsprojekt ein.

Weitere Informationen

Verband der Naturparke Österreichs • „NuP Aktiv – Arbeitsplätze in NÖ. Naturparken“
Große Pfarrgasse 25/19 • 1020 Wien • Tel.: ++43 (0)1 / 216 32 72
E-Mail: nup-aktiv@naturparke.at • Web: www.naturparke.at

Quellenhinweise

- ¹Verband der Naturparke Österreichs (Hrsg.), 1996: Naturparke in Österreich – Instrumente einer nachhaltigen Regionalentwicklung. Graz.
- ²Caritas der Erzdiözese Wien (Hrsg.), 2012: Erwerbsarbeit & Erwerbslosigkeit; Working Paper der Grundlagenabteilung. Redaktion Martina Kargl. Seite 1.
- ³Kaspar H., Bühler E.: Räume und Orte als soziale Konstrukte. http://www.geo.uzh.ch/microsite/nfp54/docs/Artikel1_SOSPA.pdf (Stand: 27.08.2012).
- ⁴Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, 2009: 1. Bericht zum freiwilligen Engagement in Österreich. Wien.

Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen

Ausgangslage

Die Österreichischen Naturparke haben sich im Oktober 1995 zu einem Dachverband, dem Verband der Naturparke Österreichs zusammengeschlossen. Ziel dieser Kooperation ist die positive Entwicklung der österreichischen und steirischen Naturparkregionen.

In der Steiermark selbst gibt es nunmehr sieben Naturparke (Eisenwurzen, Pöllauer Tal, Zirbitzkogel-Grebenzen, Sölk-täler, Südsteirisches Weinland, Mürzer Oberland und Almenland). In den 60er Jahren waren Naturparke ursprünglich als Erholungsgebiete konzipiert. Die ersten Naturpark-Gründungen in Niederösterreich, in der unmittelbaren Umgebung von Wien, gehen auf diese Intensionen zurück. Erst später wurde versucht, durch Naturpark-Gründungen besondere Kulturlandschaften in ihrem Erscheinungsbild nachhaltig zu sichern, ein Beispiel dafür stellt das Bundesland Steiermark dar.

Um die zukünftige Position der Österreichischen Naturparke im Rahmen der Naturschutzgesetzgebung und der unterschiedlichen Schutzgebietskategorien zu bestimmen hat eine Koordinationsgruppe, bestehend aus VertreterInnen der Naturparke und der Naturschutzabteilungen der betreffenden Bundesländer, einen Entwurf vorgelegt, der im August 1999 vom Vorstand des Verbandes der Naturparke Österreichs einstimmig genehmigt wurde. Neben den Zielsetzungen und einer Beschreibung der genannten drei gesetzlichen Funktionen, die Naturparke in Österreich zu erfüllen haben (Schutz, Erholung, Bildung) wurde ein vierter Funktionsbereich definiert. So sollen in Zukunft Naturparke auch als Instrument einer integrierten Regionalentwicklung dienen und Entwicklungsimpulse durch intensive Kooperationen, beispielsweise mit der Landwirtschaft und dem Tourismus, geben. Neben dem gesetzlich abgedeckten traditionellen Natur- und Landschaftsschutz, sollen damit Maßnahmen gesetzt werden, die die Nachhaltigkeit in der Region sichern.



*Ein Teil des Teams 2012 in der Palfauer Wasserlochklamm im Naturpark Steirische Eisenwurzen
(Foto: © Andreas Kristl)*

Die Errichtung von Naturparks ist gerade in ländlichen Regionen eine Chance, um eine ökologisch verträgliche, aber auch nachhaltige, wirtschaftliche Entwicklung anzuregen. Die Österreichischen Naturparke forcieren ein gleichrangiges Miteinander der Funktionen Schutz, Erholung, Bildung und Regionalentwicklung und können somit als Modellregionen für eine nachhaltige Entwicklung bezeichnet werden.

Eine solche Entwicklung kann jedoch nur durch eingehende Planung und konsequente Umsetzung von regional bezogenen Projekten erreicht werden. Eine Realisierung solcher Projekte ist dabei ohne den Einsatz von geeigneten hauptberuflich beschäftigten Personen nicht möglich. Der Geschäftsführer des Verbandes der Naturparke Österreichs, Franz Handler, hat aus dieser Konsequenz heraus die Idee für das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ entwickelt. Mit der Projektvorbereitung wurde bereits 1999 begonnen. Zuerst

wurden die damaligen vier Steirischen Naturparke (Steirische Eisenwurzten, Grebenzen, Sölkttäler und Pöllauer Tal) sowie die Naturpark-Projekte kontaktiert. Die Gespräche mit den Verantwortlichen der Steirischen Naturparke (Obmänner, Bürgermeister) zeigten, dass der Personalbedarf in den steirischen Naturparks grundsätzlich sehr groß war.

Es stellte sich heraus, dass in den unterschiedlichsten Bereichen dringender Handlungsbedarf bestand. Neben Naturpark-BetreuerInnen, wurden Naturpark-PflegerInnen, Personen für die Öffentlichkeitsarbeit und den Bereich Naturpark-Produktmarketing, AusstellungsbetreuerInnen, BetreuerInnen für Infozentren, BetreuerInnen für wissenschaftliche Projekte, Naturparkprojekt-ManagerInnen und SekretärerInnen gesucht. Weiters zeigte sich, dass die einzelnen Naturparkvereine nicht über die nötigen finanziellen Ressourcen verfügten, die es ihnen ermöglichen würden, ihre Personalvorstellungen in die Realität umzusetzen. Dies wurde besonders bei den Naturparkprojekten, die vom Land Steiermark keine entsprechende Basisfinanzierung erhielten, deutlich.

Gerade dieser Mangel an engagierten MitarbeiterInnen machte es auf der Ebene der Naturparke aber oft sehr schwierig oder verhinderten überhaupt diverse Projekte und Initiativen zu realisieren, die für die regionale Entwicklung aber wesentlich gewesen wären. Dies führte zur Überlegung, wie einerseits die Kontinuität der begonnen Arbeiten gewährleistet werden könnte und wie andererseits die vielfältigen Aufgaben und Chancen in den Naturparkregionen in Zukunft wahrgenommen werden könnten. In diesem Zusammenhang erschien es dringend notwendig, die Steirischen Naturparke im Personalbereich zu unterstützen bzw. einen Weg zu finden, um Jobs in den Steirischen Naturparks zu finanzieren.

Aus diesem Grund wurde eine Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice Steiermark (AMS) gesucht. Die Folge dieser Kooperation war das gemeinnützige Beschäftigungsprojekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“, das am 01. Mai 2000 in sein allererstes Projektjahr startete.

Ein gemeinnütziges Beschäftigungsprojekt (GBP) ermöglicht arbeitslosen Personen aus den jeweiligen Naturparkregionen einen Wiedereinstieg ins Berufsleben. Gleichzeitig werden aber die Lohnkosten zu einem Großteil vom AMS getragen. Das Land Steiermark hat 1997 eine Trägergesellschaft gegründet, die Projekte in den Bereichen Wissenschaft, Umwelt und Kultur logistisch, aber auch finanziell unterstützt. Die St:WUK (Steirische Wissenschafts-, Umwelt- und Kulturprojekträger GmbH) konnte als zusätzlicher Projektpartner gefunden werden und fungiert seit dem Mai 2000 als Träger des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“.

Die Projektpartner im Überblick

Projektpartner sind das AMS Steiermark, die St:WUK, der Verband der Naturparke Österreichs als Initiator der Projektidee und die sieben steirischen Naturpark-Vereine. Ein weiterer wichtiger Projektpartner ist der Verein „Naturparke Steiermark“ als Zusammenschluss der Steirischen Naturparke.

Sowohl der Verband der Naturparke Österreichs als auch alle sieben Steirischen Naturparke sind als Vereine organisiert. Die Steirischen Naturparke haben sich zum Verein „Naturparke Steiermark“ zusammengeschlossen, der als Bindeglied zwischen den Steirischen Naturparks, den jeweiligen Tourismusverbänden, dem Verband der Naturparke Österreichs und der Steiermark-Werbung dient.

Weitere wichtige Projektpartner sind die zuständigen Fachabteilungen der Steiermärkischen Landesregierung:

- FA12A/B Tourismus
- FA13C Naturschutz
- FA16 Landes- und Gemeindeentwicklung
- FA6B Bildung/Pflichtschulen
- FA10A Ländliche Entwicklung

Eine sehr enge Kooperation besteht weiters mit der Naturpark Akademie Steiermark, die zu den wichtigsten Umweltbildungseinrichtungen in der Steiermark zählt.

Die Arbeit in den Naturparks ist als enge Kooperation der Naturparkgemeinden mit den Tourismusverbänden und dem eigentlichen Naturpark-Verein (mit geschäftsführender Person und Obmann) charakterisiert. Viele weitere regionale Vereine und gemeinnützige Institutionen sind in die Projektentwicklung eingebunden.

Auch im Rahmen von Leader 2007 bis 2013 sind die Steirischen Naturparke sehr aktiv. Der Naturpark Südsteirisches Weinland und der Naturpark Almenland sind eigene Leader-Regionen. Der Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen ist Teil der Leader-Region Holzwelt Murau, der Naturpark Eisenwurzen ist Teil der Leader-Region Gesäuse und Eisenwurzen, der Naturpark Sölk-täler ist Teil der Leader-Region Bergregion Oberes Ennstal, der Naturpark Mürzer Oberland ist Teil der Leader-Region Mariazellerland-Mürztal und der Naturpark Pöllauer Tal ist Teil der Leader-Region Oststeirisches Kernland.

Neben den Naturpark-Vereinen treten bisweilen aber auch die Tourismusverbände der Naturparke (z.B. Tourismusverband Naturpark Mürzer Oberland oder Tourismusverband Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen) oder weitere gemeinnützige Vereine und Initiativen in den Naturparks als Projektpartner auf. So z.B. der „Burgverein Steinschloss“ im Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen oder die „IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal“.

Die St:WUK im Speziellen

Die St:WUK wurde im Jahr 1997 gegründet und stellt eine Institution zur Unterstützung von (wissenschaftlichen) Projekten im Interesse der Umwelt, des Tourismus und der Kultur dar. Diese Zielsetzung geht darüber hinaus auch aus dem Gesellschaftsvertrag der St:WUK hervor: der Unternehmensgegenstand bezieht sich demnach auf die Durchführung von praxisnahen Projekten, die auf den Erkenntnissen der Naturwissenschaften, der technischen Wissenschaften, der Humanmedizin, der Land- und Forstwirtschaft inklusive der Veterinärmedizin, der Sozialwissenschaften, der Geisteswissenschaften und der Kulturwissenschaften basieren oder damit in Zusammenhang stehen, wie Naturschutz- und Kulturprojekte. Des Weiteren ist im Gesellschaftsvertrag festgelegt, dass die St:WUK nicht auf Gewinn ausgerichtet ist und sie ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne der Bundesabgabenordnung verfolgt. Alleineigentümer der Gesellschaft ist das Land Steiermark.

Die St:WUK übernimmt neben der Arbeitgeberfunktion auch die Projektkostenvorfinanzierung sowie eine teilweise Mitfinanzierung der Projektkosten. Als Arbeitgeber schließt die St:WUK Dienstverhältnisse mit beschäftigungslosen – durch das AMS förderbaren – Personen für einen bestimmten Zeitraum ab. Die Zielgruppe der Personen, mit denen Dienstverhältnisse abgeschlossen werden, wird in der Förderevereinbarung mit dem AMS festgelegt. Durch die Schaffung von – zumindest befristeten – Arbeitsverhältnissen und den Einsatz der MitarbeiterInnen in praxisnahen Projekten soll eine Stabilisierung und Qualifizierung der Ar-

beitskräfte mit dem Ziel der Integration in den ersten Arbeitsmarkt erfolgen. Neben der Integration langzeitbeschäftigungsloser Personen gelingt durch die Projektarbeit vielfach auch die Schaffung gänzlich neuer Arbeitsplätze.

Die Auswahl der Projekte, die im Rahmen einer Zusammenarbeit mit der St:WUK durchgeführt werden, obliegt der Geschäftsführung, die bei dieser Aufgabe von einem wissenschaftlichen Beirat, dem sämtliche Projekte zur Begutachtung vorgelegt werden, fachlich unterstützt wird. Die endgültige Entscheidung über die Durchführung eines Projektes bleibt dem Eigentümer – dem Land Steiermark – durch Regierungsbeschluss vorbehalten.

Die Abwicklung der Projekte erfolgt in sehr enger Kooperation mit dem AMS Steiermark und den unterschiedlichen Abteilungen des Landes Steiermark (A3, FA11A, FA19A, FA19D und FA13C). Diese Vorgangsweise hat sich in der Vergangenheit sehr bewährt, da dadurch sowohl inhaltliche Synergieeffekte erzielt als auch die Finanzierung einzelner Projekte auf eine sehr breite Basis gestellt werden konnten.

Ein Überblick über die St:WUK:

Gründung:	10.03.1997
Gesellschafter:	Land Steiermark (100%)
Finanzierung:	<ul style="list-style-type: none">• AMS Steiermark (Lohnkosten SK und TK)• Land Steiermark – A3 (Basissubvention; u.a. für die Zuschüsse zu den Projektkosten und Lohnkosten der SK verwendet)• Land Steiermark – FA11A (Lohnkosten TK)• Land Steiermark – FA19A, FA19D und FA13C (Zuschüsse zu den Projektkosten)
Projekte im Jahr 2012/2013:	<p>Umwelt und Natur</p> <ul style="list-style-type: none">• Au(s)blicke Gosdorf,• Haus der Energie• LINK• Wasserland• Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen <p>Kunst und Kultur</p> <ul style="list-style-type: none">• ASIST – Villa Retznei• Archäologische Grabungen im Kulturpark Hengist• CIG – Creative Industries Graz• MuSiS (mit Holzwelt Murau)• stART – styrian ART• Kultur schafft Arbeit
Durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten:	98 Frauen, 52 Männer
Kollektivvertrag:	angewendet wird der BAGS-KV

Zielsetzungen und Inhalte

Die Schaffung zukunftsorientierter Arbeitsplätze und die damit verbundene Verhinderung der Abwanderung werden für die Zukunft ländlicher Regionen von immer größerer Bedeutung werden. So hat beispielsweise die Zahl an land- und forstwirtschaftlichen Betrieben in Österreich zwischen 1980 und 2010 um 46% abgenommen. Waren 1951 in Österreich noch etwa 1,6 Mio. Menschen in der Land- und Forstwirtschaft beschäftigt, waren es 2010 nur noch

etwas mehr als 400.000, was einer Abnahme um 75% entspricht (Quelle: Statistik Austria; Agrarstrukturerhebung; Juni 2012).

Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, einerseits neue Arbeitsplätze in den steirischen Naturparkregionen zu schaffen und andererseits bereits vorhandene Arbeitsplätze in den Bereichen Tourismus, Gewerbe und vor allem in der Landwirtschaft langfristig zu sichern. Die MitarbeiterInnen im Projekt, die in den Bereichen Naturparkbetreuung und Naturparkmanagement tätig sind, erhalten dabei die nötige Qualifizierung für die Planung und Durchführung von Projekten auf regionaler Ebene. Allen am Projekt beteiligten Personen soll mit dem Projekt die Möglichkeit gegeben werden, in ihrer Heimat-Region, in ihrem Naturpark zu arbeiten. Damit verhindert das Projekt, dass weitere Menschen aus diesen ländlichen Naturpark-Regionen aufgrund des Fehlens von Arbeitsplätzen abwandern.

In Folgenden sind die Ziele des vorliegenden Projektes unter verschiedenen Gesichtspunkten zusammengefasst.

1. Arbeitsmarktpolitische und gesellschaftliche Ziele

Das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ hat folgende Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt und die Gesellschaft und bewirkt somit:

- Schaffung von innovativen Arbeitsplätzen in den steirischen Naturparkregionen, somit Schaffung von Arbeitsplätzen in strukturschwachen Regionen, die mit starken Abwanderungstendenzen zu kämpfen haben.
- Nachhaltige Sicherung von vorhandenen Arbeitsplätzen (vor allem in den Bereichen Handel, Gewerbe, Tourismus und Landwirtschaft).
- Mittel- und langfristige Schaffung neuer Arbeitsplätze in den Naturparkregionen („Initialfunktion“ der Naturpark-Arbeit).
- Senkung der Arbeitslosenzahlen in den Naturparkregionen durch die Eingliederung von Langzeitarbeitslosen, WiedereinsteigerInnen bzw. „Älteren“ in den Arbeitsprozess.
- Qualifizierung von Arbeitskräften (Ausbildung von Fachkräften) für die speziellen Anforderungen an die Tätigkeit im Naturpark (z.B. durch die Ausbildung zum/zur Natur- und LandschaftsführerIn).

2. Sozialpädagogische Ziele

Hier sind vor allem die positiven Effekte durch das „In-Beschäftigung-bringen“ für die/den Einzelne/n zu nennen:

- Abfangen von persönlichen Destabilisierungsprozessen infolge von Langzeitarbeitslosigkeit.
- Steigerung von Selbstwertgefühl und Eigenverantwortlichkeit durch Integration in die „Arbeitswelt“.
- Möglichkeit, in der „Heimatregion“ zu arbeiten.
- Die eigene Arbeit wird als sinnvoll erlebt.
- Möglichkeit der persönlichen Weiterbildung und Höher-Qualifizierung.
- Der eigene Natur- und Kulturraum kann positiv mitentwickelt werden.

Ein besonders wichtiger Effekt ist die Tatsache, dass die Naturparkregion als Wirtschaftsmotor und als eine wichtige Einrichtung, als „Arbeitgeber“, gesehen wird.

3. Qualifikationsbezogene Ziele

- Aus- und Weiterbildung der Transitarbeitskräfte je nach Vorbildung.
- Das Erlernte kann in der Naturparkarbeit in der Praxis erprobt werden.
- Praxisbezogene Einschulung der Transitarbeitskräfte in die Naturparkarbeit.
- Zusatzqualifikationen können erworben werden, die im späteren Berufsleben von Vorteil sind (so haben in den letzten Jahren mehrere MitarbeiterInnen die Ausbildung zur/zum Natur- und LandschaftsführerIn – ein Zertifikatslehrgang – gemacht).

4. Ökologische Ziele

- Erhaltung und Sicherung der durch die aktuellen Entwicklungen in der Landwirtschaft bedrohten Kulturlandschaften in der Steiermark.
- Aufzeigen, dass Naturschutz und Beschäftigung keine unvereinbaren Dinge sind.
- Aktiver Naturschutz, d.h. reagieren auf Veränderungen in der Landschaft.
- „Naturschutz“ in Naturparks (als Überbegriff für Umwelt-, Ressourcen-, Landschaftsschutz) bedeutet auch, dass nur durch bestimmte Formen der Land(schafts)nutzung längerfristig die Anforderungen des Arten- und Biotopschutzes erfüllt werden können.
- Aufrechterhaltung der strukturellen landschaftlichen Vielfalt in Naturparks durch aktiven Naturschutz.
- Sicherung der hohen Biodiversität in Naturparks durch aktiven Naturschutz.

5. Sonstige Ziele

In den Naturparkregionen soll eine Anregung innerer Wirtschaftskreisläufe verbunden mit der Schaffung neuer Arbeitsplätze („Synergieeffekt“) erfolgen.

Da sich die Naturparkregionen in strukturschwachen ländlichen Regionen mit starker Abwanderungstendenz befinden, ist die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen von existentieller Bedeutung.

- Schaffung von Zu- und Nebenerwerbsmöglichkeiten in den Naturparkregionen: besonders sind hier die Bereiche Landwirtschaft mit vermehrter Direktvermarktung, der Entwicklung von definierten Naturpark-Produkten etc., Hotellerie und Gastgewerbe mit erhöhten Besucherzahlen infolge eines attraktiven Naturpark-Angebotes, Packages, Schullandwochen etc. und das Gewerbe allgemein zu nennen.
- Steigerung der Attraktivität der Region (beispielsweise durch kulturelle oder gesellschaftliche Veranstaltungen, Kontakt zur Bevölkerung, Ausstellungszentren, Infozentren, Museen etc.): wenn Naturparkregionen attraktive Angebote bereitstellen, steigt die Zahl der TouristInnen an, gleichzeitig aber auch die regionale Wertschöpfung durch steigende Umsätze in den Bereichen Gastronomie, Beherbergungsbetriebe und Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte. Auf diesen Weg können indirekt auch neue Arbeitsplätze geschaffen werden.
- Förderung der regionalen Zusammenarbeit (Durchführung von Projekten: in den Bereichen Naturschutz, Kultur, Landwirtschaft, Tourismus etc.).
- Anhebung der Lebensqualität der Bevölkerung.
- Nachhaltige ökologische und ökonomische Entwicklung der Naturparkregionen.
- Identifizierung der Bevölkerung mit den Anliegen des Naturparks.
- Neue Formen des sanften Tourismus.

- Profilierung der Steirischen Naturparke als Modellregionen für einen modernen Naturschutz.

Das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ ist daher als ein Modellprojekt anzusehen, das Wege aufzeigt, wie Arbeitsplätze in vergleichbaren ländlichen Regionen gesichert und geschaffen werden können.

Das Projekt verbindet somit ökologische, soziale und ökonomische Ziele miteinander.

Die Jobs

So unterschiedlich die Steirischen Naturparke sind, so unterschiedlich sind auch die Jobs, die die MitarbeiterInnen ausüben. Ein Schwerpunkt liegt im Bereich der Landschaftspflege. Die sog. **Naturpark-PflegerInnen** übernehmen dabei die „klassischen“ Aufgaben der Kulturlandschaftspflege (wie beispielsweise Mäharbeiten, Pflege von Hecken), kümmern sich um Sonderstandorte (z.B. Böschungen, Magerwiesen, Streuobstbestände), sind als sog. „Alm-PflegerInnen“ ausschließlich auf Almen tätig (Heugewinnung, Weidezaunpflege, Bau von neuen traditionellen Weidezäunen), kümmern sich um das Wanderwegenetz (ausmähen der Wege, Markierung), sind im Bereich der Aufrechterhaltung von Infrastruktureinrichtungen in den Naturparken tätig (Bau und Pflege von Infostationen, Infopavillons, Themenwegen, Rastplätzen, Erlebnisplätzen), arbeiten im Bereich von



Mitarbeiterin in der Geowerkstatt im Naturpark Steirische Eisenwurzen (Foto: © Andreas Kristl)

Naturschutzgebieten (Renaturierungsmaßnahmen, Schutzgebietsbetreuung, Pflegemaßnahmen in Naturschutzgebieten) oder im Bereich der „Neophytenbekämpfung“.

Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt ist die **Betreuung von konkreten Einzelprojekten** in den einzelnen Naturparken. Einige Projekte der vergangenen Jahre, die von Projekt-MitarbeiterInnen umgesetzt bzw. betreut wurden:

- ein Streuobstwiesen-Projekt im Naturpark Pöllauer Tal,
- die Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Feierlichkeiten und Veranstaltungen „50 Jahre Österreichische Naturparke“ beim Verband der Naturparke Österreichs
- die Vermarktung von Naturpark-Spezialitäten im Naturpark Pöllauer Tal,
- Biotopkartierungsarbeiten im Naturpark Mürzer Oberland,
- die Mitarbeit bei der Studie „Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke“
- die Mitarbeit bei dem Kulturprojekt „Milchrampe“ im Rahmen der „regionale 2012“ im Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen.

Ein weiterer wichtiger Bereich der Arbeit in den Naturparken ist die **BesucherInnenbetreuung**. Einerseits werden hier Naturpark-Einrichtungen von Projekt-MitarbeiterInnen betreut wie etwa das Naturpark-Haus im Naturpark Sölktäler, oder die Geowerkstatt in Gams und das neue Besucherzentrum der „Palfauer Wasserlochklamm“ im Naturpark Steirische Eisenwurzen oder das ehemalige Naturpark-Zentrum Vivarium im Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen.

Andererseits begleiten aber MitarbeiterInnen als sog. **Naturpark-BetreuerInnen** (zertifizierte Natur- und LandschaftsführerInnen) BesucherInnen durch den Naturpark bzw. durch Naturpark-Zentren und machen diesen Besuch zu einem besonderen Erlebnis.

Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt findet sich in den einzelnen Naturpark-Büros, wo MitarbeiterInnen als Naturpark-SekretärerInnen bzw. Assistenz der Geschäftsführung tätig sind.

Die MitarbeiterInnen im Projekt

Im Rahmen des gemeinnützigen Beschäftigungsprojektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ sollen derzeit in erster Linie sog. „Arbeitsmarktferne Personen“ (AMFP), WiedereinsteigerInnen (WE) und Ältere (Frauen ab 45 und Männer ab 50 Jahren) sowie sonstige am Arbeitsmarkt benachteiligte Personen aus den jeweiligen Naturparkregionen mitarbeiten. Ein besonderes Augenmerk wird aber seit Beginn des Projektes auf die Bereitstellung von Teilzeitjobs (mit hoher zeitlicher Flexibilität) gelegt, um speziell Frauen, die aus der Kinderbetreuung kommen, eine Chance für einen beruflichen Neueinstieg in ihrer Heimatregion zu ermöglichen.

Die Suche nach geeigneten MitarbeiterInnen erfolgt in Absprache mit den Projektpartnern und den regionalen Geschäftsstellen des AMS anhand von Stellenbeschreibungen. Nach erfolgreichen Bewerbungsgesprächen werden zeitlich befristete Arbeitsverträge zwischen der St:WUK und den MitarbeiterInnen abgeschlossen und die neuen MitarbeiterInnen im Zuge einer sog. „Arbeitskräfteüberlassung“ an die jeweiligen Partner weitergegeben.

Nach der Bundesrichtlinie für Gemeinnützige Beschäftigungsprojekte und den „Allgemeinen Bestimmungen des Arbeitsmarktservice Steiermark für GBP“ kann mittlerweile für einzelne Personen eine sog. Vorbereitungsmaßnahme der eigentlichen Tätigkeit als Projekt-MitarbeiterIn vorgeschaltet werden. Inhaltlich ist diese Maßnahme als eine Vorbereitung auf die eigentliche Beschäftigung im GBP anzusehen. Formal handelt es sich dabei um eine Arbeitserprobung (mit einer Überprüfung und Feststellung der fachlichen und persönlichen Eignung) bzw. um ein Arbeitstraining (hier stehen der Erwerb von Arbeitserfahrung bzw. das Training von Fähigkeiten im Vordergrund). Diese Vorbereitungsmaßnahme kann zusätzlich durch eine Reihe weiterer Module ergänzt werden. Ziel dieser Maßnahme ist der Übertritt von 50% der teilnehmenden Personen an der Vorbereitungsmaßnahme in eine Transitbeschäftigung im Rahmen des Projektes. Eine solche Vorbereitungsmaßnahme ist auch im Rahmen des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ bei einzelnen Personen und bei einzelnen Transitarbeitsplätzen mit den damit verbundenen Aufgaben denkbar und kann einen wesentlichen Beitrag zur Reintegration in den Arbeitsmarkt liefern.

Das Voranschalten einer solchen Vorbereitungsmaßnahme ist grundsätzlich bei allen in Naturparks zu besetzenden Arbeitsplätzen vorstellbar, wird besonders jedoch bei Jobs, die einerseits gekennzeichnet sind durch eine umfangreiche Einarbeitungsphase (dies gilt im Speziellen für Naturpark-SekretärInnen, Naturpark-ProjektbetreuerInnen und Naturpark-BetreuerInnen, die im Naturpark-Management beschäftigt werden sollen) und andererseits gekennzeichnet sind dadurch, dass die Arbeit mit dem Auftreten vor Personengruppen verbunden ist, bzw. die Arbeit einen direkten Kontakt zu Personen erfordert. Hier handelt es sich um sog. „AusstellungsbetreuerInnen“ oder um „MuseumsbetreuerInnen“, deren Tätigkeit charakterisiert ist durch die Vermittlung von speziellem Wissen. Ihre Aufgabe ist die fachkundige Begleitung und Führung von Personengruppen durch Ausstellungen bzw. Museen. Erfahrungsgemäß erfordert diese Tätigkeit die Aneignung von speziellem Fachwissen, vor allem jedoch eine gewisse Sicherheit und Selbstverständlichkeit im Umgang mit Menschen.

Hier dauert es oft eine längere Zeit bis Unsicherheiten mit diesen neuen Aufgaben ausgeräumt werden können und die Personen sich ein gewisses Maß an Selbstsicherheit erarbeiten können. Gerade der „Auftritt“ vor Publikum erfordert oft ein hohes Maß an Überwindung und Mut. Doppelt schwierig wird diese Aufgabe, wenn gleichzeitig auch noch ein spezielles Wissen vermittelt werden soll. Durch eine vorangeschaltete Vorbereitungsmaßnahme können sich die neuen TransitmitarbeiterInnen optimal auf diese Aufgaben vorbereiten. Eine solche ideale Einarbeitungsphase kann auch die Aussicht auf eine Übernahme nach Ende des Arbeitsvertrages verbessern. In Einzelfällen kann eine solche Vorbereitungsmaßnahme auch bei anderen Jobs denkbar sein, z.B. bei Naturpark-PflegerInnen, wenn beispielsweise eine spezielle handwerkliche oder technische Tätigkeit mit der Arbeit verbunden ist.



*Mitarbeiterinnen beim Erfahrungsaustausch
(Foto: © Andreas Kristl)*

Die Entscheidung, ob eine Vorbereitungsmaßnahme bei einzelnen Personen vorangeschaltet werden kann, trifft die jeweilige RGS. Die Existenzsicherung erfolgt in dieser Zeit durch die Gewährung einer DLU-Beihilfe.

Das Betreuungs-Team und seine Aufgaben

Unterstützung finden die neuen MitarbeiterInnen durch das Betreuungsteam, das sich aus dem Projektleiter (Andreas Kristl), einer Schlüsselkraft und Gender-Beauftragten (Angelika Thaller) sowie drei SozialpädagogInnen (Anja Stejskal derzeit in Bildungskarenz, Gudrun Diestler und Paul Reinthaler) zusammensetzt.

Das St:WUK Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ setzt sich zum Ziel, Menschen in schwierigen Arbeitsmarktsituationen zu unterstützen. Ziel ist es, möglichst viele der MitarbeiterInnen in den ersten Arbeitsmarkt zu integrieren bzw. sie soweit im Rahmen der Betreuung während ihres Dienstverhältnisses zu festigen, sodass sie gute Chancen haben, nach Ende des befristeten Dienstverhältnisses einen neuen Job zu finden. Um dieses Ziel erreichen zu können, setzt sich das Betreuungs-Team für die Stabilisierung, die Qualifizierung, und die Integration der Arbeitskräfte ein.

Im Idealfall kommt die Integration in den ersten Arbeitsmarkt durch eine Übernahme der MitarbeiterInnen von den jeweiligen Projektpartnern zustande. Wenn eine Übernahme, aus welchen Gründen auch immer, nicht zustande kommen kann, werden je nach Lage bzw. Ergebnis der Sozialanamnese durch die SozialpädagogInnen, dem Bildungsstand, den individuellen Wünschen und Möglichkeiten der MitarbeiterInnen entsprechende Strategien entwickelt, eine erfolgreiche Vermittlung zu ermöglichen.

Ein wichtiger Punkt, im gesamten Maßnahmenkatalog ist die Motivation der MitarbeiterInnen und die Stärkung ihres Selbstwertgefühles.

Qualitätskriterien oder „das Erfüllen von Vorgaben“

Dass das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ in seinem 13. Projektjahr ist, ist das Ergebnis der konsequenten Umsetzung der Grundidee eines GBP, nämlich „soviele MitarbeiterInnen wie möglich in fixe Beschäftigungen zu begleiten“. Unterschieden wird dabei einerseits zwischen dem sog. „Maßnahmenerfolg“ und dem eigentlichen „Arbeitsmarkterfolg“. Was ist darunter zu verstehen?

• Maßnahmenerfolg

Nach den „Allgemeinen Bestimmungen des Arbeitsmarktservice Steiermark für Gemeinnützige Beschäftigungsprojekte GBP/BG“ wird festgehalten, dass in individuellen Betreuungsberichten dem Projektträger rückzumelden ist, ob das inhaltliche Maßnahmenziel erreicht werden konnte. Unter Rücksichtnahme auf den Datenschutz und die Tatsache, dass es sich bei den von den MitarbeiterInnen erhobenen Daten (Sozialanamnese) möglicherweise um sehr sensible und persönliche Bereiche handeln kann, wird im Einzelfall festgelegt, welche Informationen weitergegeben werden können, ohne die Privatsphäre der MitarbeiterInnen zu gefährden.

Als Basis für die Erhebung des Maßnahmenerfolges kann in jedem Fall der „Personenbezogene AMS-Abschlußbericht“ herangezogen werden.

• Arbeitsmarkterfolg

Nach den „Allgemeinen Bestimmungen des Arbeitsmarktservice Steiermark für GBP“ wird als kurzfristiger Arbeitsmarkterfolg die Kennzahl „Bestand Personen in Beschäftigung drei Monate nach Austritt aus der Maßnahme“ in Prozent herangezogen.

Der Arbeitsmarkterfolg, also mit anderen Worten die sog. „Vermittlungsquote“, ist ein wesentlicher Parameter, der entscheidet, ob das Projekt im gegebenen Umfang weiter bestehen und vor allem weiterfinanziert werden kann. Oder mit anderen Worten: „Ohne entsprechende Vermittlungsquote kein Projekt“.

Neben der Vermittlungsquote werden aber auch noch weitere Parameter für die Gesamtbeurteilung herangezogen:

- das Erreichen der im jeweiligen Konzept festgesetzten Zahl an neuen MitarbeiterInnen,
- die durchschnittliche Verweildauer der MitarbeiterInnen,
- das Verhältnis zwischen sog. „niederschweligen Jobs“ und „Jobs mit hoher Qualifikation“ (als Spiegelbild der Arbeitsmarktsituation im Bundesland, zur Zeit geht die Tendenz in Richtung „Bereitstellung von Jobs mit geringerer Qualifizierung“),
- der Auslastungsgrad (also das Ausschöpfen der bewilligten Fördermittel) und
- die „Kosten pro Arbeitsmarkterfolg“ (als Input-Output-Rechnung, zur Übersicht: wie „billig“ oder „teuer“ kommt das Projekt).

Weiter-Bildung für die MitarbeiterInnen wird GROSSGESCHRIEBEN

Auf die Weiterbildung der MitarbeiterInnen wurde und wird seit dem ersten Jahr des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ besonders großen Wert gelegt. In allen vorangegangenen Projektjahren stand den MitarbeiterInnen ein eigenes Weiterbildungsbudget zur Verfügung, dass von der St:WUK gestellt wurde. Vor einigen Jahren wurde eine ei-

gene Fortbildungsreihe für unsere MitarbeiterInnen, von Mag. Anja Stejskal (sie arbeitet nun als Sozialpädagogin im Projekt) entwickelt. Zentraler Inhalt dieses „LERN-Ganges“ ist die Erlangung von sozialen Kompetenzen (Soft Skills).

Die Finanzierung des LERN-Ganges, kann über das Fortbildungsbudget der St:WUK ge-



*LERN-Gang im Naturpark Mürzer Oberland:
Teamarbeit ist gefragt (Foto: © Andreas Kristl)*

währleistet werden. Somit ist es möglich, den neuen MitarbeiterInnen ein Mehr an „sozialer Kompetenz“ auf ihren weiteren beruflichen Weg mitzugeben. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben deutlich gezeigt, dass dies ein wesentlicher Punkt für eine dauerhafte Reintegration in den Arbeitsprozess darstellt. Der „LERN-Gang“ wurde als „mobiles Seminar“ konzipiert, d.h. die einzelnen Seminare werden in den einzelnen Naturparks im Freien abgehalten und unterscheiden sich somit grundlegend von herkömmlichen Angeboten. Auch die

Themen („Orientierung im Beruf, im Leben, im Gelände“; Gruppenbildung, Motivation, Zeitmanagement, „Was bedeutet Arbeit für mich“ etc.) werden auf ganz neue Art erarbeitet.

Neue Ideen – neue Projekte – neue Jobs

Ein wesentlicher Garant für das Projekt ist die stete Nachfrage von Seiten der Naturparke nach neuen MitarbeiterInnen. Ein weiterer Punkt, dass das Projekt weitergeführt werden kann, sind die vielen Ideen und Einzelprojekte in den Steirischen Naturparks und die damit verbundene Notwendigkeit, dass MitarbeiterInnen für deren Umsetzung gebraucht werden.

Dies soll anhand von zwei neuen Projekten im Projektjahr 2012 verdeutlicht werden:

- Ein neuer Arbeitsbereich ist im Naturpark Sölktales hinzugekommen: in der Naturpark-Gemeinde Kleinsölk wurde eine Schafwollwaschanlage aufgebaut. Hier wird Schafwolle aus der Region entsprechend aufbereitet und mit hoher Qualität an Großabnehmer verkauft. Jenen landwirtschaftlichen Betrieben, die mit der Haltung von Schafen einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung von Weideflächen liefern, kann durch den professionellen Absatz der Schafwolle ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein bereitgestellt werden. Die Schafwollwaschanlage wird von einer Mitarbeiterin betreut.
- Die Steirischen Naturparke haben das Projekt „Naturvermittlung für Naturpark-Partner – Wenn Vermieter und Gäste lustvoll ins Gras beißen...“ entwickelt. Dabei arbeiten ausgewählte Naturpark-Partner-Betriebe eng mit BiologInnen und Natur- und LandschaftsführerInnen zusammen. Das Bewusstsein für Biodiversität soll hier im unmittelbaren Umfeld der Betriebe entwickelt werden und somit das touristische Angebot positiv ergänzen. Zwei Mitarbeiter sind in diesem neuen Kooperationsprojekt als Naturpark-Pfleger im Einsatz und arbeiten vorwiegend im Bereich der Landschaftspflege und Aufbereitung der Infrastrukturen im unmittelbaren Betriebsumfeld.

Beide Beispiele zeigen neue Wege in der „Regionalentwicklung“ auf und veranschaulichen auch, dass das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ bei deren Umsetzung eine wichtige Rolle einnehmen kann.

Wie viele Jobs gab es seit dem 01. Mai 2000?

Zur Auswertung können insgesamt 12 Jahre herangezogen werden. Demnach waren seit dem 01. Mai 2000 bis inklusive 29. Februar 2012 insgesamt 196 Personen in den Steirischen Naturparks im Rahmen des vorliegenden Projektes beschäftigt.

Das nun mehr 13. Projektjahr läuft seit dem 01. März 2012 und wird mit Ende Februar 2013 enden. Zurzeit sind 22 Personen in den Naturparks beschäftigt und insgesamt werden es nach der derzeitigen Planung 24 Personen sein.

Somit werden bis Februar 2013 insgesamt 220 Personen im Rahmen des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ an der Weiterentwicklung der steirischen Naturpark-Idee mitgearbeitet haben.

Erfolge

Ein wesentlicher Garant für die Weiterführung und vor allem Weiterfinanzierung des Projektes ist die Vermittlung der MitarbeiterInnen in den „Ersten Arbeitsmarkt“, d.h. die Vermittlung in ungeforderte Arbeits- und Dienstverhältnisse.

Einen Überblick über die Erfolge der letzten Jahre sollen folgende Auswertungen geben:

1. Auswertung der Projektjahre 2006 bis 2011:

Projektjahr (Laufzeit je 12 Monate)	Anzahl der MitarbeiterInnen Gesamt (Neuzugänge)	Anzahl der vermittelten MitarbeiterInnen (ohne Pensionierungen)	Vermittlung in %	Anzahl der vermittelten MitarbeiterInnen (mit Pensionierungen)	Vermittlung in %
2006/2007	21	8	38,10	8	38,10
2007/2008	22	10	45,50	10	45,50
2008/2009	18	8	44,40	8	44,40
2009/2010	16	6	37,50	8	50,00
2010/2011	19	11	57,90	12	63,16

Grundlage: Auswertung des AMS Steiermark (Förderabteilung); in der Vermittlungsquote des AMS wird eine Pensionierung nicht als Arbeitsmarkterfolg gezählt – wir haben allerdings seit 2009 in jedem Projektjahr zumindest eine Pensionierung zusätzlich zu verzeichnen gehabt, die in der obigen Statistik berücksichtigt worden ist.

2. Vorläufige Auswertung des Projektjahres 2011/2012 (01.05.2011-29.02.2012):

Projektjahr (Laufzeit 10 Monate)	Anzahl der MitarbeiterInnen Gesamt (Neuzugänge)	Anzahl der vermittelten MitarbeiterInnen	Vermittlungsquote in %
2011/2012	19	12	63,16

Grundlage: Auswertung anhand des Jahresabschlussberichtes für das AMS Steiermark (Förderabteilung); (in dieser Statistik sind drei Pensionierungen von MitarbeiterInnen als sog. „Out of Labour Force“, also „Rausfall“ aus der Arbeitslosenstatistik berücksichtigt; die endgültige Auswertung des Projektzeitraumes wird erst im Herbst 2012 vorliegen).

3. Zusammenfassung:

6 Projektjahre (Laufzeit: 01.05.2006 bis 29.2.2012)	Anzahl der Mitarbeiter- Innen Gesamt (Neuzugänge)	Anzahl der ver- mittelten Mitar- beiterInnen (ohne Pensionie- rungen)	Vermittlung in %	Anzahl der ver- mittelten Mitar- beiterInnen (mit Pensionie- rungen)	Vermittlung in %
2006 bis 2012	115	53	46,10	58	50,44

Neben der gesamten Statistik, die für die Weiterführung des Projektes essentiell ist, gibt es natürlich auch viele Beispiele für geglückte Übernahmen von MitarbeiterInnen durch die Steirischen Naturparke oder auch durch den Verband der Naturparke Österreichs. So wurden die Geschäfte von zwei Steirischen Naturparks zwischenzeitig von ehemaligen Projekt-MitarbeiterInnen geleitet. In vielen Teams sind ehemalige Projekt-MitarbeiterInnen fix angestellt, in der Projektarbeit tätig und sind nun die AnsprechpartnerInnen, wenn es um die Auswahl von neuen MitarbeiterInnen im Rahmen des Projektes geht.

Die Finanzierung des Projektes

Ein GBP ist dadurch charakterisiert, dass ein Großteil der Lohnkosten der Arbeitskräfte im Rahmen des Projektes finanziert wird. Das AMS Steiermark und das Land Steiermark haben in den ersten Projektjahren den überwiegenden Anteil an den Lohnkosten der MitarbeiterInnen getragen. Zusätzlich waren aber auch die Naturparke bzw. Projektpartner gefordert und mussten für den Rest der Lohnkosten durch die Beisteuerung von „Eigengeldern“ aufkommen.



Ein Teil des Teams 2012 in der Freiluftklasse im Naturpark Pöllauer Tal (Foto: © Andreas Kristl)

Das AMS Steiermark übernimmt gegenwärtig 66,7% der Lohnkosten der MitarbeiterInnen. Die restlichen Lohnkosten werden über die Trägergesellschaft des Landes Steiermark und den Träger des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“, die St:WUK sowie über das Ressort „Arbeit und Soziales“ des Landes Steiermark abgedeckt. Somit fallen derzeit für die Projektpartner keine Kosten für die MitarbeiterInnen an. Die Lohnkosten der Schlüsselkräfte und SozialpädagogInnen werden über das AMS und die St:WUK finanziert.

Die Projektpartner beteiligen sich finanziell nur an den Sach- und Materialkosten für die Abwicklung des Gesamtprojektes (Kosten die durch die Tätigkeiten der Schlüsselkräfte anfallen: Büromiete, Verwaltungskosten, Materialkosten, Diensthandy, Aufwandsentschädigungen etc.). Für die Sachkosten bzw. Materialkosten, die im Rahmen der Tätigkeiten der ProjektteilnehmerInnen im Laufe des Jahres anfallen können, müssen die Naturparkvereine bzw. Partnerorganisationen selbst aufkommen. Den jeweiligen Budgets werden hier nur Schätzungen zugrunde gelegt. Diese Kosten werden über andere Wege lukriert (Beiträge der Naturparkgemeinden bzw. Vereinsbeiträge, Basisfinanzierung durch das Land Steiermark, Beiträge von Partnervereinen wie beispielsweise Tourismusverbänden, Sonderbudgets, Fördermittel aus anderen Projekten auch der EU, Sponsoring).

Dank der Struktur des GBP wird den Naturparks die professionelle Arbeit erleichtert, gerade auch in Hinblick auf die immer wieder in der Öffentlichkeit diskutierten hohen Lohn- und Lohnnebenkosten in Österreich.

Im Folgenden ein Überblick über die Geldsummen, die seit dem 01. Mai 2000 im Rahmen des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ in Bewegung waren.

Gesamtbudget 2000 bis 2012 – die ersten 12 Jahre

In den ersten 12 Projektjahren betrug das Gesamtbudget rund € 7.966.000,--. Dieses Budget beinhaltet sowohl die ausbezahlten Lohnkosten für das Stamm- bzw. Betreuungspersonal (Schlüsselkräfte und SozialpädagogInnen), die Lohnkosten für die MitarbeiterInnen im Projekt, das Weiterbildungs- bzw. Personalentwicklungsbudget sowie die geschätzten Sach- und Materialkosten, die durch die Tätigkeiten der MitarbeiterInnen angefallen sind und von den Naturparks selbst getragen wurden.

- Rund € 2.403.040,-- wurden dabei allein vom AMS für die Lohnkosten der MitarbeiterInnen und des Betreuungsteams zur Verfügung gestellt.
- Weitere € 822.890,-- wurden den Naturparks von der St:WUK sowie dem Wirtschaftsressort des Landes Steiermark bzw. dem Ressort „Arbeit und Soziales“ zur Verfügung gestellt.
- Die Steirischen Naturparke bzw. Projektpartner beteiligten sich im genannten Zeitraum mit insgesamt rund € 372.600,-- an den Lohnkosten der MitarbeiterInnen und Schlüsselkräfte.
- Somit wurden in den ersten 12 Projektjahren allein an Löhnen insgesamt € 3.598.530,-- ausbezahlt, von dem wiederum € 3.225.930,-- aus öffentlichen Fördermitteln stammen.

Zusätzlich wurde dem Projekt von Seiten der St:WUK ein eigenes Weiterbildungsbudget in Höhe von € 60.200,-- zur Verfügung gestellt, um die Qualifizierung der MitarbeiterInnen und somit auch ihre Chancen am ersten Arbeitsmarkt zu erhöhen.

Budgetentwurf für das Projektjahr 2012/2013

Das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ ist am 01. März 2012 bereits ins 13. Jahr seines Bestehens gestartet. Das veranschlagte Gesamtbudget für das kommende Projektjahr beträgt rund € 890.000,--. € 272.660,-- stammen vom AMS und weitere rund € 82.200,-- werden vom Ressort „Arbeit und Soziales“ des Landes Steiermark beigesteuert, um die Lohnkosten der MitarbeiterInnen und des Betreuungspersonals zu finanzieren.

Resümee

Die Bewertung der wirtschaftlichen Auswirkungen des Projektes „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ auf die Steirischen Naturparke ist schwierig. Nur in einzelnen Fällen können beispielsweise direkte Verbindungen zwischen BesucherInnenzahlen und der Tätigkeit von MitarbeiterInnen herangezogen werden. Aus diesem Grund erfolgt die Bewertung der ökonomischen Effekte auf der qualitativen Ebene.

- Rund € 2.704.700,-- werden dabei allein vom AMS für die Lohnkosten der MitarbeiterInnen und des Betreuungsteams zur Verfügung gestellt.
- Weitere € 904.890,-- werden den Naturparks von der St:WUK sowie dem Wirtschaftsressort des Landes Steiermark bzw. dem Ressort „Arbeit und Soziales“ zur Verfügung gestellt.

- Die Steirischen Naturparke bzw. Projektpartner beteiligten sich im genannten Zeitraum mit insgesamt rund € 372.600,-- an den Lohnkosten der MitarbeiterInnen und Schlüsselkräfte.
- Damit wird bis Ende Februar 2013 über das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ allein durch die bezahlten Löhne und Gehälter eine Kaufkraft von € 3.982.000,-- geschaffen (inklusive Steuerleistungen).

Die Personen, die im Rahmen des vorliegenden Projektes beschäftigt sind, leisten somit einen wichtigen Beitrag für die wirtschaftliche Weiterentwicklung der jeweiligen Naturparkregionen.

Zusammenfassung

Durch das gemeinnützige Beschäftigungsprojekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ wurde ein wichtiger Entwicklungsprozess in Gang gesetzt.

Das Projekt konnte und kann dabei einige Beiträge zur Entwicklung der Naturparkregionen liefern:

- Schaffung neuer innovativer Arbeitsplätze in ländlichen Regionen bzw. Naturparks.
- Sicherung vorhandener Arbeitsplätze in den Steirischen Naturparks.
- Eingliederung arbeitsloser Personen aus den jeweiligen Naturparkregionen in den Arbeitsprozess.
- Dem in ländlichen Regionen oft auftretenden Phänomen der Abwanderung wird entgegengewirkt.
- Mit der Abwanderung der Bevölkerung aus ländlichen Regionen geht oft auch ein Kaufkraftabfluss einher. Auch hier wird durch die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen entgegengesteuert.
- Qualifizierung von beschäftigungslosen Personen.
- Unterstützung der ehrenamtlich tätigen Personen in den Naturparks.
- Steigerung der Handlungskompetenz.
- Schaffung von Zu- und Nebenerwerbsmöglichkeiten für die ländliche Bevölkerung durch eine Steigerung der Attraktivität und des Angebotes in den Naturparkregionen.
- Identifizierung der Bevölkerung mit der Idee und dem Anliegen des Naturparks.
- Steigerung der Akzeptanz des Naturparks.
- Aufbau von Kooperationspartnerschaften in der Naturparkregion (Tourismus, Landwirtschaft, Gewerbe etc.).
- Steigerung der Professionalität im Naturparkbereich.
- Erhaltung der typischen Kulturlandschaften in der Steiermark.
- Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung von an sich strukturschwachen Regionen.
- Erhöhte Wertschöpfung in den steirischen Naturparkregionen.
- Etablierung von Naturparks als Modellregionen für einen modernen Naturschutz.

Aussicht

Die vorangegangenen Projektjahre machen deutlich, wie richtungsweisend die Arbeit in den steirischen Naturparkregionen als Folge einer Zusammenarbeit mit dem AMS Steiermark, der St:WUK und den Naturparkvereinen sein kann.

Ein wichtiges Motiv, das Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ über nunmehr 13 Jahre fortzusetzen, waren und sind die positiven Rückmeldungen der beteiligten Naturparke und Projektpartner, die großen Fortschritte in der Umsetzung und Realisierung von regionalen Initiativen durch die Hilfestellung, die das Projekt leisten kann und die damit verbundene positive regionale Entwicklung während der vorangegangenen Projektjahre. Dank der zahlreichen Initiativen und Projektideen der Steirischen Naturparke scheint auch die Nachfrage nach neuen MitarbeiterInnen in den nächsten Jahren gegeben zu sein.

Weitere Informationen

Verband der Naturparke Österreichs (VNÖ) • „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“
Alberstraße 10 • 8010 Graz • Mobil: ++43 (0) 676 / 729 46 26 • E-Mail: gavdos97@inode.at
Web: www.naturparke.at

Regionalentwicklung in Deutschen Naturparks

Die ländlichen Räume mit ihren prägenden Kulturlandschaften zu stärken und weiter zu entwickeln wird immer wichtiger. Bund, Länder und Kommunen verfügen dabei in Deutschland über unterschiedliche Steuerungs- und Förderinstrumente. Es gibt aber in Deutschland nur zwei gesetzlich verankerte Gebietskategorien, die die regionale Entwicklung ländlicher Räume in Verbindung mit dem Erhalt der Kulturlandschaften und der biologischen Vielfalt zur Aufgabe haben: die Naturparke und die Biosphärenreservate. Mit einem Anteil von 27% der Fläche Deutschlands sind die 104 Naturparke dabei die flächenmäßig deutlich größere Kategorie.



Naturparke für Alle (Foto: © Naturpark Nordeifel)

Die Naturparke arbeiten mit LandnutzerInnen, Gastronomie, Hotellerie, Handwerk, Gewerbe und weiteren AkteurInnen im ländlichen Raum intensiv zusammen. Sie verbessern mit ihrer Arbeit die Lebensqualität der Bevölkerung und stärken den ländlichen Raum. Neben einer umweltgerechten Landnutzung haben auch die natur- und landschaftsverträgliche Nutzung regenerativer Energiequellen und die nachhaltige Mobilitäts- und Verkehrsentwicklung in Naturparks einen hohen Stellenwert.

Die Förderung einer nachhaltigen Nutzung und Vermarktung von regionalen Produkten und die Einführung regionaler Marken stärken regionale Wertschöpfungsketten und die regionale Identität.

Auf vielfältige Weise stärken die Naturparke die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus und damit einer nachhaltigen Regionalentwicklung. Ein Naturpark bietet den BewohnerInnen der Region und Gästen eine attraktive Landschaft sowie Möglichkeiten für die Erholung und das Erleben der Natur. Der Naturpark unterstützt die Entwicklung des nachhaltigen Tourismus und kooperiert mit den touristischen Leistungs- und EntscheidungsträgerInnen. Bei der Entwicklung touristischer Angebote und bei der touristischen Vermarktung wird der Naturpark einbezogen und beworben. Die Entwicklung von serviceorientierter Infrastruktur und attraktiven Angeboten für das Naturerleben sind Aufgaben des Naturparkträgers. Hierzu zählen Informationsmaterialien, geführte Touren und Naturpark-Infozentren.

Beispiele zur Stärkung der nachhaltigen Regionalentwicklung aus Deutschen Naturparks

- Naturparke initiieren häufig Projekte und Initiativen mit Partnern wie „Naturpark-Partner“ im Naturpark Hohe Mark-Westmünsterland oder „Naturpark-Wirte“ in den Naturparks im Schwarzwald oder „Naturpark-Teller“ im Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald.
- Regionale Produkte und Regionalmarken gewinnen in Naturparks in Kooperation mit den ErzeugerInnen und der Gastronomie immer mehr an Bedeutung für die regionale Wertschöpfung. Naturparke sind hier häufig Initiator oder Partner wie die Naturparke Hohes Venn-Eifel und Südeifel bei der Regionalmarke „Eifel“, der Naturpark Dübener

Heide bei der Regionalmarke „Bestes aus der Dübener Heide“, die Naturparke Südschwarzwald und Schwarzwald Mitte/Nord bei der Regionalmarke „echt Schwarzwald“ und der Naturpark Altmühltal bei der Marke „Altmühltaler Lamm“.

- Naturparke sind Initiator oder Partner für eine nachhaltige Mobilitäts- und Verkehrsentwicklung. Hierzu zählen ÖPNV-Angebote wie der Vogelsbergexpress im Naturpark Hoher Vogelsberg, der Naturparkbus im Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge, der Naturpark-Express im Naturpark Obere Donau oder die Igel Busse im Natur- und Nationalpark Bayerischer Wald oder E-Bike Initiativen in verschiedenen Naturparken, wie im Thüringer Wald.



Sanft mobil durch die Deutschen Naturparke
(Foto: © Karl Köhne)

- Regionalentwicklungskonzepte und deren Umsetzung in Naturparken wie Saar-Hunsrück oder Dübener Heide und barrierefreie Angebote in den Naturparken Hoher Fläming, Hohes Venn-Eifel oder Schwäbisch-Fränkischer Wald leisten Beiträge zur Bewältigung des demografischen Wandels und zur Verbesserung der Lebensqualität. Ressourcenschonendes Management und die Nutzung erneuerbarer Energien, u.a. in den Bioenergieregionen der Naturparke Hohes Venn-Eifel und Südschwarzwald oder im Naturpark Lüneburger Heide, tragen zum Klima- und Ressourcenschutz bei.
- Die Ausbildung und der Einsatz zertifizierter NaturparkführerInnen oder Natur- und LandschaftsführerInnen (ZNL) garantiert in den meisten Naturparken, wie in den Naturparken Rheinland, Bayerischer Spessart, Mecklenburgische Schweiz/Kummerower See, Usedom und Hochtanus, hochwertige Führungen und Exkursionen und die qualifizierte Vermittlung von Naturerlebnissen.
- Ein oder mehrere attraktive Infozentren oder -punkte zur Information von Gästen und Bevölkerung besitzen rund 75% der Naturparke, so auch die Naturparke Nossentiner/Schwinzer Heide, Bayerischer Wald, Thüringer Schiefergebirge/Obere Saale und Schwalm-Nette.
- Die Naturparke konzipieren, entwickeln und pflegen zielgruppenorientierte Naturerlebnis- und Erholungs-Infrastruktur. Hierzu zählen Wander-, Rad-, Reit- und Wasserwanderwege, wie der Saar-Hunsrück-Steig im Naturpark Saar-Hunsrück, der Südschwarzwald-Radweg im Naturpark Südschwarzwald, naturverträgliche Kanusporttrouten im Naturpark Südheide und Naturpark Holsteinische Schweiz oder naturverträgliche Kletterrouten wie im Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst.
- Touristische Destinationen und touristische Leistungs- und Entscheidungsträger werben und kooperieren erfolgreich mit „ihren“ Naturparken, wie die Naturparkregionen Frankenwald, Altmühltal, Nagelfluhkette in Bayern, oder die Landestourismusorganisationen in Baden-Württemberg, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern.

- Naturparke schaffen barrierefreie Angebote, die ein Naturerleben für Alle ermöglichen, wie ein behindertengerechtes Infozentrum im Naturpark TERRA.vita, rollstuhlgerechte Naturerlebnispfade in den Naturparks Hoher Fläming und Hohes Venn-Eifel. Auf Bundesebene unterstützt diese Aktivitäten eine Rahmen-Zielvereinbarung zum barrierefreien Naturerleben, die der Verband Deutscher Naturparke mit den Verbänden der Menschen mit Behinderungen abgeschlossen hat.

Weitere Informationen

Verband Deutscher Naturparke (VDN) • Platz der Vereinten Nationen 9 • 53113 Bonn
Deutschland • Tel.: ++49 (0) 22 8 / 92 12 86-0 • E-Mail: info@naturparke.de
Web: www.naturparke.de

Pärke – in der Schweiz ticken die Uhren ein klein wenig anders

Seit nunmehr fünf Jahren gibt es in der Schweiz eine rechtliche Grundlage, Naturparke einzurichten. Der Bund verleiht den Pärken – gemäß Duden ist dies der schweizerische Plural für Park – das Label „Park von nationaler Bedeutung“ und unterstützt sie finanziell. Rund ein Drittel der Betriebskosten eines Parks stammen aus der Bundeskasse. Dieser großzügige finanzielle Zustupf aus dem nationalen Budget ist einzigartig in Europa. Nicht nur Skeptiker fragen, ob sich die staatliche Investition in die Pärke lohnt. Schaffen die Pärke neben Mehrwerten für Natur und Landschaft auch solche für Bevölkerung und Wirtschaft?

Parkboom

In der Schweiz dauert vieles länger als im übrigen Europa. Während in den umliegenden Ländern seit fünfzig Jahren Naturparke entstanden, bewegte sich in der Schweiz bis vor fünf Jahren nichts. Doch kaum traten im Dezember 2007 die rechtlichen Bestimmungen zu den Naturpärken in Kraft, gab es einen Ruck durch das Land und in kürzester Zeit entstanden überall Naturpärke. Am 01. Januar 2012 stehen insgesamt 14 Naturpärke in Betrieb. Sie belegen 11% der Landesfläche.

Rund 250 Gemeinden sind an den Naturpärken beteiligt. Voraussetzung für einen Park ist – neben dem Nachweis außerordentlicher natürlicher, landschaftlicher und kultureller Werte – die demokratische Zustimmung der Mehrheit der Bevölkerung. Pärke entstehen in der Schweiz nur dort, wo die Bevölkerung dies ausdrücklich will. Dabei sind es vorab sozioökonomische Erwartungen und weniger naturschützerische Überzeugungen, welche die Menschen einer Region motivieren, sich an einem Park zu beteiligen.



*Kulturlandschaft Entlebuch mit Schrattenfluh (Karst) im Hintergrund
(Foto: © Netzwerk Schweizer Pärke)*

Zwar nennt die nationale Gesetzgebung zu den regionalen Naturpärken die Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft als gleichwertiges Ziel wie die Förderung der regionalen Wirtschaft. Und die Naturpärke gelten als Modellregionen der nachhaltigen Entwicklung. Doch Bevölkerung und Behörden setzen den Akzent klar auf die wirtschaftliche Entwicklung und weniger auf ökologische Erfordernisse. Hier zeigt sich ein eklatanter Unterschied zwischen den Erwartungen der Ortsansässigen und den Besucherinnen und Besuchern der Pärke: Erstere erwarten von einem Park zusätzliche Arbeitsplätze und Einkommen, letztere unberührte Landschaften und spannende Naturerlebnisse. Die Diskrepanz zwischen der Innen- und Außensicht kann dann überwunden werden, wenn die ParkbewohnerInnen erkennen, dass der Park nur dann ökonomische Werte schaffen kann, wenn er bezüglich Natur und Landschaft Außerordentliches bietet. Die Erhaltung, Pflege und Aufwertung der Landschaft wird damit zur Grundlage für den ökonomischen Erfolg.

Return of Investment

10 Mio. Franken hat die schweizerische Eidgenossenschaft zurzeit jedes Jahr als Bundesbeiträge für die Unterstützung der Pärke vorgesehen. Während die Leistungen der Pärke zur Pflege der Kulturlandschaften und zur Förderung von Arten und Lebensräumen sowie zur Bildung und Sensibilisierung sich gar nicht oder nur sehr schwer in Geldwerten messen

lassen, kann der Mehrwert für die Regionalwirtschaft in Franken und Rappen berechnet werden. Allerdings sind die Wirkungen der Pärke zurzeit noch bescheiden, da die meisten erst in den letzten zwei Jahren in Betrieb gegangen sind.

Der größte regionalwirtschaftliche Beitrag der Pärke wird im Natur- und Kulturtourismus erwartet. Aufgrund von Studien in Nachbarländern und in der Nationalparkregion Unterengadin gehen rund 15% der Übernachtungen auf das Konto von ParktouristInnen. Das heißt: Dieser Anteil der Gäste gibt an, dass der Park das Hauptmotiv war, die Region zu besuchen. Stellen wir eine kleine Rechnung an: Zurzeit zählen die Hotelbetriebe in den Schweizer Parkgemeinden 3 Millionen Übernachtungen pro Jahr. 15% davon sind 450.000 Übernachtungen. Falls die Gäste im Durchschnitt CHF 150,- pro Nacht ausgeben, schaffen sie CHF 67,5 Mio. direkte touristische Wertschöpfung. Wird die indirekte Wertschöpfung dazu gezählt sowie die Ausgaben der Gäste in Ferienwohnungen, Campings sowie die Tagesausflüge, dann wird rasch einmal die 100-Millionen-Franken-Grenze überschritten. Das bedeutet: Das Verhältnis zwischen dem Einsatz von Bundesmitteln und daraus generiertem Umsatz beträgt 1:10. Nehmen wir an, dass der Kanton jeweils gleich viel wie der Bund in die Pärke investiert, ist das Verhältnis immer noch 1:5. Kurz: Jeder öffentliche Franken in einen Park investiert, schafft einen Ertrag von 5,- Franken. Fazit: Die Investitionen in einen Park rechnen sich allemal.

Neben dem Natur- und Kulturtourismus leisten die Pärke einen Beitrag zur Förderung regionaler Produkte. Regionale Spezialitäten sind Aushängeschilder und kulinarische Botschafter der Parkregionen. Die Gäste erwarten, dass sie während ihres Aufenthalts in einem Park authentische Gerichte genießen können. Aufgabe der Pärke ist es, Brücken zu schlagen zwischen landwirtschaftlichen ProduzentInnen und gastgewerblichen Betrieben und damit regionale Wertschöpfungsketten aufzubauen und zu festigen.

Beispiel Entlebuch

Die Schweizer Pärke sind zu jung, um verlässliche Zahlen zur regionalen Wertschöpfung zu liefern. Einzig zur Biosphäre Entlebuch bestehen Daten, die im Sommer 2011 in Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule ETH im Rahmen einer wissenschaftlich fundierten Gästebefragung erhoben wurden.



„Echt Entlebuch“ – zertifizierte Produkte aus der Biosphäre
(Foto: © Netzwerk Schweizer Pärke)

Biosphären gelten übrigens nach schweizerischem Recht als Naturpärke. Die UNESCO Biosphäre Entlebuch liegt in den Voralpen im Kanton Luzern und besteht seit 2001. Sie ist der älteste Naturpark der Schweiz.

Für die UNESCO Biosphäre Entlebuch und ihre wichtigsten Geldgeber (Bund, Kanton, Gemeinden) konnte die Studie die häufige Frage beantworten, ob sich die insgesamt CHF 850.000,- jährlich an öffentlichen Geldern finanziell auch wirklich auszahlen. Für 29% der Gäste spielte die Biosphäre eine Rolle beim Entscheid, in die Region zu reisen. Für 16% war sie ausschlaggebend für den Besuch. Die Biosphäre war somit für 16% der Wertschöpfung aus dem Sommertourismus

verantwortlich. In Geld ausgedrückt sind dies CHF 3 Mio. direkte und 2 Mio. indirekte Wertschöpfung. Kurz: Die Biosphäre macht aus jedem Franken der öffentlichen Hand fünf Franken allein an touristischer Wertschöpfung. Konkret schuf der Parktourismus in der Biosphäre Entlebuch 60 Arbeitsplätze. Hinzu kam, dass jeder dritte Gast der Biosphäre

lokale Produkte mit dem Label „Echt Entlebuch“ kaufte und so die heimische Landwirtschaft unterstützte. Damit erbrachte die Studie zur Biosphäre Entlebuch den Beweis, dass sich der Aufwand der öffentlichen Hand für einen regionalen Naturpark auch finanziell lohnt.

Soweit ein paar Zahlen und Überlegungen zum wirtschaftlichen Mehrwert eines Naturparks am Beispiel der Biosphäre Entlebuch. Wenn wir den rein ökonomischen Blickwinkel verlassen, stellen wir fest, dass die Pärke im weiteren Mehrwerte für die Gesellschaft und für die Natur und Landschaft schaffen.

Weitere Informationen

Netzwerk Schweizer Pärke • Monbijoustrasse 61 • 3007 Bern • Schweiz

Tel.: ++41 31 381 / 10 71 • E-Mail: info@netzwerk-parke.ch • Web: www.paerke.ch

Ungarische Naturparke – Entwicklung durch internationale Kooperationen

Die ungarische Naturparkgeschichte blickt auf eine 15-jährige Vergangenheit zurück. Die erste Naturparkinitiative Ungarns wurde 1997 im Rahmen eines grenzüberschreitenden Projektes in Kőszeg an der Grenze zu Österreich ins Leben gerufen. Der Naturpark Írottkő feierte sein Jubiläum im April 2012 zusammen mit Kollegen aus dem burgenländischen Schwesternaturpark Geschriebenstein. Der grenzüberschreitende Charakter des Naturparks Geschriebenstein-Írottkő wird auf beiden Seiten der Grenze weiterhin mit Absicht betont und hervorgehoben. Die Partner sind sich darüber einig, dass der Erfolg am Günser Gebirge ein gemeinsamer sein soll: die beiden Seiten des Naturparks ergänzen sich nicht nur, wenn es um die Vielfalt von Kulturlandschaft, Natur, Kultur und Kulinarik geht, sondern auch bei grenzüberschreitenden Projekten, die von der Europäischen Union gefördert werden. Das Symbol des grenzüberschreitenden Naturparks ist die auf der höchsten Erhebung Pannoniens erbaute Aussichtswarte Geschriebenstein-Írottkő.



Aussicht auf die Gemeinde Ecseg
(Foto: © Naturpark Cserhát)

Nun gibt es heute in Ungarn insgesamt sieben staatlich anerkannte Naturparke; eine durchaus niedrige Zahl in Kenntnis dessen, dass aus den vergangenen 15 Jahren um die 20 ungarische Naturparkinitiativen bekannt sind. Sechs Naturparkinitiativen haben 2005 den Ungarischen Naturparkverband gegründet, um Interessen abzustimmen und gemeinsame Strategien zu entwickeln. Von einer geregelten und staatlich bewusst geförderten Entwicklung der Naturparke in Ungarn kann man aber bis heute nicht sprechen: das Naturschutzgesetz Ungarns definiert zwar die Naturparke, doch fehlen die Instrumente und Regelungen, die eine einheitliche Naturparkpraxis ermöglichen. Es stellt sich natürlich auch die Frage, inwiefern die Naturparke einheitlich sein sollten? Um auf diese und ähnliche Fragen fachlich begründete Antworten zu geben, setzt der Ungarische Naturparkverband neuerdings bewusst verstärkt auf die internationale Zusammenarbeit. Das 50-jährige Jubiläum der Österreichischen Naturparke kam der seit 01. Dezember 2011 amtierenden neuen Verbandsführung sehr gelegen. Beim europäischen Treffen der Naturparkverbände in Wien wurden Kontakte zu den Verbänden in Österreich, Deutschland, Schweiz und Luxemburg geknüpft, aus denen neue Projekte resultieren sollen. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für ländliche Entwicklung wollen die Naturparke unter Berücksichtigung der Naturparkerfahrungen des deutschsprachigen Raums ein funktionstüchtiges ungarisches System entwickeln. Ziel ist es, die Bedeutung und Chance der Naturparke neben den in Ungarn besonders starken zehn Nationalparks zu definieren bzw. Finanzrahmen für die Entstehung und Funktion sowie Kriterien und Erwartungen an die Arbeit der Naturparke in der EU-Förderperiode 2014-2020 abzustimmen. Bei dieser Arbeit stützt man sich wiederum auf den Erfahrungsaustausch mit Österreich, Deutschland und der Schweiz. Besonders aktiv ist dabei neben dem Verband der Naturpark Írottkő-Geschriebenstein, der weiterhin an mehreren österreich-ungarischen Projekten beteiligt ist. Neben den naturtouristischen Zielsetzungen von grenzüberschreitenden Projekten wie alpannonia®, PaNaNet oder IGEN wird

auch auf das gegenseitige Kennenlernen der bestehenden Netzwerke und Funktionspraxis viel Wert gelegt. Besonders gilt es für das Projekt IGEN. In einer engen Partnerschaft und Kooperation der Naturparke Íróttkő und Geschriebenstein bzw. der Universität Wien wird die



*Alte Obst- und Weinkeller bei Cák
(Foto: © Naturpark Íróttkő)*

Frage gestellt: Wie weit sind die beiden Naturparkgebiete bereits integriert und wie kann eine Naturpark-Kooperation zustande kommen, bei der die Grenzen wirklich nur noch virtuell existieren? Gefragt sind dabei grenzüberschreitende Identität und Kommunikation, Interessensabstimmung, gemeinsame Visionen und gemeinsame Entscheidungsfindung. Themen und Punkte, die bei politischen Reden mit Vorliebe gelobt doch vielleicht noch immer nicht ausreichend praktiziert werden. Die Ergebnisse des Projektes werden im Rahmen einer Naturpark-Roadshow in vier grenznah gelegenen ungarischen Naturparkgebieten im Norden und Osten Ungarns präsentiert und mit Experten

anderer Grenzregionen diskutiert. Fünfzehn Jahre nach der ersten Naturparkgründung kann mit Unterstützung aus österreichischen Erfahrungen nun wieder ein großer Schritt in die Richtung eines starken ungarischen Naturparknetzes gemacht werden!

Weitere Informationen

Magyar Natúrpark Szövetség (Ungarischer Naturparkverband)

Szt. István tér 7. • 5600 Békéscsaba • Ungarn

Tel.: ++36 (06) 20 / 530 58 66 • E-Mail naturpark.hungary@gmail.com •

Almrevitalisierung, Heumilch und Freiwilligenarbeit im Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen

Ausgangslage

Der Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen ist von einer einmaligen Kulturlandschaft mit Almen und Bergmähdern geprägt. Mit dem Agrarstrukturwandel vermindert sich nicht nur die bewirtschaftete Fläche, sondern auch die Artenvielfalt. Zudem ergibt sich im hochalpinen Bereich abseits der Intensivflächen eine silofreie Wirtschaftsweise, wodurch in der Naturparkregion fast ausschließlich Heumilch erzeugt wird, die in den vier Sennereien verarbeitet wird.

Eckdaten

Der Naturpark organisiert jährlich Freiwilligenprojekte, in denen die TeilnehmerInnen teilweise eine ganze Woche auf den Almen verbringen und dort von den Almbauern und -bäuerinnen gepflegt werden. Ein Teil der Projekte wird gemeinsam mit den Tourismusinstitutionen umgesetzt und touristisch nach außen getragen. In diesen touristisch geprägten Freiwilligenprojekten arbeiten die TeilnehmerInnen einige Tage mit den LandwirtInnen zusammen und verbringen im Anschluss noch zusätzliche Tage in der Naturparkregion.

Mit den „Heumilch-Partnerbetrieben“ wird eine Kooperation zwischen Tourismusbetrieben und MilcherzeugerInnen aufgebaut. Ein zertifizierter Partnerbetrieb verwendet in seiner Küche ausschließlich Heumilchprodukte aus dem Zillertal.

Zielsetzungen und Inhalte

Um die Kulturlandschaft und Artenvielfalt zu erhalten, ist es einerseits notwendig, die landwirtschaftlichen Flächen offenzuhalten und andererseits den Absatz der landwirtschaftlichen Produkte in der Region zu fördern.

Mit den Freiwilligenarbeiten wird direkt an der Offenhaltung der Flächen gearbeitet. Mit den Heumilch-Partnerbetrieben werden der Absatz der regionalen Heumilch und damit auch die Weiterbewirtschaftung gestärkt. Die weniger intensive Heumilch-Bewirtschaftung erhöht zudem die Artenvielfalt.

Kritische Punkte, Problembereiche

Das Heumilch-Projekt hat im Moment auf Grund der fehlenden Ressourcen keine strukturelle Organisation. Diese müsste durch Fördermittel und eine direkte Betreuung entstehen.



*Freiwilligenarbeit in hochalpinen Lagen
(Foto: © Archiv Hochgebirgs-Naturpark
Zillertaler Alpen)*

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Freiwilligenprojekte werden weiter ausgebaut werden, wobei bei den touristischen Angeboten kommendes Jahr eine Evaluierung stattfinden wird.

Zur Aufwertung des seit 2010 laufenden Heumilch-Partnerbetriebe Projekts wird es notwendig, eine geordnete Struktur mit Verankerung im Naturpark zu schaffen. Dabei sollen die personellen Ressourcen durch Fördermittel ausgebaut werden.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Mit dem Freiwilligenprojekt kommen jährlich 40 freiwillige HelferInnen in den Naturpark, um die Bergmähder und Almen zu Schwenden und zu Entsteinen. Hier wird angestrebt, auch



*Regionale Heumilchprodukte
(Foto: © Archiv Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen)*

verstärkt Einheimische zur Mitarbeit zu gewinnen. Für den Naturpark entstehen mit dem Projekt keine direkten Kosten.

Die Heumilch-Partnerbetriebe Kooperation umfasst derzeit 260 Mitglieder. Die Zertifizierungen der Betriebe und damit die Kosten für die Plaketten übernehmen die einzelnen Sennereien.

Organisation

Die Organisation der Freiwilligenarbeit liegt beim Naturpark und teilweise bei den Tourismusverbänden sowie dem Österreichischen Alpenverein. Die Heumilch-Partnerbetriebe Kooperation wird aktuell von den Sennereien im Zillertal getragen, der Naturpark begleitet das Projekt inhaltlich.

Service-Angaben

Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen • Naturparkhaus • 6295 Ginzling 239

Tel.: ++43 (0) 52 86 / 52 181 • E-Mail: info@naturpark-zillertal.at

Web: www.naturpark-zillertal.at

Naturpark-Kräuterlinie im Naturpark Mühlviertel

Ausgangslage

Im Naturpark Mühlviertel gibt es viele klein strukturierte bäuerliche Betriebe, die meist im Nebenerwerb geführt werden. Besonders diese Betriebe tragen mit der Flächenpflege sehr viel zum Erhalt der Magerwiesen und Landschaftselemente bei. Um deren Bewirtschaftung längerfristig abzusichern, initiierte der Naturpark ein gemeindeübergreifendes Produktentwicklungsprojekt, um für die Landwirtinnen der Region ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein zu schaffen. Mit diesem Projekt sollte die Zusammenarbeit zwischen den bäuerlichen Produzentinnen in den vier Naturparkgemeinden forciert, regionale Wertschöpfung geschaffen und damit auch der Zusammenhalt innerhalb der Gemeinden gestärkt werden.

Eckdaten

- 2008 fanden insgesamt sechs ganztägige Workshops zur Ideensammlung und Produktentwicklung mit den interessierten Landwirtinnen und Frauen der Region statt.
- Ende Jänner 2009 wurden die endgültigen Rezepturen für vier Kräutersirupe bei einer öffentlichen Verkostung festgelegt. Bis zum Sommer wurde auch gemeinsam die Verpackung und Etikettengestaltung entwickelt.
- Erste öffentliche Präsentation der vier Sirupe auf der Genuss-Land-Straße am 11./12. September 2009 in Linz.
- 2010 Entwicklung einer gleichnamigen Teelinie.
- 2011 fanden drei Weiterbildungstage zu den Themen Sirupherstellung, Marmeladenherstellung und Kochen mit Wildkräutern statt.



Teelinie (Foto: © Naturpark Mühlviertel)

Zielsetzungen und Inhalte

Ursprüngliches Ziel war es, ein **neues interessantes Produkt in der Region zu entwickeln**, und dabei die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden und Produzenten zu fördern. In gemeinsamen Workshops mit dem Naturpark entwickelte ein Team von fünf Frauen, darunter zwei Landwirtinnen, eine ganze Produktlinie mit vier verschiedenen Kräutersirupen. Mit der Verwendung von Kräutern aus den Naturparkflächen wurden die Ziele der Kulturlandschaftssicherung im Naturpark mitberücksichtigt und regionale Wertschöpfung geschaffen. Eine besonders schöne Gestaltung der Etiketten und kreative Namensgebung der vier Sorten unterstreicht das einheitliche, hochwertige Erscheinungsbild der Kräuterlinie und trägt zum positiven Marktwert bei. Diese Produktlinie ist ausbaubar und für weitere Produzentinnen im Naturpark unter Einhaltung festgelegter Qualitätskriterien offen.

Kritische Punkte, Problembereiche

Ende 2010 kam es zu Problemen in der Nutzung der Namen und des Layouts dieser Kräuterlinie. Im intensiven Entwicklungsprozess hatte man Fragen zum Markenrecht nicht so bedacht, wie nötig gewesen wäre.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Entwicklungsarbeit der grundlegenden Produktlinie dauerte zwei Jahre. 2011 führten drei



Siruplinie (Foto: © Naturpark Mühlviertel)

Fortbildungstage weitere Landwirtinnen an das Thema heran. Bisher produzieren zwei Landwirtinnen unter der Naturpark-Kräuterlinie vier Teemischungen und Sirupe. Die Kräutergruppe unterstützt sich gegenseitig, etwa auch beim Sammeln der Wildkräuter.

Vermarktet werden diese Produkte direkt von den Produzentinnen, dem Naturpark Mühlviertel (im eigenen Shop „Naturparkstadl“) und den regionalen Nahversorgern der Naturparkgemeinden. Bei allen Naturpark-Veranstaltungen wird vor allem diese Produktlinie vorgestellt.

Der Naturpark steht in ständigem Kontakt mit der Kräutergruppe und den Produzentinnen. Er unterstützt, berät und regt zur Erweiterung der Linie an.

Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Mit geringem finanziellen Aufwand wurde in intensiver Zusammenarbeit mit dem Naturparkmanagement und fünf aktiven Naturparkbewohnerinnen eine hochwertige Produktlinie entwickelt, deren Nutzung für alle interessierten ProduzentInnen in den vier Naturparkgemeinden möglich ist. Diese ist so konzipiert, dass sie Erweiterungsspielraum für neue ProduzentInnen und deren Produkte hat. Das ansprechende und einheitliche Erscheinungsbild trägt zum positiven Verkaufserfolg bei. Die grundlegenden Qualitätskriterien: Bioprodukt, Zusammenarbeit mit dem Naturpark, Bezug des Produktes zur Kulturlandschaft müssen von künftigen ProduzentInnen der Naturpark-Kräuterlinie eingehalten werden.

Mit der Unterstützung in der Produktentwicklung, Qualifizierung, Gestaltung von Etiketten und in der Vermarktung hilft der Naturpark nicht nur den regionalen ProduzentInnen, sondern konnte durch die enge Zusammenarbeit auch seine Ziele in der Kulturlandschaftserhaltung mit einbringen und besser kommunizieren.

Außerdem zeigte sich durch die Zusammenarbeit mit Frauen aus dem nicht landwirtschaftlichen Bereich, dass ein größeres kreatives Potential für Entwicklungen zur Verfügung steht. Da diese die Produkte nicht produzieren, fehlte der Konkurrenzdruck, und ermöglichte damit die Entstehung einer gemeinschaftlichen Produktlinie.

Organisation

Das Projekt wurde vom Naturparkmanagement organisiert und begleitet. Finanziert wurde es aus der Ländlichen Entwicklung, nötige Eigenmittel stellten der Verein Naturpark Mühlviertel und die jeweiligen Produzentinnen.

Service-Angaben

Naturpark Mühlviertel • 4324 Rechberg 9 • Tel.: ++43 (0) 72 64 / 46 55-25

E-Mail: office@naturpark-muehlviertel.at • Web: www.naturpark-muehlviertel.at

Almkäserei Kallbrunnalm im Naturpark Weißbach

Ausgangslage

Ende der 1990er Jahre waren die Bäuerinnen und Bauern der Agrargemeinschaft Kallbrunnalm mit der Situation konfrontiert, dass der Milchpreis für die produzierte Milch stark schwankend und nicht zufrieden stellend war. Gleichzeitig hatte die in den Sommermonaten auf der Alm erwirtschaftete Milch eine sehr gute und hohe Qualität. Die Herausforderung bestand darin, Lösungsansätze für eine verbesserte Wertschöpfungskette zu finden.



Außenansicht Almkäserei Kallbrunnalm im Naturpark Weißbach (Foto: © Christine Klenovec)

Eckdaten

Das Projekt Almkäserei Kallbrunnalm erwirtschaftete 2012 aus etwa 75.000 Liter Almmilch 8.000 kg Käse, die möglichst vor Ort in der Almkäserei oder über die Almbäuerinnen und -bauern direkt vermarktet werden bzw. sowohl auf Bayerischer als auch auf Salzburger Seite bei entsprechenden Kooperationspartnern (Naturparkpartnerbetriebe, Spezialitätenläden etc.) vertrieben werden. Aktuell sind am Projekt Almkäserei 18 LandwirtInnen beteiligt.

Zielsetzungen und Inhalte

Zielsetzung des Projektes war und ist es, ein Modell zu entwickeln, das den LandwirtInnen einen fairen Milchpreis sowie eine gewisse Menge Milch sichert, die garantiert abgenommen und möglichst vor Ort weiter veredelt werden kann. Mit Obmann Haimo Grassl hatte die Agrargemeinschaft Kallbrunnalm einen entsprechenden Vordenker, der bereit war, bestehende Vermarktungsmuster (Milchlieferung an die Molkerei mit stark schwankenden Milchpreisen) zu durchbrechen und nach Alternativen zu suchen. Um das Risiko gering zu halten, startete er das Projekt mit einer mobilen Käserei. Ein ausgebildeter Käser kommt mit einem Käsemobil direkt vor Ort und verarbeitet eine bestimmte Menge Milch. Auch heute noch wird in einer Kombination aus mobiler Käserei und fix installiertem Kupferkessel gekäst.

Kritische Punkte, Problembereiche

- Ausreichend unterstützende Bäuerinnen und Bauern innerhalb der Agrargemeinschaft zu finden
- Finanzierung zu sichern (laufende Kosten, Investitionskosten)
- Qualitätssicherung
- Es braucht einen Motor, der das Projekt ins Laufen bringt (in diesem Fall Obmann Haimo Grassl)

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Bisherige Projektlaufzeit: etwa 12 Jahre.

Der Absatz der verschiedenen Käsesorten (vom Almkäse bis zum Bergkäse) läuft erfreulich gut, sodass auch 2013 die Produktionsmenge weiter gesteigert werden kann.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse



Aufwendige Käsepflege im Keller der Almkäserei Kallbrunnalm (Foto: © Christine Klenovec)

Im ersten Jahr hatte der Obmann Mühe, die benötigte Milchmenge von etwa 1.600 Liter Milch (Mindestmenge, um dem Aufwand gerecht zu werden) zusammen zu bekommen. Es wurden gerade einmal 15 Laib Käse produziert. Mit den aktuell produzierten 8.000 kg Käse konnte eine enorme Wertsteigerung für die hochwertige Almmilch erzielt werden. Ein Käsekeller wurde finanziert und gemeinsam mit dem Naturpark Weißbach, dem Nationalpark Berchtesgaden und der Naturschutzabteilung des Landes Salzburg konnte im Rahmen eines Interreg-Projektes eine Hütte gebaut werden, die neben einem Verkostungs- und

Verkaufsraum für den Kallbrunner Almkäse einen Versammlungsraum und einen interaktiven Informationsraum bietet.

Organisation

Die Almkäserei Kallbrunnalm ist als eigenständiges Projekt innerhalb der Agrargemeinschaft Kallbrunnalm organisiert und finanziert.

Service-Angaben

Agrargemeinschaft Kallbrunnalm • Obm. Haimo Grassl

Nähere Informationen über Naturpark Weißbach • Unterweißbach 36 • 5093 Weißbach

Tel.: ++43 (0) 65 82 / 83 52 12 • E-Mail: • info@naturpark-weissbach.at

Web: www.naturpark-weissbach.at

Almausschank Hundsfußalm im Naturpark Weißbach

Ausgangslage

Die Hundsfußalm wird im Hofverband des Maisbauern seit Jahrhunderten traditionell als Lärchweide mit Pinzgauer Rindern bewirtschaftet. Im Rahmen der beginnenden Naturparkentwicklung reifte der Entschluss von Helga und Martin Millinger, die traditionellen Werte der Kulturlandschaftspflege in Form eines kleinen Almausschanks auch für Gäste erlebbar zu machen und so das Einkommen für die eigene Landwirtschaft aufzubessern.



*Almausschank Hundsfußalm auf traditioneller Lärchweide im Naturpark Weißbach
(Foto: © Christine Klenovec)*

Eckdaten

Der Almausschank in der bestehenden Almhütte auf der Hundsfußalm ist mit einigen Sitzplätzen ausgestattet und wurde 2008 erstmals betrieben. Seit 2011 ist er aktiver Naturparkpartnerbetrieb, der die Naturparkidee mit trägt und nach bestimmten Kriterien an seine Gäste weitergibt. Es werden vorrangig hofeigene Produkte und Pinzgauer Almschmankerln angeboten, außerdem ist Helga Millinger aktive Naturparkproduzentin, Naturparkführerin und Kräuterexpertin.

Zielsetzungen und Inhalte

Zielsetzung war es, eine Wertsteigerung für die hofeigenen Produkte zu erlangen und die traditionelle Alm auch in Zukunft in ihrer Erhaltung abzusichern. Durch den Almausschank wird die aufwendige Kulturlandschaftspflege durch Berglandwirtschaft aufgezeigt und ein Bewusstsein dafür über hochwertige Produkte vom Pinzgauer Rind gestärkt. Die hofeigenen Produkte dienen als kulinarischer Spiegel der Landschaft sowie als besonderes Naturerlebnis.

Kritische Punkte, Problembereiche

Anfangs galt es, sich diesen neuen Schritt zuzutrauen und kritische Stimmen im Umfeld nicht über zu bewerten. Außerdem bedarf es einiger nicht unerheblicher Investitionen, um den rechtlichen Auflagen gerecht zu werden (Gestaltung der Almküche, Wasserversorgung etc.). Selbst die Almhütte musste im Innenbereich etwas adaptiert werden, um Sitzplätze bei Schlechtwetter zu gewinnen. Zu diesem Zeitpunkt war unklar, ob sich der Almausschank erfolgreich entwickeln wird.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Mit Naturparkwerdung 2007 begann die Planungsphase für den Almausschank, der in der Almsaison 2008 erstmals geöffnet war. Mittlerweile hat sich das Ausflugs- und Wanderziel sowohl bei Einheimischen als auch bei Gästen sehr gut etabliert und ist beliebter Fixpunkt im Naturparkangebot geworden.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse



Helga Millinger mit Bauernkrapfen vor dem Almausschank (Foto: © Christine Klenovec)

Die Berglandwirtschaft wird im Nebenerwerb geführt. Die Einnahmen aus dem Almausschank tragen positiv zum Hofeinkommen bei und bieten der Bäuerin Helga Millinger neben der Produktion von Naturparkprodukten einen erfolgreichen Nebenerwerbszweig.

Organisation

Der Almausschank wird als reines Familienunternehmen von Mitte Juni bis Ende September als Bestandteil der Berglandwirtschaft Maisbauer betrieben. Die Bäuerin Helga Millinger bereitet die Almschmankerln

vor, das Gästeservice wird von ihr mit fallweiser Unterstützung einer Tochter oder einer Freundin bedient.

Service-Angaben

Almausschank Hundsfußalm • Helga und Martin Millinger • Wildental 20 • 5092 St. Martin
Tel.: ++43 (0) 65 / 88 7251 • E-Mail: maisbauer@gmx.at

Naturpark Weißbach • Unterweißbach 36 • 5093 Weißbach
Tel.: ++43 (0) 65 82 / 83 52 12 • E-Mail: • info@naturpark-weissbach.at
Web: www.naturpark-weissbach.at

Regionalmarke „echt Schwarzwald“

Ausgangslage

In vielen Schwarzwaldgemeinden ist seit Jahrzehnten die landwirtschaftliche Nutzfläche rückläufig. Bei diesen Flächen handelt es sich überwiegend um Grünland auf Grenzertragsstandorten. Viele dieser Bergwiesen sind sehr artenreich, jedoch steil und extrem schwer zu bewirtschaften. Die Gründe für den Rückgang des Grünlandbestandes liegen im Strukturwandel der Landwirtschaft, vor allem im Rückgang der Betriebe mit Rinder- und Milchviehhaltung. Die Situation im Schwarzwald unterscheidet sich in keiner Weise von den Verhältnissen in anderen Naturparks der Mittelgebirge wie Thüringer Wald, Erzgebirge oder im Hochgebirge der bayerischen Alpen.

Zielsetzungen und Inhalte

Um nicht nur auf die Unterstützung durch EU-Fördermittel angewiesen zu sein, wurde 2007 im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord die Regionalmarke „echt Schwarzwald“ initiiert, die sich mittlerweile auch im Naturpark Südschwarzwald etabliert hat. Die Bewahrung der traditionellen Kulturlandschaft im Schwarzwald mit seinen Wiesen- und Weideflächen und die Abnahme der fortschreitenden Bewaldung sind die primären Ziele des eingetragenen Vereins mit geschäftsführender Vermarktungs-GmbH „echt Schwarzwald“. Für die qualitativ hervorragenden Produkte sollen höhere Preise und damit eine höhere Wertschöpfung in den Betrieben erzielt werden. „echt Schwarzwald“ wird getragen durch eine bäuerliche Erzeugergemeinschaft, bei der 150 landwirtschaftliche Betriebe (Stand 2012) mitmachen. Die Haltung, die Versorgung, der Transport der Tiere und der Anbau pflanzlicher Produkte sind neben der Herstellung der Rohstoffe zur Fütterung oder Düngung strengen Regeln und Kontrollen unterworfen, um die hohen Qualitätsstandards zu sichern.



*Blick in den Südschwarzwald
(Foto: © Jörg Liesen)*

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Regionalmarke „echt Schwarzwald“ wird in den nächsten Jahren weiter auf- und ausgebaut. Die Marke „echt Schwarzwald“ sowie die Regionalvermarktung insgesamt werden durch Öffentlichkeitsarbeit unterstützt. So gibt es in allen sieben baden-württembergischen Naturparks an einem Aktionstag einen „Brunch auf dem Bauernhof“. Außerdem gibt es „Naturpark-Märkte“, an denen 2012 rund 65.000 BesucherInnen teilnahmen. Knapp 80 Naturparkwirte und-wirtinnen in den Naturparks Schwarzwald Mitte/Nord und Südschwarzwald haben sich der genussreichen Verarbeitung von regionalen Produkten in ihrer Küche verschrieben. Eine sogenannte „Käseroute“ bietet KäseliebhaberInnen den Einblick in die zahlreichen Hofkäsereien im Naturpark Südschwarzwald. Die Genuss-Messen im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord mit großer Genuss-Tafel und Kochshows runden das Angebot ab.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Mittlerweile werden von Betrieben, die sich an der Marke „echt Schwarzwald“ beteiligen, 350 Hektar Grünland bewirtschaftet. Zehn Metzgereien und zwei Schäfer sind der Regionalmarke angeschlossen und die Schlachtzahlen konnten 2012 im Vergleich zum Vorjahr um 42% gesteigert werden (450 Ochsen, 300 Lämmer und 25 Kälber. Stand 2011).

Organisation



Dem Verein echt Schwarzwald e.V. gehören LandwirtInnen, Metzger, GastwirtInnen und zahlreiche Gemeinden an. Um die Ziele von „echt Schwarzwald“ voran zu treiben und zu realisieren wurde die echt Schwarzwald Vermarktungs-GmbH gegründet.

Service-Angaben

Web: www.echt-schwarzwald.de, www.naturparkschwarzwald.de
www.naturpark-suedschwarzwald.de, www.naturpark-suedschwarzwald.de

Neue Entwicklungen in der Regionalvermarktung im Naturpark Pöllauer Tal

Ausgangslage

Der Naturpark Pöllauer Tal stellt eine besondere Kulturlandschaft dar, die durch sanfte Hügel mit zahlreichen Wiesen, Äckern, sowie Obst- und Weinkulturen charakterisiert ist. Geprägt wird diese Landschaft durch zahlreiche Streuobstwiesen und durch die mittlerweile berühmte „Hirschbirne“, die zur Erzeugung von Most, Saft, Edelbrand, Dörrobst, Sekt und vielen anderen Produkten verwendet wird. Bekannt ist auch der „Hirschbirnwandertag“, der jährlich am 26. Oktober viele 1.000 BesucherInnen anlockt.



Treffpunkt Naturpark-Bauernladen
(Foto: © Alois Pörtl)

Im Sinne der Regionalentwicklung wurde im Naturpark schon früh die Vermarktung von bäuerlichen Produkten forciert und schließlich der „Verein der Direktvermarkter“ gegründet, der dann zum Verein „IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal“ weiterentwickelt wurde.

Zielsetzungen und Inhalte

Ziel des Vereines ist die bäuerliche Direktvermarktung von qualitativ hochwertigen Produkten. „Gutes vom Bauernhof“-Betriebe (sie stehen für: Ursprungsgarantie, Verarbeitungsgarantie, Qualitäts- und Hygienegarantie, Know-how- und Vorteilsgarantie) und Naturpark-Spezialitäten-Betriebe (die Marke steht für Genuss und beste Qualität, Naturnähe und Erhaltung der Kulturlandschaft) garantieren höchste Qualität.

Die Vermarktung wird derzeit auf vier Ebenen durchgeführt:

1. Naturpark-Bauernladen in Pöllau
2. Produktpräsentationen (mit Verkostung und Verkauf)
3. Überregionale Vermarktungen in Kooperation mit anderen Institutionen (z.B. Naturparke Steiermark; Verband der Naturparke Österreichs, Tourismus...)
4. Internetverkauf-Shop, z.B. unter www.myproduct.at

Die IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal verfolgt folgende Ziele:

- Verstärkte Absatzförderung für ländliche und bäuerliche Produkte
- Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte
- Investitionen in die Produktpräsentation
- Platzierung bäuerlicher Produkte am Markt
- Bewusster Aufbau von Kundenbeziehungen und Kundenbindung
- Schulung, Weiterbildung

Eckdaten

- Bei durchschnittlich 80 KundInnen täglich ergibt dies ca. 29.000 KundInnen pro Jahr
- 1995 wurde mit zwei MitarbeiterInnen zu je 20 Stunden gestartet, jetzt sind es fünf MitarbeiterInnen zu 33 Wochenstunden
- Von den fünf MitarbeiterInnen sind zwei aus dem Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ (eine Mitarbeiterin im Naturpark-Bauernladen und ein Mitarbeiter, der das Projekt „Internet-Shop“ betreut)
- 2008 erfolgte eine Neuausrichtung des Naturpark-Bauernladens – dies führte 2009 und 2010 zu einer Umsatzsteigerung von über 10 %
- Ein Überblick über die Auftritte 2011: „Aufsteirern“ in Graz, „Steiermarkfrühling in Wien“, Heldenplatz Erntedankfest, Herrengasse Graz BB Markt, Krone Stadtfest Graz, Welser Messe, Naturparke Steiermark: Grüne Wiese in der Herrengasse, Sreubstausstellung Graz, „Kasfest“ Naturpark Sölkttäler, Spezialitätenmarkt Kapfenberg, Präsentation in Wien Simmering mit TRV Oststeiermark, Präsentationen bei der Feistritzalbahnhof während der Saison.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Der Stammkundenanteil liegt nach wie vor bei 80 %. Verstärkt hat sich die Zahl an TagestouristInnen im Naturpark, die speziell regionale Produkte kaufen, und jene TouristInnen, die im Naturpark nächtigen, fragen vermehrt nach regionalen Produkten nach. Als Buchungsgrund für den Aufenthalt im Naturpark werden verstärkt regionale Produkte angeführt.



*Hervorragendes Leitprodukt: die Hirschbirne
(Foto: © Alois Pörtl)*

Ein neues Projekt wird gerade umgesetzt: Ziel ist der Aufbau eines Internetshops und somit die Möglichkeit, Produkte aus der Region über das Internet zu bestellen. Ein solcher Internetshop erlaubt eine überregionale Vermarktung und erschließt auch ganz neue Kundenschichten. Bei der Umsetzung dieses Projektes greift der Verein IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal wieder auf die Kooperation mit dem Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ zurück.

Ein neues Projekt wird gerade umgesetzt: Ziel ist der Aufbau eines Internetshops und somit die Möglichkeit, Produkte aus der Region über das Internet zu bestellen. Ein solcher Internetshop erlaubt eine überregionale Vermarktung und erschließt auch ganz neue Kundenschichten. Bei der Umsetzung dieses Projektes greift der Verein IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal wieder auf die Kooperation mit dem Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ zurück.

Das Projekt greift der Verein IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal wieder auf die Kooperation mit dem Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ zurück.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die IG Bauernspezialitäten hat über 80 LieferantenInnen, die gleichzeitig auch Mitglieder in der IG sind. Zurzeit arbeiten im Naturpark-Laden drei fixe Teilzeitkräfte, die zusätzlich durch eine Mitarbeiterin aus dem Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ unterstützt werden.

Die Produktpalette konnte in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut werden und umfasst zurzeit ca. 3.500 verschiedene Artikel. Die am meisten nachgefragten Artikel sind nach wie vor Fleisch, Brot, Gemüse, Milchprodukte von Kuh, Schaf und Ziege, Obst, Mehlspeisen und Honig, aber auch viele spezielle Produkte, wie z.B. verschiedenste Essige.

Wie oben erwähnt, ist die regionale Bevölkerung für den Großteil des Umsatzes im Naturpark-Bauernladen verantwortlich. Somit hat sich der Laden also zu einem wichtigen „Nahversorger“ in der Region entwickelt und etabliert.

Finanziert wird der Laden selbst durch einen Kostenbeitrag von 22 % (Miete, Personal, Betriebskosten, Werbung, Weiterbildung) des Umsatz. Auch die Kosten für öffentliche Auftritte werden über diese Kostenbeiträge an den Bauernladen gedeckt.

Kritische Punkte, Problembereiche

Mittlerweile kann auf eine langjährige, sehr erfolgreiche Erfahrung im Bereich der gemeinsamen Direktvermarktung von bäuerlichen Produkten über einen Naturpark-Bauernladen zurückgeblickt werden. Es gibt zahlreiche Produkte, die Produktgestaltung ist hervorragend und die Produkte selbst vielfach prämiert. Eine Herausforderung ist immer die Logistik, die hinter einem derartigen Projekt steckt und natürlich mit der Zahl an Produkten und der Nachfrage steigt. Eine weitere Herausforderung wird der im Entstehen begriffene „Internet-Shop“ für Naturpark-Produkte sein.

Organisation

Der Bauernladen sorgt für die Anlieferung der Produkte durch die LieferantInnen. Auftritte bei Veranstaltungen und Projektpräsentationen werden von den MitarbeiterInnen bzw. den jeweiligen ProjektleiterInnen organisiert und in Absprache mit den LieferantInnen durchgeführt.

Folgende Dienstleistungen stellt die IG für die Mitglieder bereit:

- Bereitstellung der Verkaufsräumlichkeiten (Naturpark-Bauernladen)
- Bereitstellung von Infrastruktur
- Abwicklung der Verkaufs- und Abrechnungsprozesse
- Werbung und Marketing (z.B. Produktpräsentationen bei Veranstaltungen)
- Direkte Zusammenarbeit mit anderen regionalen Initiativen, z.B. dem Verein Naturpark Pöllauer Tal
- Überregionale Kooperationen, z.B. mit dem Verband der Naturparke Österreichs und dem Projekt „Österreichische Naturpark-Spezialitäten“
- Anstellungsträger für das Personal (Organisation und Verkauf)
- Schulung und Qualifizierung der LieferantInnen/ProduzentInnen
- Internetauftritt und Internet-Shop

Service-Angaben

IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal • Bauernladen Pöllau

Hauptplatz 2 • 8225 Pöllau

Tel.: ++43 (0) 33 35 / 45 50 • E-Mail: bauernladen@gutes.at

Web: www.bauernladen.gutes.at und www.facebook.com/bauernladenpoellau

Naturparkbüro Pöllauer Tal • Schlosspark 50 • 8225 Pöllau

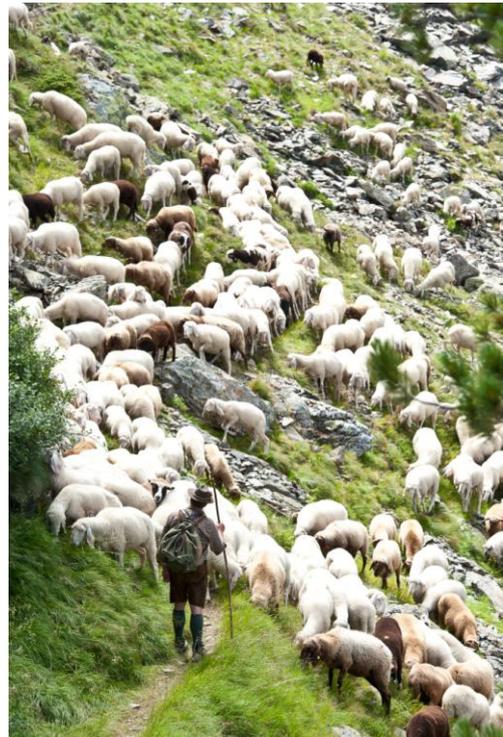
Tel.: ++43 (0) 33 35 / 37 40 • E-Mail: naturpark-poellauertal@aon.at

Homepage: www.naturpark-poellauertal.at

Aufbereitung von Schafwolle im Naturpark Sölk­täler

Ausgangslage

Schafe spielen seit jeher eine wichtige Rolle in der Landschaftspflege u.a. in alpinen Bereichen zur Offenhaltung von Weideflächen auf Almen. So wurde im steirischen Ennstal vom Steirischen Schafzuchtverband ein großes Almbeweidungs-Projekt mit Schafen initiiert (Leader-Projekt 2008-2013). Der Schafzuchtverband hat ein Gesamtkonzept entwickelt, mit dem Ziel, die kleinstrukturierten, extensiven Betriebe mit Schafhaltung bestmöglich zu unterstützen und die Wertschöpfung zu optimieren. Wichtig ist dabei auch die Unterstützung bei der Vermarktung von Produkten. Die gesteigerte Nachfrage nach Produkten aus Schafwolle hat schließlich zur Wieder-Inbetriebnahme der Schafwollwaschanlage in der Naturpark-Gemeinde Kleinsölk als Folge einer Zusammenarbeit zwischen dem Naturpark Sölk­täler und dem „Steirischen Schafzuchtverband“ geführt.



*Auf der Hält
(Foto: © Steirischer Schafzuchtverband)*

Eckdaten

2012 dürften etwa 5.000 bis 6.000 kg Schafwolle aufbereitet werden. Die Wolle stammt dabei von ca. 30 Schafbäuerinnen und Schafbauern aus dem Naturpark Sölk­täler (mit Herdengrößen von etwa 10 bis 20 Tieren) und weiteren Schafbauern/-bäuerinnen aus der Region Ennstal mit Herdengrößen von bis zu 200 Tieren. Die von den Schafbauern/-bäuerinnen angelieferte Wolle wird bei Bedarf grob vorgereinigt, anschließend gewaschen (Wasser und Soda) und getrocknet, dann „kadiert“ und kann danach weiterverarbeitet werden. Die Wolle stammt fast ausschließlich von Bergschafen, die sich am besten für die Alpung eignen.

Zielsetzungen und Inhalte

Während die Nachfrage nach Fleisch- und Milchprodukten von Schafen sehr gut ist, war die Vermarktung von Schafwolle lange Zeit schwierig, da Schafwolle über viele Jahre stark an Bedeutung als Rohstoff in der Textilindustrie eingebüßt hat. Ein weiterer Grund für den mäßigen Erfolg beim Absatz an heimischer Schafwolle ist beim Import hochwertiger ausländischer Schafwolle zu suchen. In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach diesem natürlichen Rohstoff aus heimischer Produktion Dank zahlreicher regionaler Initiativen und Projekte wieder gestiegen. Jene landwirtschaftlichen Betriebe, die mit der Haltung von Schafen einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung von Weideflächen bzw. Kulturlandschaften liefern, können durch den professionellen Absatz ihrer Schafwolle ein zusätzliches Einkommen erwirtschaften.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Schafwollwaschanlage in Kleinsölk ist eine von nur zwei (!) Anlagen, die in Österreich zurzeit in Betrieb sind und war seit 15 Jahren immer nur sporadisch in Betrieb. Für einen dauerhaften Betrieb haben bislang die finanziellen Mittel gefehlt. Seit dem Frühling 2012 gibt es eine Kooperation mit dem Projekt „Arbeitsplätze für steirische Naturparkregionen“ und somit kann die Waschanlage nun auch kontinuierlich personell besetzt werden. Geplant ist die Schaffung eines fixen Arbeitsplatzes, denn Wolle ist in der Region reichlich vorhanden und die Anlage selbst kann im Vollbetrieb zwischen 10.000 und 12.000 kg Schafwolle pro Jahr verarbeiten.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die Kosten für die Miete der Räumlichkeiten trägt der Schafzuchtverein, ebenso die Betriebskosten (Strom, Wasser etc.), die sich zurzeit auf etwa € 10.000,- pro Jahr belaufen. Eine Hackschnitzelanlage, die als bäuerliche Genossenschaft geführt wird, liefert die Energie (für die Wasseraufbereitung und Trocknung), wobei auch hier mustergültig auf regionale Wertschöpfung und Nachhaltigkeit geachtet wird (Holz wird ausschließlich aus der Region verarbeitet und als Energieträger genutzt).

Im selben Gebäude, in dem die Schafwollwaschanlage untergebracht ist, findet sich auch der „Kleinsölker Hoamatlad'n“, wo zahlreiche regionale Naturpark-Spezialitäten und natürlich auch diverse Wollprodukte angeboten werden.

Kritische Punkte, Problembereiche

Eine Herausforderung war das Finden von Groß-Abnehmern für die aufbereitete Wolle, denn nur dann kann die Anlage auch kostendeckend geführt werden. Mittlerweile gibt es Kooperationen mit zwei großen Abnehmern aus der Region, die ihrerseits Werbung machen mit dem Slogan „Schafwolle zu 100% aus der Region“. Eine weitere Herausforderung ist und bleibt die Anlieferung von möglichst sauberer Rohwolle, also von Wolle, die möglichst frei von groben Verunreinigungen (z.B. Resten von Einstreu aus dem Stall) ist. Die Entfernung derartiger Verunreinigungen ist sehr zeitintensiv.

Organisation

Die Wieder-Inbetriebnahme der Schafwollwaschanlage ist das Ergebnis einer Kooperation zwischen dem Naturpark Sölktaaler und dem Steirischen Schafzuchtverband, der für die gesamte Koordination bis hin zur Vermarktung verantwortlich ist. Die Schur der Schafe wird zu 80% von Profis erledigt, ansonsten legen die Bauern und Bäuerinnen selbst Hand an. In das Projekt konnte erfreulicherweise ein junger Schafscherer aus einer Naturpark-Gemeinde eingebunden werden, der zukünftig auch Aufklärungsarbeit hinsichtlich der Qualität leisten wird, mit dem Ziel, dass möglichst saubere Wolle zur Waschanlage gebracht wird.

Service-Angaben

Naturpark Sölktaaler • 8961 Stein/Enns 107

Tel.: ++43 (0) 36 85 / 20 903 • E-Mail: office@soelktaeler.at • Web: www.soelktaeler.at

Steirischer Schafzuchtverband • Bach 147 • 8960 Öblarn

Tel.: ++43 (0) 664 / 84 91 319 • E-Mail: walter.schmiedhofer@gmx.at

Verein für Landschafts- und Weidpflege im Naturpark Südsteirisches Weinland

Ausgangslage

Der Verein für Landschafts- und Weidpflege im Naturpark Südsteirisches Weinland wurde 2004 ins Leben gerufen. Ziel war es, den vielen kleinen SchafhalterInnen in der Region zu



*Weidende Krainer Steinschafe
(Foto: © Naturpark Südsteirisches Weinland)*

helfen, sich zu koordinieren und gemeinsam die Anzahl der Weidetiere zu erhöhen. Durch die Offenhaltung der Flächen wird zur Kulturlandschaftserhaltung im Naturpark beigetragen. Weiters war wichtig, neue Produkte aus der Schafhaltung zu entwickeln.

Eckdaten

Der Weideverein hat mittlerweile ca. 100 Mitglieder, die von der Projektkoordinatorin Nicole Strieder betreut werden. Ein sehr aktiver Vorstand des Vereins trifft sich regelmäßig, um gemeinsame Veranstaltungen zu

koordinieren, wie das jährliche Fest „Alles Schaf“ oder 2012 erstmalig die Präsentation „Von der Weide in die Stadt“ am Hauptplatz in Leibnitz.

Zielsetzungen und Inhalte

Ziel ist es, die Weidehaltung zum Zwecke des Kulturlandschaftsschutzes zu attraktivieren. Es muss aber eine artgerechte und ökologische Haltung gewährleistet sein, um hochwertige Produkte zu erzeugen. Weiters muss es für den/die SchafbäuerIn Verarbeitungsmöglichkeiten und Absatzmärkte für seine/ihre Schafprodukte geben. Ein großes Ziel ist auch die Bewusstseinsbildung für Schafprodukte und die gemeinsame Vermarktung.

Kritische Punkte, Problembereiche

Für eine adäquate Beweidung aller potentieller Flächen ist die Anzahl der SchafbäuerInnen zu gering. Es fehlt an wirtschaftlichen Perspektiven oder Möglichkeiten der gemeinsamen Vermarktung von Fleisch- und Wurstprodukten. Im Naturpark wird stark daran gearbeitet, das Projekt auch aus touristischer Seite zu beleuchten und damit die Wertschöpfung zu erhöhen.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Mit Präsentationen auf verschiedenen Veranstaltungen wird dem Publikum die tägliche Arbeit in der Schäferei, die wertvolle Leistung der Pflege von Kulturlandschaft und natürlich

die nachhaltig produzierten Spezialitäten näher gebracht. Im Moment wird an einem Konzept und an der Kostenerhebung für den Bau und den Betrieb eines Gemeinschaftsstalls bzw. einer Kosten-Nutzen Rechnung für eine Wanderschäferei gearbeitet, um den LandwirtInnen fundierte Informationen über die wirtschaftlichen Perspektiven der Schafhaltung liefern zu können. Weiters soll eine regionale, gefährdete Schafrasse, als das „Naturpark-Schaf“ etabliert werden.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die Produktentwicklung wurde über ein Leader-Projekt finanziell unterstützt. Es gibt bereits eine bunte Produktpalette an Schafskäse, Schafwürsten, Schafgeselchtem, Schaffleisch, Woll- und Filzprodukten. Es besteht auch eine Kooperation mit einer ansässigen Fleischerei, die für den Eigenbedarf Schafprodukte herstellt.



*Schauschafschur am Leibnitzer Hauptplatz
(Foto: © Naturpark Südsteirisches Weinland)*

Organisation

Der Verein für Landschafts- und Weidepflege ist als Verein organisiert und wird von einem Vereinsvorstand geleitet. Für die Projektbetreuung wird vom Naturpark Südsteirisches Weinland Frau Nicole Strieder, selbst Schafbäuerin und Expertin, bezahlt. Das Projekt ist auch über eine „Leader-Förderung“ finanziert.

Service-Angaben

Verein für Landschafts- und Weidepflege • c/o Naturpark Südsteirisches Weinland
Grottenhof 1 • 8430 Kaindorf an der Sulm
Tel.: ++43 (0) 34 52 / 71 305 • E-Mail: office@naturparkweinland.at
Web: www.naturparkweinland.at

Samareiner Press- und Saftgemeinschaft im Naturpark Obst-Hügel-Land

Ausgangslage

2007 fand im Naturpark Obst-Hügel-Land eine internationale Streuobst-Tagung statt, die die Probleme bei der Streuobstverwertung aufzeigte: das vorhandene Obst wird von den LandwirtInnen am eigenen Hof oft nicht zur Gänze gebraucht, beim Verkauf sind aber nur geringe Erträge zu erzielen. Da bei einigen LandwirtInnen in der Gemeinde St. Marienkirchen/Polsenz Investitionen in Obstpressen nötig waren, entstand die Idee, eine gemeinschaftliche Initiative zu starten. Das Projekt wurde durch das Naturpark-Management betreut und 2009 erfolgte die Gründung des Vereins „Samareiner Press- und Saftgemeinschaft“.



Samareiner Saftpresse
(Foto: © Naturpark Obst-Hügel-Land)

Eckdaten

Die Samareiner Press- und Saftgemeinschaft umfasst 16 landwirtschaftliche Betriebe. Die im Zeitraum 2009 bis 2012 getätigten Investitionen und Werbemaßnahmen in der Höhe von ca. € 120.000,- wurden durch ein Leader-Projekt (Diversifizierung – Vermarktung und Verarbeitung) gefördert. Als Produktionsstandort dient ein Teil einer gemieteten Maschinenhalle mit ca. 200 m² Fläche.

Die bisherigen Werbemaßnahmen umfassen einen „Tag der offenen Tür“, ein Flugblatt, einen Folder und etliche regionale Medienbeiträge bzw. Einschaltungen. Am wichtigsten ist jedoch die Mundpropaganda durch die Vereinsmitglieder und insbesondere durch zufriedene KundInnen.

Zielsetzungen und Inhalte

Die Ziele des Gemeinschaftsprojektes sind die Verarbeitung und Veredelung des regionalen Streuobstes, eine betriebliche Diversifizierung und die Erhöhung des landwirtschaftlichen Einkommens. Durch die Verarbeitung des Streuobstes steigt die Chance, die vielen landwirtschaftsprägenden Obstbäume in der Region zu erhalten.

Die Angebotspalette der Pressgemeinschaft umfasst die Saftverarbeitung für Mitglieder und KundInnen (mit dem Vorteil, dass die KundInnen den Saft aus dem eigenen Obst erhalten) sowie die Herstellung und Vermarktung von eigenen Fruchtsäften. Die „Samareiner Obstsäfte“ werden als Österreichische Naturpark-Spezialität vermarktet. Die Säfte (Apfelsaft, Birnensaft, Apfel-Birnensaft, Apfel-Weichselsaft, Apfel-Johannisbeersaft, Apfel-Himbeersaft, Apfel-Karottensaft) sind in 1 Liter-Pfandflaschen und zum Teil auch im 3-, 5- oder 10-Liter-Bag in Boxen erhältlich.

Für die Produktion (Mitte September bis Mitte November) sind Teilzeitarbeitskräfte bei der Samareiner Press- und Saftgemeinschaft angestellt, insgesamt entspricht dies einer halben Arbeitskraft pro Jahr. Zusätzlich erbringen die Vereinsmitglieder vereinbarte Arbeitsleistungen im Betrieb. Die Obstsäfte werden über verschiedene Absatzwege vertrieben: Direktverkauf bei den Mitgliedsbetrieben, Naturpark-Geschenkpakete, regionale Gastronomie, regionaler Handel und Veranstaltungen.

Kritische Punkte, Problembereiche

Für die Saftpresse und das Pasteurisieren bzw. Abfüllen des Saftes ist ausreichend Platz vorhanden, allerdings stellte sich heraus, dass der Bereich vor der Halle (für die Obstanlieferung bzw. Abholung der Säfte) sowie das Lager sehr knapp bemessen sind. Bedingt durch den Saisonbetrieb kommt es zu extremen Arbeitsspitzen. Durch die Vereinsstruktur ist eine „gerechte“ Arbeitsaufteilung zwischen den Mitgliedern nicht immer ganz einfach. Darüber hinaus sind die Presskapazitäten bereits erreicht, d.h. es besteht derzeit kaum noch Wachstumsspielraum. Für den Vertrieb der Obstsäfte fehlt es auch noch an Personal. Momentan übernehmen einzelne Vereinsmitglieder diese Aufgabe. Als große Herausforderung stellte sich auch die steuerlich-rechtliche Situation für den Verein und deren Mitglieder dar.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Seit dem Start des Projektes im Herbst 2009 hat es eine stetige Zunahme des gepressten Obstes und somit auch des Umsatzes gegeben. Ein langfristiger Betrieb der Anlage scheint somit gesichert. Allerdings muss durch das Erreichen der Presskapazitäten die Überlegung angestellt werden, ob ein weiterer Ausbau notwendig und sinnvoll ist.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die bisherige Entwicklung der Jahresumsätze ist sehr positiv: 2009: €15.000,--, 2010: €38.000,-- und 2011: €83.000,--. Seit 2011 ist der Betrieb in der Gewinnzone.

Besonders gut wird die Saffherstellung für Private angenommen. Die KonsumentInnen legen großen Wert darauf, Fruchtsäfte aus dem eigenen Obst zu bekommen. Zudem schätzen sie die praktischen Bag-in-Box-Systeme. Aber auch viele landwirtschaftliche Betriebe nehmen die moderne und hygienische Saftpressdienstleistung in Anspruch.

Ein Trend ist sehr positiv: durch das Projekt der Samareiner Press- und Saftgemeinschaft wird im Naturpark und in der angrenzenden Region wieder mehr Obst geklaubt und verarbeitet.

2012 wurde erstmals ein Produkt der Samareiner Press- und Saftgemeinschaft (Apfelsaft) bei der Ab-Hof-Messe in Wieselburg prämiert.

Organisation

In der Startphase wurde eine Arbeitsgruppe unter Leitung des Naturpark-Managements eingerichtet. 2009 erfolgte die Vereinsgründung mit entsprechenden Strukturen. Jedes der 16 Vereinsmitglieder brachte €5.000,-- an Eigenmitteln in das Projekt ein.

Service-Angaben

Naturpark Obst-Hügel-Land • Kirchenplatz 1 • 4076 St. Marienkirchen/Polsenz

Tel.: ++43 (0) 72 49 / 47 112-25 • Email: info@obsthuegelland.at

Web: www.obsthuegelland.at

Samareiner Press- und Saftgemeinschaft • Wieshof 10 • 4076 St. Marienkirchen/Polsenz

Tel.: ++43 (0) 72 49 / 470 18 • E-Mail: info@samareinersaft.at

Web: www.samareinersaft.at

Kirschblütenwanderung im Naturpark Obst-Hügel-Land

Ausgangslage

Kurz nach der Naturpark-Gründung 2005 stand die Überlegung, die Besonderheiten im Naturpark Obst-Hügel-Land mittels einer größeren Veranstaltung auch überregional bekannt zu machen. Naturpark-LandwirtInnen entwickelten gemeinsam mit dem Naturpark-Management die Idee, die Obstbaumbüte im Frühjahr und die Produkte der Scharntner Betriebe durch eine Wanderung von Hof zu Hof zu vermarkten.

Eckdaten

Die Kirschblütenwanderung in der Gemeinde Scharnten findet seit 2007 jährlich statt, jeweils an einem Sonntag Ende April. Jedes Jahr wandern zwischen 10.000 und 15.000 BesucherInnen auf den beiden beschildderten Rundwegen (8 km und 11 km Länge). Sieben bis zehn Höfe bzw. örtliche Vereine verköstigen die Wanderer, dazu gibt es mehrere Naturerlebnisstationen.



*Wandern zur Zeit der Kirschblüte im Naturpark Obst-Hügel-Land
(Foto: © Naturpark Obst-Hügel-Land)*

Zielsetzungen und Inhalte

Im Zentrum der Kirschblütenwanderung stehen das Wandern im Obst-Hügel-Land, das Erleben der reizvollen Kirschblüte und das Genießen der Naturpark-Spezialitäten. Zielgruppen sind Familien mit Kindern und Senioren. Die Direktvermarkter und Gasthöfe können ihre Betriebe und Produkte einem überregionalen Publikum präsentieren und so den Kundenstock erweitern. Die Wanderung von Hof zu Hof bietet nicht nur kulinarische Schmankerl, sondern auch ein umfangreiches Naturerlebnis-, Kinder- und Unterhaltungsprogramm. So lassen sich bei der Kirschblütenwanderung etwa auch andere Themen (z.B. Naturschutzprojekte, Imkerei etc.) hervorragend vermitteln.

Durch die Kooperation mit großen oberösterreichischen Medien wird der generelle Bekanntheitsgrad des Naturparks gesteigert.

Kritische Punkte und Problembereiche

Durch die wachsende Besucherzahl und die umfangreiche mediale Berichterstattung ist es eine große Herausforderung, den Ursprung der Veranstaltung zu erhalten. Der Interessensausgleich zwischen den Betrieben gestaltet sich oft schwierig, auch gab es immer wieder Ein- und Aussteiger bei den teilnehmenden Höfen. Entsprechend war die Route jährlich anzupassen, was wiederum viel Überzeugungsarbeit bei den betroffenen GrundeigentümerInnen erforderte. Seit zwei Jahren haben sich jedoch eine fixe Gruppe und gleichbleibende Wanderrouten herauskristallisiert.

Die Zustimmung zur Kirschblütenwanderung ist in der örtlichen Bevölkerung nicht ungeteilt. Der Andrang der Besucher und Besucherinnen am Tag der Kirschblütenwanderung und in der Zeit vor und nach der Veranstaltung bringt z.B. Verkehrsprobleme mit sich.

Steigende Fixkosten, z.B. für die Verkehrsregelung durch die Feuerwehr oder den Sanitätsdienst, belasten das Budget, während der Erfolg der Wanderung Trittbrettfahrer (z.B. die mobile Ausschank) entlang der Strecke anlockt.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Bei der Kirschblütenwanderung handelt es sich um eine jährlich stattfindende Ein-Tagesveranstaltung. Eine Ausdehnung auf zwei Tage ist in Diskussion.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Durch die umfangreiche Bewerbung ist der Bekanntheitsgrad des Naturparks Obst-Hügel-Land deutlich gestiegen. Gerade zur Zeit der Obstbaumbüte kommen vermehrt TagesbesucherInnen in den Naturpark, auch in die zweite Naturparkgemeinde St. Marienkirchen/Polsenz.

Am Wochenende der Kirschblütenwanderung beträgt die regionale Wertschöpfung geschätzte € 300.000,--. Neben den teilnehmenden LandwirtInnen profitieren auch viele Vereine, der Lebensmitteleinzelhandel, Bäckereien, umliegende Gastwirte etc.

Gestiegen sind auch die Sponsoreneinnahmen für den Naturpark, ein wichtiger Aspekt für das Naturpark-Management. Diese Einnahmen können für weniger publikumswirksame Projekte, wie z.B. Naturschutzprojekte oder Bildungsangebote für Kinder verwendet werden.

Der Ab-Hof-Verkauf von Schartner Obst konnte in den vergangenen Jahren deutlich gesteigert werden. Landwirtschaftliche Betriebe, die an der Kirschblütenwanderung teilnehmen, haben stärkere Kundenstockzuwächse wahrgenommen, als Direktvermarkter, die nicht daran teilnehmen (vgl. Masterarbeit Kaiblinger, 2012).

Organisation

Die Organisation ist durch eine klare Kompetenz- und Kostenaufteilung gekennzeichnet: das Naturpark-Management übernimmt die allgemeine Organisation, die Bewerbung, Festlegung der Wanderroute und die Verkehrsmaßnahmen, während die Betriebe für die Verköstigung der BesucherInnen, das Rahmenprogramm etc. sowie die Beschilderung sorgen.

Das jährliche Budget liegt bei ca. € 15.000,--. In diesem Budget sind die Aufwendungen für Werbung, Sicherheit und allgemeine Organisation inkludiert, jedoch nicht die Kosten der einzelnen Betriebe. Die Finanzierung erfolgt durch Naturpark-Fördermittel, Eigenmittel der Betriebe und Sponsoren.

Literatur

Kaiblinger, B., 2012: Wirkungen des Naturparks Obst-Hügel-Land auf ansässige landwirtschaftliche Direktvermarkter von Frischobst, Fruchtsaft, Obstmost, Spirituosen aus Obst und Obsterzeugnissen. Masterarbeit, Universität für Bodenkultur Wien.

Service-Angaben

Naturpark Obst-Hügel-Land • Kirchenplatz 1 • 4076 St. Marienkirchen/Polsenz
Tel.: ++43 (0) 72 49 / 47 112-25 • Email: info@obsthuegelland.at
Web: www.obsthuegelland.at

Trekking-Pauschale Berliner Höhenweg im Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen

Ausgangslage

Der Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen liegt am Alpenhauptkamm mit dem Hochfeiler auf 3.509 m als höchstem Punkt. Vor 150 Jahren entdeckte der Alpinismus das Gebiet des heutigen Naturparks und prägt ihn bis heute mit zahlreichen Schutzhütten und Höhenwegen, wie dem Berliner Höhenweg. Auf diesem kann der Naturpark in sieben Übernachtungen auf den Alpenvereinshütten durchwandert werden. Die Wanderung kann als Pauschale beim Naturpark gebucht werden.



*Die Berliner Hütte in den Zillertaler Alpen
(Foto: © Archiv Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen)*

Eckdaten

Die gesamte Wanderung führt von der Gamshütte – Friesenberghaus – Olperer Hütte – Furtschaglhaus – Berliner Hütte – Greizer Hütte – Kasseler Hütte zur Karl-von-Edel Hütte und überwindet auf 70 km 6.700 Höhenmeter. Die Tour kann individuell mit zwei bis sieben Übernachtungen ab € 99,- gebucht werden, mit Ermäßigung für Alpenvereins-Mitglieder. Es kann von jeder Hütte auf- und abgestiegen werden. Die Pauschale umfasst neben den Übernachtungen Halbpension mit Frühstück und Abendessen, Busgutscheine, Eintritt in die Naturparkausstellung sowie Kartenmaterial und Literatur zum Naturpark. Die Hüttenbuchungen werden vom Naturpark vorgenommen.

Zielsetzungen und Inhalte

Auf Grund der vielen „Inklusivangebote“ der Hotels in den Tallagen und den oft schwierigen Wetterbedingungen wird die Bewirtschaftung der Schutzhütten immer schwieriger. Der Naturpark versucht daher mit der Trekking-Pauschale ein Instrument zu schaffen, um Wanderer und Wanderinnen verstärkt auf die Schutzhütten des Alpenvereins aufmerksam zu machen und ein neues Potenzial an bergaffinen Personen darauf zu lenken. Zudem erfolgt durch Informationsweitergabe an die Wanderer und Wanderinnen eine Sensibilisierung für den Naturpark und seine Arbeit.

Zur Abwicklung hat der Naturpark eine Halbtageskraft angestellt. Somit konnte der Naturpark in Ginzling, einer kleinen Naturparkgemeinde in der sich auch das Naturparkhaus befindet, einen Arbeitsplatz schaffen.

Kritische Punkte, Problembereiche

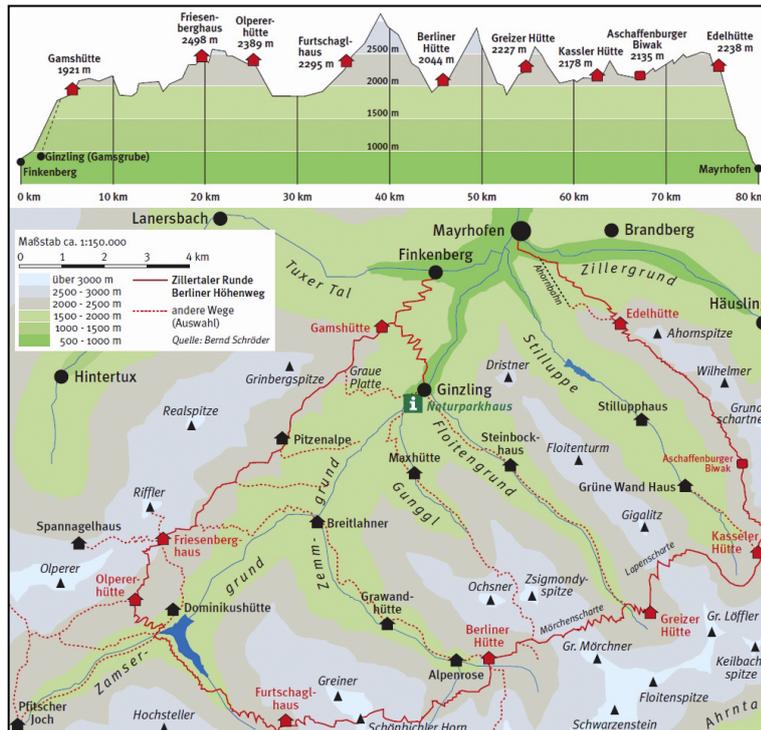
Da der Naturpark die Pauschale selbst abwickelt, fehlt oft die Bewerbung durch die Tourismusverbände. Dem Naturpark stehen dabei nicht entsprechenden Instrumente zur Verfügung, um eine umfassende Bewerbung der Pauschale durchzuführen.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Pauschale wird seit 2008 angeboten. In den kommenden Jahren wird das Projekt noch inhaltlich und strukturell verbessert. Es wird dabei ein eigenes Angebot für Kinder bis 14 Jahre geben, der Weg selbst wird mit Plaketten markiert und die Buchungsplattform auf unserer Webseite verbessert.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die Verkaufseinnahmen für die Trekking-Pauschale stellen im Naturpark lediglich einen Durchgangsposten dar. Es fallen jedoch Kosten für die Halbtagskraft und den Postversand



an. 2012 wurden 248 Pauschalen verkauft. 1.410 Nächtigungen wurden dadurch auf den Hütten erbracht. Dies ist eine Steigerung von 163 Nächtigungen im Vergleich zu Vorjahr. Im ersten Jahr 2008 ergaben sich aus der Pauschale lediglich 323 Nächtigungen.

Organisation

Die gesamte Umsetzung der Pauschale, von der finanziellen Kalkulation im jeweiligen Vorjahr über den Druck der Hefte, der Kontakt zwischen den DAV-Sektionen und den Hüttenpächter und -pächterinnen erfolgt durch den Naturpark. Der größte organisatorische Aufwand ist jedoch die Buchung der Pauschale mit Hüttenreservierungen, Klärung von Detailfragen und finanzieller Abwicklung sowie dem Versand der Pauschalen.

Berliner Höhenweg (Quelle: © Archiv Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen)

schale mit Hüttenreservierungen, Klärung von Detailfragen und finanzieller Abwicklung sowie dem Versand der Pauschalen.

Service-Angaben

Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen • Naturparkhaus • 6295 Ginzling 239
 Tel.: ++43 (0) 52 86 / 52 181 • E-Mail: info@naturpark-zillertal.at
 Web: www.naturpark-zillertal.at

Naturpark-Partnerbetriebe im Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen

Ausgangslage

Der Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen liegt im Zillertal, mit sechs Millionen Nächtigungen im Jahr die größten Tourismusdestination in Tirol. Dies entspricht fünf Prozent des österreichischen Tourismusaufkommens. Um die Gäste im Zillertal auf den Naturpark aufmerksam zu machen, und gleichzeitig die TouristikerInnen verstärkt an den Naturpark heranzuführen, wurde eine Kooperation mit den Unterkunftsbetrieben der Region geschlossen.

Eckdaten

Jeder Unterkunftsbetrieb muss Kriterien erfüllen, die einerseits den Naturpark nach außen präsentieren, wie eine Plakette am Eingang, einen Naturpark-Informationsbereich sowie die Präsentation der Kooperation in den Medien des Betriebs. Andererseits muss auch das Personal im Betrieb Wissen über den Naturpark vermitteln können. Zentral ist ebenso der verstärkte Einsatz regionaler Produkte in der Küche.

Zudem können die Gäste von Partnerbetrieben kostenlos an den geführten Wanderungen des Naturparks teilnehmen und kostenfrei die Ausstellung im Naturparkhaus besichtigen.



*Zertifizierung zum „Naturpark-Partnerbetrieb“ durch die Erfüllung bestimmter Kriterien
(Foto: © Archiv Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen)*

Zielsetzungen und Inhalte

Der Naturpark stellt im wintersaisonal dominierten Zillertal zwar touristisch eine immer wichtigere, jedoch immer noch untergeordnete Rolle dar. Zudem ist ein Großteil der Erwerbstätigen im Zillertal direkt oder indirekt mit dem Tourismus verbunden. Den Naturpark den Einheimischen zu vermitteln ist daher ein zentraler Punkt für die Bewusstseinsbildung. Dafür muss jedoch ein Produkt – etwas konkret „Anfassbares“, wie die Partnerbetriebskooperation – geschaffen werden.

Kritische Punkte, Problembereiche

Durch die hohe Anzahl der KooperationsteilnehmerInnen wird es schwierig, den Kontakt mit den einzelnen Betrieben aktiv aufrecht zu erhalten und die Einhaltung der Kriterien zu kontrollieren. Auch eine konkrete Bewerbung durch die Tourismusverbände fehlt.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Partnerbetriebe haben sich zu einer wichtigen Institution in der Region etabliert. Nun gilt es, die Kooperation qualitativ weiterzuentwickeln. Vor einem Jahr wurden bereits die

Kriterien im Zuge eines Workshops evaluiert und entsprechend abgeändert. Wichtig wird eine verstärkte Bewerbung, die über die Tourismusinstitutionen erfolgen muss.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Seit dem Beginn der Partnerbetriebskooperation 2008 mit 76 Betrieben sind die teilnehmenden Unterkunftsbetriebe 2012 auf 130 angestiegen. Dies sind etwa 8% aller Betriebe in der Tourismusregion.

Mit den Jahresbeiträgen sind die Partnerbetriebe nicht nur ein inhaltlich wichtiges Instrument für den Naturpark, sondern bringen ebenso einen relevanten finanziellen Beitrag. Damit kann wiederum das Sommerprogramm des Naturparks finanziert werden.



Gute Zusammenarbeit mit 130 zertifizierten Naturpark-Partnerbetrieben (Foto: © Archiv Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen)

Organisation

Die Partnerbetriebe werden vom Naturpark betreut. Wichtig ist eine intensive Information für neue Betriebe. Regelmäßig finden Workshops und Arbeitstreffen statt, um gemeinsam mit den Betrieben das Angebot und die Qualität der Kooperation zu verbessern. 130 Betriebe stellen dabei eine

sehr große Betreuungsaufgabe für den Naturpark dar. Von Seiten der Tourismusinstitutionen erfolgt grundsätzlich keine Mithilfe.

Service-Angaben

Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen • Naturparkhaus • 6295 Ginzling 239
Tel.: ++43 (0) 52 86 / 52 181 • E-Mail: info@naturpark-zillertal.at
Web: www.naturpark-zillertal.at

Besucherlenkung in den Naturparken Südtirols

Ausgangslage

Das Projekt ist aus der Notwendigkeit entstanden, Besucherströme in den sieben Naturparken in Südtirol gezielt durch diese zu lenken und gleichzeitig Schäden am Gelände bei hohem Besucheraufkommen entgegenzuwirken.

Eckdaten

Die Arbeiten werden alljährlich zwischen Ende März bis Ende Oktober durchgeführt. Durchschnittlich werden ca. 52 ArbeiterInnen in den sieben Naturparken über die Abteilung Forstwirtschaft beschäftigt. Die Schutzgebietsverwaltung setzt für diese Arbeiten ca. eine Million Euro jährlich ein.

Zielsetzungen und Inhalte

Die Schutzgebietsverwaltung in Südtirol hat zum Einen die Aufgabe, Lebensräume und Tierarten zu schützen, zum Anderen soll den BesucherInnen die Erholungsnutzung und der Zugang zum Gebiet ermöglicht werden. Es hat sich bei der Ausweisung der Naturparken gezeigt, dass die Gebiete mit besonders hohem Besucheraufkommen große Schäden durch Parallelwege, Erosion und durch das Begehen der gesamten Schutzgebietsflächen aufwiesen. Letzteres war besonders für die heimische Fauna ein wesentlicher Störfaktor. Durch die geregelte Besucherlenkung kann diesen negativen Einflüssen entgegen gewirkt werden. Zusätzlich werden Arbeitskräfte aus der unmittelbaren Region beschäftigt, welche großteils von Südtiroler Bergbauernhöfen stammen. Für sie stellt die Möglichkeit, im Einzugsgebiet ihrer Wohnsitzgemeinde eine saisonale Arbeit verrichten zu können, ein zusätzliches Standbein dar.



Wegbeschilderung (Foto: © Archiv Amt für Naturparke)

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die Arbeiten werden jährlich geplant und von Ende März bis Ende Oktober umgesetzt. Die gezielte Instandhaltung und Pflege des Wanderwegenetzes hat sich mittlerweile in den Naturparken etabliert und sowohl die Tourismusorganisationen als auch die lokalen InteressensvertreterInnen erkennen in dieser Strategie der Schutzgebietsverwaltung einen großen Wert für die gesamte Region. Dies hat sogar dazu geführt, dass einige Gemeinden für diese Arbeiten zusätzliche Geldmittel bereitstellen.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die sieben Naturparke in Südtirol umfassen eine Fläche von ca. 125.000 ha, das Wanderwegenetz ist mit über 2.200 km entsprechend lang. Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt meist durch gleich bleibendes Personal, welches jahrelange Erfahrung einbringt. Somit ist es möglich, einen hohen Standard bei der Ausführung der Arbeiten zu erzielen.

Organisation



Optimal ins Gelände eingefügter Wanderweg (Foto: © Archiv Amt für Naturparke)

Für das Projekt werden im Rahmen der Pflege- und Lenkungsmaßnahmen der Schutzgebiete von den zuständigen SchutzgebietsverwalterInnen, den Mitgliedern der Führungsausschüsse und den ArbeiterInnen selbst Vorschläge gesammelt, und in einem Projekt für das jeweilige Schutzgebiet eingearbeitet. Es handelt sich dabei vorwiegend um ordentliche und außerordentliche Maßnahmen zur Erhaltung des Wanderwegenetzes sowie das Erstellen und Anbringen der Wegebeschilderung. Die Finanzierung erfolgt über die Abteilung Natur, Landschaft und Raumentwicklung, die Umsetzung der Arbeiten über die Abteilung Forstwirtschaft. Letztere hat die Mög-

lichkeit, saisonal Personal zu beschäftigen. Die Koordination der Arbeiten erfolgt über die jeweiligen SchutzgebietsverwalterInnen.

Service-Angaben

Amt für Naturparke • Rittnerstraße 4 • 39100 Bozen • Italien
Tel.: ++39 0471 / 41 77 70 • E-Mail: naturparke.bozen@provinz.bz.it
Web: www.provinz.bz.it/naturparke

Naturtourismus und sanfte Mobilität im Naturpark Weissensee

Ausgangslage

Im Zuge eines Interreg Projektes wurden Maßnahmen zur Verkehrsreduktion am Weissensee erarbeitet. Die Verkehrsfrage war am Weissensee schon immer ein Thema, wurde doch bereits 1978 durch eine Abstimmung eine Durchzugsstraße verhindert und so der Grundstein für die naturnahe Entwicklung der Region gelegt. Bald schon gab es Bemühungen den Verkehr zu reduzieren. Doch erst mit dem Naturpark Weissensee war die Zeit reif, die wichtige Frage der Verkehrsreduktion am Weissensee grundlegend aufzubereiten. So konnte die Gemeinde Weissensee nunmehr das größte österreichische klima:aktiv Projekt einreichen.



Reduktion des motorisierten Individualverkehrs zugunsten sanfter Mobilitätsformen im Naturpark Weissensee (Foto: © Weissensee Information)

- Die Naturparkgemeinde Weissensee ist aufgrund ihrer einzigartigen Besonderheiten (unverbauter See, Talschluss, Top-Betriebe) sowohl im Winter (Eislauf-Paradies) als auch im Sommer (See-/Wandererlebnis) eine der touristischen Top-Destinationen im Alpenraum mit einem hohen Bekanntheitsgrad.
- Pro Jahr werden insgesamt ca. 65.000 Gästeankünfte und ca. 415.000 Gästenächtigungen verzeichnet – davon ca. 115.000 im Winter (27%) und 300.000 (73%) im Sommer.
- Der Weissensee ist auch ein beliebtes Ausflugsziel, so frequentieren im Sommer zusätzlich ca. 120.000 Tagesgäste (Schiffahrt, Bergbahn, Badegäste) bzw. ca 50.000 Tagesgäste (EisläuferInnen) im Winter den Erlebnisraum.
- Insgesamt ergibt sich dadurch eine intensive Verkehrsbelastung – so werden an einem durchschnittlichen Wochentag im Sommer bis zu 4.500 PKWs im Zentrum gezählt. An den Spizentagen im Sommer sind nochmals Steigerungen um ein Drittel möglich (6.000 PKWs in 24 Stunden) – davon ca. 45% durch Tagesgäste von außen. Dadurch ergibt sich eine teilweise unzumutbare Belastung, die eine weitere positive Entwicklung als naturtouristische Destination gefährdet und auch die Prädikatisierung als Naturpark in Frage stellen lassen.

Nun soll in einer gemeinsamen Kraftanstrengung von Gemeinde, Naturpark und Tourismus eine modellhafte und machbare Umsetzung eines umfassenden, zukunftsfähigen Konzeptes „Sanfte Mobilität Weissensee“ realisiert werden.

Zielsetzung und Inhalte

Die Naturparkgemeinde Weissensee ist sich ihrer Vorbildfunktion im Sinne eines nachhaltigen, naturnahen Tourismus bewusst. Das Prädikat „Naturpark“ wird im Sinne der weiteren touristischen Entwicklung als die „Stärke“ (USP) gesehen. Die negativen Einflüsse, des ständig ungezügelt steigenden Autoverkehrs stehen im Widerspruch zu diesem Prädikat.

Daher ist die oberste Zielsetzung der Gemeinde im Rahmen des Projektes „klima:aktiv mobil“ die Reduktion des motorisierten Individualverkehrs zugunsten sanfter Mobilitätsformen. Bei den Nächtigungsgästen soll einerseits der Anteil der mit Öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn) anreisenden Gäste von derzeit 5% auf 20% erhöht werden. Andererseits soll ein Großteil aller innerörtlichen Kfz-Fahrten während des Aufenthalts durch die Bereitstellung

sanfter Mobilitätsformen (Bus, Schiff, Radfahren, zu Fuß gehen, E-Bike etc.) und durch Förderungs- und Steuerungsmaßnahmen vermieden werden.

Zur weiteren Reduktion der, durch den touristischen Kfz-Verkehr verursachten CO₂-Emissionen sollen Tagesgäste im Naturpark zum Umstieg auf Öffentliche Verkehrsmittel (Naturparkbus) bzw. sonstige sanfte Mobilitätsformen bewegt werden.



Mit dem Segway unterwegs
(Foto: © Weißensee Information)

Kritische Punkte, Problembereiche

Im Zuge der 2011 und 2012 gestarteten Umsetzungen der einzelnen Maßnahmen konnte festgestellt werden, dass die Akzeptanz seitens der Nächtigungsgäste sehr rasch erfolgt ist. Diese haben das neue Mobilitätsangebot (Spaßmobilität, Naturparkbus) sehr gut angenommen. Die Tagesgäste, welche einen Großteil der Verkehrsbelastung darstellen, konnten noch

nicht im erforderlichen Maße zum Umstieg auf andere Verkehrsformen bewegt werden.

Die Einbindung der Tagespendler, der Zulieferverkehr zu den Betrieben und die noch stärkere Einbindung der einheimischen Bevölkerung ist Aufgabe für die nächsten Jahre.

Die Finanzierung der Maßnahmen nach Projektende ist derzeit in Ausarbeitung.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Die ersten Besprechungen fanden im Jahre 2009 statt. Die Umsetzung der ersten Maßnahmen (Parkraumbewirtschaftung) erfolgte im Winter 2010/2011. Das „klima:aktiv Projekt“ wurde im April 2011 eingereicht.

Die Projektdauer erstreckt sich von 2011 bis 2015 und umfasst 15 Module (*kursiv: bereits in Umsetzung*)

- *Klimafreundliche Anreise, Abholung von Gästen vom Bahnhof Greifenburg durch einen Shuttleservice.*
- *Gestaltung Eingangsbereich mit Service-/Info- und Naturpark-Center im Ortsteil Praditz: die Entwurfsplanung ist erfolgt, die Umsetzungsplanung und die Finanzierungssuche hat begonnen.*
- *Weißensee als „Spielplatz der E-Mobilität/Spaßmobilität“ – hier soll vor allem die „Spaß Mobilität“ (Fahrräder, E-Bikes, E-Scooter, Segways, Pferdekutschenfahrten,...) bearbeitet werden. Die Umsetzung ist weit fortgeschritten, zahlreiche Betriebe verleihen Fahrräder, sind „Movelo“-Partner (E-Fahrräder) oder haben Segways. Auch Pferdekutschenfahrten und Pferdetrekkingtouren sowie Genussfloßfahrten werden angeboten.*
- *Naturparkbus (Shuttle im 30-Minuten-Takt mit zusätzlichen Haltestellen alle 200 bis 300m seit 2011 in Umsetzung; die laufende Evaluierung, Fahrplanoptimierung ist im Gange.*
- *Parkraumbewirtschaftung – Gebührenpflicht als wichtiger Teil der Besucherlenkung (vor allem Tagesgäste sollen so zum Umstieg auf den Naturparkbus bewegt werden).*
- *Durchgängiges Info-/Lenk- und Leitsystem zur raschen Orientierung und als Vorbild für die Ortsbildgestaltung, das Konzept ist fertiggestellt, die Umsetzung erfolgt ab 2013 schrittweise.*

- *Klimafreundliche Events und Tagungen werden seit 2010 abgehalten (z.B. „Autofreies Naturpark Fest“ am 23. September 2012, Tagung „Naturtourismus und sanfte Mobilität“ am 21. September 2012).*
- *Umfassende Marketing-/Kommunikationsoffensive nach außen erfolgt durch die Weissensee Tourismusinfo seit 2010.*
- *Info- und Schulungsmaßnahmen (Betriebe/MitarbeiterInnen) sind seit der Anstellung der Mobilitätsmanagerin Nicole Brandtner 2011 in Umsetzung.*
- *Solar-Zubringerboote vom Westufer/Umstellung auf Solar-Schiffe.*
- *„Gemeinsam genutzter Raum“ – Erlebnisbereich Zentrum und Brücke: hier soll die Gleichwertigkeit aller VerkehrsteilnehmerInnen hergestellt werden (FußgängerIn – RadfahrerIn – Bus).*
- *Verkehrsberuhigung – Ausbau des Wegenetzes für Fußgänger- und RadfahrerInnen.*

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Die Kosten laufen zu einem Teil über „klima:aktiv“ Förderungen (€ 1.117.500,-), weitere Maßnahmen für Infrastruktur (Verkehrsreduktion – Kreisverkehr, Auffangparkplatz, Info-, Service- und Naturpark-Zentrum, gemeinsam genutzter Raum) sowie begleitende Maßnahmen (Solarzubringerboot, E-Mobil und Naturtourismus-Veranstaltungen) müssen mit zusätzlichen Partnern (Land Kärnten u.a.) finanziert werden.

Die in Abbildung 1 angeführten Zahlen sprechen für den Erfolg des Projekts:

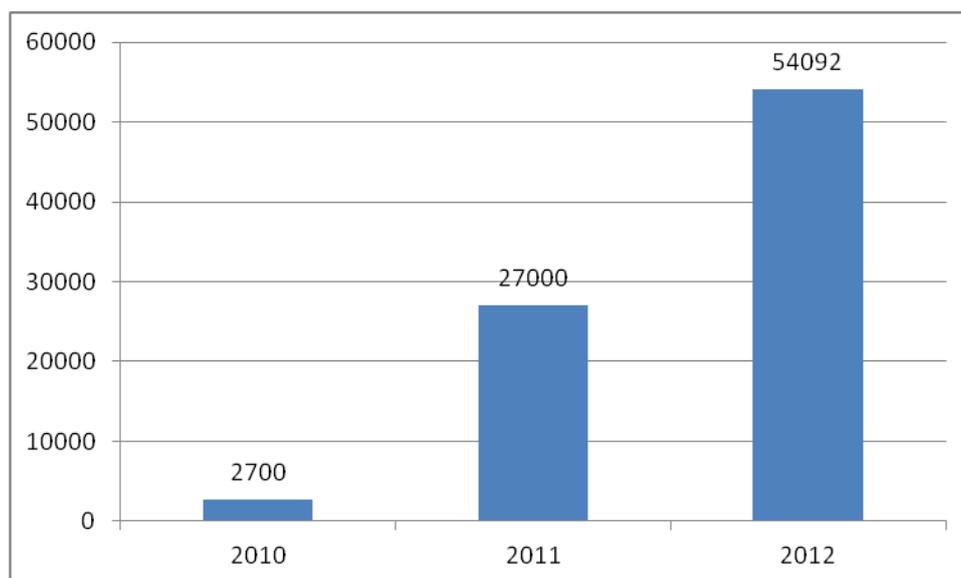


Abb. 1: Naturparkbus-Fahrgäste der letzten drei Jahre. 2010: 2.700 transportierte Personen; 2011: 27.000 transportierte Personen; 2012 (25. Mai bis 31. August 2012): 54.092 transportierte Personen. Zudem konnten die Ankünfte mit der Bahn gesteigert werden: von 4% (400 Personen) im Jahr 2011 auf ca. 10% (2.000 Personen) im Jahr 2012!

Service-Angaben:

Naturparkmanagement • Klagenfurter Str. 66 • 9500 Villach
Tel.: ++43 (0) 42 42 / 205 60 17 • E-Mail: robert.heuberger@villach.at
Web: www.weissensee-naturpark.at und www.naturparkdobratsch.info

Gemeinde Weissensee • Mobilitäts- und Projektmanagement • Nicole Brandner, B.A.
Techendorf 90 • 9762 Weissensee • E-Mail: nicole.brandner@ktn.gde.at

Weitwanderwege Welterbesteig Wachau und Jauerling-Runde im Naturpark Jauerling-Wachau

Ausgangslage

Die Themen Wander- und Naturtourismus hatten in der Weltkulturerbe- und Naturparkregion Wachau bis 2010 wenig touristischen Stellenwert und wurden sowohl in der Produktentwicklung als auch in der Vermarktung nicht berücksichtigt. Bis auf wenige einzelne, kürzere Wanderwege bzw. Rundrouten, die eine kleine Relevanz für den Tages-/Ausflugs-tourismus hatten (z.B.: Vogelbergsteig bei Dürnstein), war der Wandertourismus für den Nächtigungstourismus de facto nicht existent. In der Region existierte zwar ein gut ausgebautes und markiertes Wegenetz (errichtet durch den Österreichischen Touristenklub), ein regionales und durchgängiges, verbindendes Wegebund (z.B.: Höhen- oder Panoramaweg) fehlte jedoch. Motiviert durch die Partnerregion Welterbe Mittelrhein (2005 wurde der 320 km lange Rheinsteig eröffnet), initiierte 2006 der Regionalentwicklungsverein Arbeitskreis Wachau das Projekt.

Eckdaten

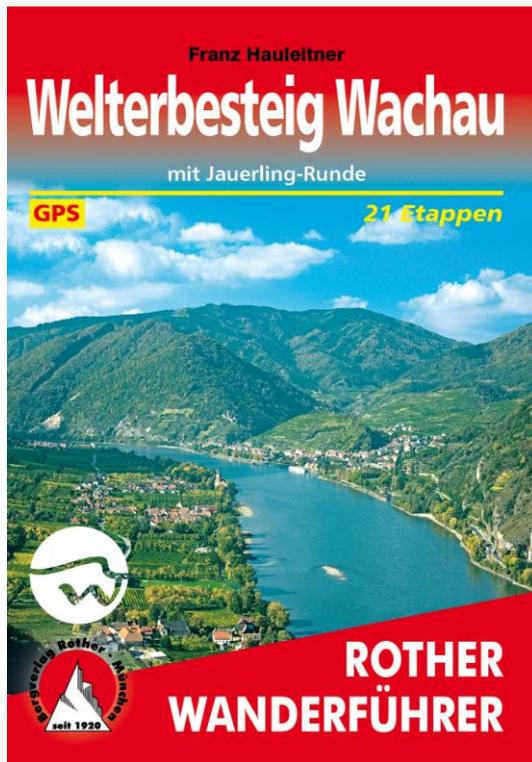
370 km markierte und beschilderte Wanderwege, ca. 1.000 installierte Schilder und Steher, diverse Veranstaltungen: Wanderopening Welterbesteig Wachau, Herbstwandern Wachau, Literatur und Wandern, Krems wandert!, Nomaden des Seins. Seit 2011 werden vom Naturpark Jauerling die Themen Wander- und Naturtourismus mit dem Jahresprogramm „Natur.Wein.Wandern“ bespielt. Werbemittel: Wanderkarte Wachau (1. Auflage mit 100.000 Stück vergriffen, 2. Auflage seit April 2012 am Markt, 100.000 Stück – gratis).



*Wachauterrasse des Naturparkhauses am Jauerling: höchster Donaublick am Welterbesteig Wachau und der Jauerling-Runde
(Foto: © Markus Haslinger)*

Zielsetzungen und Inhalte

Die beiden Weitwanderwege sind Leuchtturmprojekte innerhalb des wandertouristischen Angebotes in der Region. Mit der Koppelung der Corporate Identity des Welterbes Wachau an den Welterbesteig Wachau und des Naturparks an die Jauerling-Runde haben die Wege ein Regionsbranding und sich als Identitätsträger für die Region etabliert (die Logos der Schutzgebiete sind zugleich die Farbmarkierungen auf den Wegen). Mit den Wegen sollte ein Produkt zur Stärkung des Nächtigungstourismus bzw. eine Identifikations- und Marketingplattform für die Schutzgebiete Wachau und Naturpark Jauerling und das Geschäftsfeld Wander- und Naturtourismus aufgebaut werden. Der gegenwärtige Welterbesteig Wachau verbindet auf 180 km Länge (beidseitig der Donau) die 13 Gemeinden des UNESCO Weltkulturerbes Wachau und führt zu den schönsten Naturräumen, Aussichtspunkten und Kulturdenkmälern. Zusätzlich wurde parallel zum Welterbesteig Wachau die Jauerling-Runde (90 km, sieben Gemeinden) umgesetzt. Dieser Weg führt um und durch den Naturpark Jauerling-Wachau und um den höchsten Berg an der ganzen Donau (Jauerling 960 m).



Cover Wanderführer Welterbesteig Wachau und Jauerling-Runde
(Quelle: © Bergverlag Rother)

Kritische Punkte, Problembereiche

In einigen Ortschaften gibt es bereits zu geringe Kapazitäten bei den Nächtigungsmöglichkeiten und zu wenige Gastronomiebetriebe.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

2007 wurde eine Planungsstudie vom Büro land.schafft ausgearbeitet. Innerhalb des Konzeptes Wachau 2010plus wurde 2009 mit der Umsetzung begonnen. Im Mai 2010 wurden die Weitwanderwege eröffnet. Im Juli 2012 wurde mit drei weiteren Destinationen die Marketingplattform „Top Trails of Austria“ gegründet. Im Jahr 2013 ist die Planung und Installierung von Rastplätzen entlang beider Wege geplant.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Gesamtvolumen (Planung, Marketing, Infrastruktur, Projektmanagement): ca. € 600.000,--. Bei der regionalen Destination Donau Niederösterreich Tourismus belegen im Pauschalurlaubsverkauf

(Individualtourismus) seit der Eröffnung nur Wanderangebote die vorderen Plätze (inkl. Gepäcktransport). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei vier Nächten (ansonsten nur bei 1,7). Laut den größeren Nächtigungsbetrieben in der Region sind die Wege und der Wandertourismus mittlerweile für 10 bis 15 % der Nächtigungen verantwortlich. Mit der Einführung eines neuen Öffentlichen Busverkehrs im Jahr 2011 sind alle Ausgangs-/Endpunkte der Wege öffentlich erreichbar. Vier neue Wanderführer und Sachbücher sind zu den Weitwanderwegen erschienen:

- Verlag Stein (2010): Welterbesteig Wachau.
- Rother Wanderführer (2011): Welterbesteig Wachau und Jauerling-Runde.
- Haymon Verlag (2011): Welterbesteig Wachau.
- Kompass Verlag (2012): Wanderführer Wachau.
- Kompass Verlag (2012): Wandern an der Donau.
- Gerhard Pfriemer (Eigenverlag, 2011): Bildband Welterbesteig Wachau.

Organisation

Projektträger: Donau Niederösterreich Tourismus GmbH. Die Projektumsetzung (Infrastruktur und Marketing) wurde über Leader und Niederösterreichische Förderprojekte abgewickelt. Das Projektmanagement trägt in den Jahren 2011 bis 2014 der Naturpark Jauerling-Wachau (Leader-Förderung „Schutzgebietsbetreuung“).

Service-Angaben

Naturpark Jauerling-Wachau • Schlossgasse 3 • 3620 Spitz
Tel.: ++43 (0) 27 13 / 300 60-35 • E-Mail: info@naturpark-jauerling.at
Web: www.welterbesteig.at und www.naturpark-jauerling.at

Naturparkführungen in den Burgenländischen Naturparks

Ausgangslage

Eine der wichtigsten Möglichkeiten, Besuchern und Besucherinnen sowie der einheimischen Bevölkerung die Natur, die Kulturlandschaft und die regionalen Besonderheiten eines Schutzgebietes näher zu bringen, sind Naturvermittlungsangebote: Führungen, bei denen ein geschulter Guide im direkten Kontakt mit den TeilnehmerInnen auf Besonderes hinweist, Zusammenhänge darstellt, Fragen beantwortet, Geschichten erzählt und vor allem auch Begeisterung ausstrahlt, sind die lebendigste und dadurch auch eindrucksstärkste Form der Naturvermittlung.

Durch die ständige Entwicklung neuer, attraktiver Naturerlebnisangebote wird zudem auch die geschaffene Infrastruktur in den Burgenländischen Naturparks zum Leben erweckt.



Natur erleben und Bewusstsein schaffen in den Naturparks (Foto: © Franz Kovacs)

Eckdaten

Um die Qualität der Naturvermittlungsangebote zu gewährleisten, benötigen die Guides, welche in den Naturparks tätig sind, eine allgemeine und gebietspezifische Ausbildung: z.B. Zertifikatslehrgang Natur- und LandschaftsführerIn, Ausbildung zum/zur WanderführerIn oder zum/zur Wald- oder KräuterpädagogIn.

Seit dem Jahr 2000 wurden im Burgenland über 150 Personen ausgebildet, rund 30 davon sind derzeit aktiv als Guides in den Burgenländischen Naturparks tätig und betreuen rund 250 verschiedene Führungsangebote und Veranstaltungen.

Zielsetzungen und Inhalte

In jedem der Naturparke wurde ein Naturvermittlungsprogramm aufgebaut, welches sich in ständiger Weiterentwicklung befindet.

Internationale TrendforscherInnen erwarten in den nächsten Jahren die stärksten Zuwächse im Bereich der Natur- und Wanderangebote. Daher erscheint eine qualitative Weiterentwicklung der bisher geschaffenen Angebote dringend notwendig; auch muss versucht werden, neue Angebote zielgruppenorientiert aufzubereiten. Der touristische Angebotsbereich eines Schutzgebietes muss ein klares Profil bekommen, Alleinstellungsmerkmale müssen herausgearbeitet werden.

Im Burgenland und in Westungarn wurde daher ein Projekt mit dem Titel „PaNaNet“ ins Leben gerufen, um die Schutzgebiete miteinander zu vernetzen, das naturtouristische Angebot der Regionen gemeinsam weiter zu entwickeln und durch eine verstärkte Zusammenarbeit auch Synergien bei Öffentlichkeitsarbeit und Marketing zu nutzen.

Kritische Punkte, Problembereiche

Die naturtouristische Programme der Burgenländischen Naturparke erfreuen sich ständig wachsender Beliebtheit. Aufgrund der eingeschränkt zur Verfügung stehenden Mittel ist es oft sehr schwierig, Führungen entsprechend der Nachfrage zu gewährleisten: zu wenige Guides stehen zur Verfügung, bestimmte Angebote können erst ab einer gewissen Anzahl von TeilnehmerInnen durchgeführt werden.



Kanufahrt auf der Raab (Foto: © Franz Kovacs)

Dies macht es für die Besucher und Besucherinnen der Naturparke manchmal schwierig, das gewünschte Naturvermittlungsangebot zu buchen und zu erleben.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Um den oben genannten kritischen Punkten entgegenzuwirken, wird im Burgenland derzeit am Aufbau einer gemeinsamen Naturplattform gearbeitet: Hier sollen Besucher

und Besucherinnen alle Informationen zu den Schutzgebieten und deren Besonderheiten sowie zu den Naturerlebnisangeboten finden und letztere auch direkt buchen können. Zudem sollen die Naturparke stärker mit Partnerbetrieben vernetzt werden.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Das breite Spektrum an Naturparkführungen – in allen 48 Österreichischen Naturparks – macht deutlich, wie groß der wirtschaftliche Wert von Schutzgebieten ist und steigert damit auch die Akzeptanz und das Bewusstsein in der Bevölkerung.

Das Angebot reicht dabei von geführten Wanderungen und Radtouren, naturkundlichen Wanderungen, Vogelbeobachtungen, Kanufahrten, waldpädagogischen Führungen, Kräuterpflanzenwanderungen, Workshops über alte Handwerkstechniken und vieles mehr.

Bei der erstmaligen Auflage der Broschüre „Naturparkerlebnisse“ im Jahr 2001 wurden in den Burgenländischen Naturparks bei 275 Führungen über 6.300 BesucherInnen gezählt, im Jahr 2010 waren es bereits über 50.000 TeilnehmerInnen bei ca. 2.000 Führungen.

Organisation

Die Burgenländischen Naturparke sind seit Dezember 2001 in der ARGE Burgenländischer Naturparke zusammengeschlossen, die für das gemeinsame Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit sorgt. Betreut wird die ARGE vom Regionalmanagement Burgenland, die Finanzierung erfolgt über Förderprojekte.

Service-Angaben

Regionalmanagement Burgenland GmbH • Industriestraße 6 • 7423 Pinkafeld
Tel.: ++43 (0) 5 / 90 10 - 24 77 • E-Mail: thomas.boehm@rmb-sued.at
Web: www.naturparke.at/de/Naturparke/Burgenland und www.rmb.at

Naturvermittlung für Naturpark-Partner – „Wenn Vermieter und Gäste lustvoll ins Gras beißen...“

Transregionale Zusammenarbeit (LEADER M421) zur Bewusstseinsbildung und Angebotsentwicklung für zertifizierte Naturpark-PartnerInnen (Nächtigungsbetriebe) zum Thema Biodiversität im direkten naturräumlichen Betriebs-Umfeld in den sieben Steirischen Naturparks Almenland, Steirische Eisenwurzten, Mürzer Oberland, Pöllauer Tal, Sölk-täler, Südsteirisches Weinland und Zirbitzkogel-Grebenzen.

Ausgangslage

Seit 2009 wurden in einem regionalen und steiermarkweiten Entwicklungsprozess (Leader M421 „Blühende Gesundheit in den sieben Steirischen Naturparks“) rund 100 Hotels, Pensionen, Urlaub am Bauernhof-Betriebe und Privatzimmer-VermieterInnen zu BotschafterInnen der Naturpark-Philosophie qualifiziert (Kriterien, externe Evaluierung, Weiterbildungsaktivitäten, Arbeiten in Netzwerken).

Während jedoch anfangs der Fokus dieser Gruppenarbeit vor allem im Bereich der Qualitätsentwicklung von Zimmerausstattung inkl. Frühstück, Naturpark-Kenntnisse und Marketing lag, zeigte sich immer stärker, dass eine enge Identifikation der Nächtigungsbetriebe mit ihrem direkten naturräumlichen Betriebsumfeld (Naturraumausstattung/Biodiversität) erforderlich ist. Nur so können sie als „Naturpark-BotschafterInnen“ auch entsprechende „Natur-Inhalte“ transportieren. Die Ausgangssituationen sind dabei sehr unterschiedlich.



Zertifizierte Naturpark-PartnerInnen (Nächtigungsbetriebe) bei der Übergabe der Projektmappe, die Leitfaden für die Aufgabe als „Naturpark-BotschafterIn“ ist (Foto: © Karl Kreiner)

Eckdaten

In einer ersten Projekt-Phase wurden 40 zertifizierte Naturpark-Partnerbetriebe bearbeitet. Für die Analyse des direkten naturräumlichen Betriebsumfeldes und die daraus abgeleitete Entwicklung von Natur-Angeboten (Biodiversität als neues betriebliches Know-How) wurden die ExpertInnen des Ökologischen Büros OIKOS aus Gleisdorf in der Steiermark verpflichtet. Die Integration der neuen Angebote in das betriebliche Marketing wird von Adler-Marketing in St. Radegund bei Graz betreut. Projektbeteiligt sind weiters die Naturpark-Managements vor Ort und die in den Naturparks tätigen Natur- und LandschaftsführerInnen (NULF).

Zielsetzungen und Inhalte

- Qualifizierung, Sensibilisierung und Erfahrungsaustausch zum Thema Schutz und Entwicklung von Biodiversität für die Angebotsgruppe der Naturpark-PartnerInnen, sieben Naturpark-Managements und Natur- und LandschaftsführerInnen durch externe ExpertInnen (hoher Transaktions-Nutzen) über das Instrument der Naturvermittlung (NV).

- Schaffung von Wertschöpfung durch Inwertsetzung der naturräumlichen Ressourcen im unmittelbaren Betriebsumfeld (in zwei Arbeitsmodulen direkt am Betrieb) der Naturpark-PartnerInnen.

Folgende Themen stehen im Mittelpunkt des Projektes:

- Integration von landschaftlichen und ökologischen Besonderheiten in die Vermietung.
- Produkte von „Streuobst- und Naturschutzwiesen“ / inkl. Natura 2000 – brachliegende Ressourcen in Wert setzen.
- „Biodiversität“ als neues betriebliches Know-How – Biodiversität „in den Betrieb holen“
- Naturvermittlung: Naturpark-Partnerbetriebe, Natur- und LandschaftsführerInnen und Naturpark-Managements bekommen neues Wissen und Fähigkeiten (Transaktionsnutzen).
- Partnerschaft LandwirtInnen/VermieterInnen und Naturschutz: bewusstes Miteinander in einer Angebotsgruppe.
- Innovation, Diversifizierung und Sicherung von Arbeitsplätzen: Entwicklung neuer Angebote durch Diversifizierung des betrieblichen Angebotes und Generierung zusätzlicher Einkommensmöglichkeiten.

Konkrete Maßnahmen (Auswahl):

- Erster Betriebsbesuch (Modul 1: Erhebung): Begehung/Erhebung am Betrieb/Naturumfeld (Naturpark-PartnerInnen, externe ExpertInnen (BiologIn, NaturvermittlerIn), Beziehung Natur- und LandschaftsführerInnen, Naturpark-Management), anschließend Nachbearbeitung und Datenerfassung (auf Basis erarbeiteter Projektstandards).



Mag. Alois Wilfling (OIKOS) bei der Projekt-Begehung des direkten Betriebsumfeldes auf der Tonnerhütte (Familie Ferner) im Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen (Foto: © OIKOS)

- Beschreibung des individuellen Naturraum-Potenzials (plus Fotodokumentation), Erstellung und Bereitstellung regionsspezifischer bzw. Naturpark-spezifischer aufbereiteter naturpädagogischer Grundlagen, Ausarbeitung von Umsetzungsmaßnahmen für die einzelnen Partnerbetriebe in Form eines Ideenkataloges (Beziehung Marketing-ExpertIn).
- Zweiter Betriebsbesuch (Modul 2: Ideenkatalog): Vorstellung des Ideenkataloges durch ExpertInnen, Beziehung Natur- und LandschaftsführerInnen, Naturpark-Management; erneute gezielte Begehung des Umfeldes und Einschulung der Natur- und LandschaftsführerInnen; Aufzeigen des naturtouristischen Potenzials; Erstellung „Bedarfsliste“ für künftige Qualifizierung; Übergabe an den/die Natur- und LandschaftsführerIn; anschließend Nachbereitung Projektdatenbank/Arbeitsunterlagen/Textbausteine/Endversion Ideenkatalog.
- Begleitende Schulungen/Seminare/Workshops zu Themen wie Ökologische Landwirtschaft; Frühstück biodivers; Wetter, Pflanzen und Tiere im Hausumfeld; Heil- und Giftpflanzen; Kochen mit Wildgemüse; Streuobst; Naturvermittlung u.v.m.
- Aufbereitung und Präsentation der Projektinhalte für Betriebsseiten; für Naturparkseiten unter: www.steiermark.com/naturparke (gemeinsamer Auftritt aller steirischer Naturpark-Partner) und www.naturparke-steiermark.at.
- Beistellung Naturvermittlungsinstrumentarium für Naturpark-Partnerbetriebe (z.B. phänologischer Jahreslauf, Bestimmungsschlüssel, Literatur, Spiele).

Kritische Punkte, Problembereiche

Das Projekt war ursprünglich für 100 Naturpark-Partnerbetriebe konzipiert, wurde von den Förderstellen aber gesplittet (Zwischen-Evaluierung nach den ersten 40 Betrieben = erste Phase). Keine klare Zuordnung des Projektes für die Förderstellen: Tourismusprojekt oder Naturschutzprojekt? Betriebe „müssen“ Teile des Ideenkataloges umsetzen, können aber nicht „gezwungen“ werden.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

- Projektlaufzeit: 2011 bis 2013/14.
- Erste Phase für 40 Naturpark-Partnerbetriebe, anschließend Evaluierung (Oktober 2012), anschließend zweite Phase mit weiteren 60 Naturpark-Partnerbetrieben.
- Das Projekt hat bei den Betrieben und Naturpark-Managements große Zustimmung und Vorbildcharakter für eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit (Naturschutz-Tourismus).

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

- Leader-Projekt M421 (transregionale Zusammenarbeit) / ELER323a
- Gesamtprojektkosten: € 472.774,--
- Förderung: € 330.941,80 = 70%
- Eigenmittel werden durch Beiträge der Naturpark-PartnerInnen und Sponsoren aufgebracht!

Was bringt das Projekt? Erfolgreiche touristische Leitbetriebe werden BotschafterInnen des Naturschutzes/Naturparks; Sensibilisierung einer neuen Personengruppe mit sehr hohem Multiplikatorwert; Biodiversität bekommt einen Wert – weil vermarktbar; Wert des unmittelbaren natürlichen Betriebs-Umfeldes wird bewusst gemacht/verbessert; Betriebe erhalten oder schaffen naturschutzfachlich wertvolle Strukturen, die vermarktet werden können; Betriebe kooperieren dauerhaft mit Natur- und LandschaftsführerInnen; Betriebe erhalten Grundkenntnisse zum Thema Naturvermittlung; Arbeitsplätze werden abgesichert bzw. neu geschaffen.

Organisation

Das Projekt wird von der Geschäftsführung des Vereins „Naturparke Steiermark“ gemeinsam mit den regionalen Naturpark-Managements abgewickelt. Für die Fachbereiche Naturvermittlung, Marketing, Medienarbeit, Internet u.a. wurden externe ExpertInnen beigezogen.

Service-Angaben

Verein „Naturparke Steiermark“ • Stadlob 129 • 8812 Mariahof
Tel.: ++43 (0) 664 / 83 21 337 • E-Mail: naturparke@steiermark.com
Web: www.naturparke-steiermark.at • www.steiermark.com/naturparke

Wassermühle, Schauschmiede, Dorfladen und barrierefreier Baumwipfelweg im Naturpark Geschriebenstein-Írottkö

Ausgangslage

Markt Neuhodis kam im Zuge einer ersten Erweiterung im Jahre 1998 zum grenzüberschreitenden Naturpark Geschriebenstein-Írottkö. Die Gemeinde an der ehemaligen Ostgrenze hat mit starker Abwanderung zu kämpfen, es gibt kaum Arbeitsplätze vor Ort und die Nahversorgung der EinwohnerInnen wurde ebenfalls zunehmend zum Problem.

Eckdaten

Nach der Verleihung des Prädikates Naturpark erarbeitete der Naturparkverein einige Infrastrukturprojekte, die in den diversen Förderprogrammen eingereicht und nach Genehmigung umgesetzt wurden.

- **Renovierung einer alten Wassermühle**

Der Naturparkverein hat die Wallner Mühle gepachtet und in mehreren Ausbaustufen zwischen 1998 und 2004 zu einer voll funktionstüchtigen Mühle renoviert. Führungen für Gruppen zeigen den kompletten Kreislauf, beginnend am Bauernhof mit dem Abholen des Getreides, über die Veranschaulichung des Mahlvorganges bis zum Brotbacken.

- **Einrichtung einer Schauschmiede**

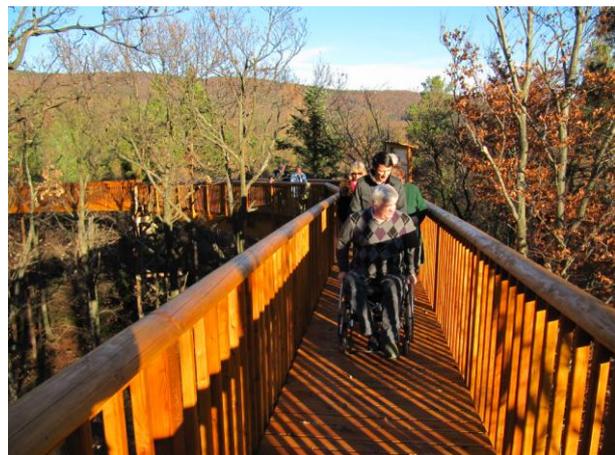
Nach Fertigstellung der Wassermühle wurde auf dem gleichen Areal eine Schauschmiede eingerichtet, in der nach Voranmeldung Gruppen in die Kunst des Schmiedens eingeweiht werden.

- **Einrichtung eines Dorfladens mit regionalen Produkten**

Das Nebengebäude der Wassermühle wurde ebenfalls renoviert und mit einem Dorfladen mit regionalen Produkten, einem Brotbackraum und einem Mühlenstüberl ausgestattet.

- **Weg der Sinne und barrierefreier Baumwipfelweg**

Der „Weg der Sinne“ im Naturpark Geschriebenstein-Írottkö ist ein naturtouristisches Projekt für Menschen mit Sehbehinderungen. Es gibt zahlreiche Erlebnisstationen mit Blindenschrift, welche es den Menschen ermöglichen, die Natur auf einzigartige Weise kennen zu lernen. Herzstück des Weges ist ein barrierefreier Baumwipfelweg, der mit höchstens 6% Steigung auch für RollstuhlfahrerInnen ohne fremde Hilfe zugänglich ist und das Interesse und Verständnis für den Wald, den Naturpark und das gesamte Ökosystem wecken und vertiefen soll. Auf 500 m Länge stehen 11 Türme, die bis zu 20 m hoch und mit Holzbrücken verbunden sind. Der Weg ist so gestaltet, dass er auch von blinden und sehschwachen Menschen sowie von RollstuhlfahrerInnen und mit Kinderwagen benützt werden kann.



Der barrierefreie Baumwipfelweg im Naturpark Geschriebenstein-Írottkö (Foto: © Thomas Böhm)

Zielsetzungen und Inhalte

Bei der Revitalisierung der Wassermühle und der Einrichtung der Schauschmiede hat sich der Naturparkverein zum Ziel gesetzt, altes Kulturgut zu erhalten und aktiv das Wissen über altes Handwerk weiterzugeben. In der Naturparkgemeinde hat zu dieser Zeit der letzte Nahversorger seinen Betrieb geschlossen. Durch die Errichtung des Dorfladens wurde die Nah-



*Führung in der Wallner Mühle
(Foto: © Franz Kovacs)*

versorgung sichergestellt und die Direktvermarkter werden durch den Verkauf von lokalen Produkten unterstützt.

Mit dem barrierefreien Baumwipfelweg wurde eine touristische Besonderheit geschaffen, ein bedeutendes Angebot für die Zielgruppe mit besonderen Bedürfnissen entwickelt.

Kritische Punkte, Problembereiche

Die kritischen Punkte der Projekte liegen bei der notwendigen Vorfinanzierung der För-

derprojekte, beim Aufwand zur Erhaltung der Anlagen sowie bei den geringen personellen Ressourcen des Naturparkvereines

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

- Beginn Renovierung der Wassermühle 1998; Fertigstellung 2004.
- Dorfladen: Eröffnung 2004 (Öffnungszeiten Montag bis Samstag von 06.00 – 12.00 Uhr).
- Schauschmiede: Eröffnung 2006.
- Baumwipfelweg: Start 2007; Eröffnung im Jahr 2010:
Der Baumwipfelweg soll aufgrund des großen Erfolges zu einem Rundweg erweitert werden und mit Hängebrücken, Rutschen und weiteren Erlebnisstationen für Kinder ausgebaut werden.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

BesucherInnen in der Naturparkgemeinde Markt Neuhodis:

- 2002: ca. 1.600 BesucherInnen in der Wassermühle.
- 2011: ca. 30.000 BesucherInnen in der Wassermühle, Schauschmiede und Baumwipfelweg.

Organisation

Die Durchführung aller Teilprojekte erfolgte durch den Naturparkverein Markt Neuhodis, finanziert wurden die Projekte über EU - Kofinanzierte Projekte aus den Förderprogrammen Leader, Interreg, Ziel 1 und ETZ AT-HU.

Service-Angaben

Naturparkverein • 7464 Markt Neuhodis 106

Tel.: ++43 (0) 664 / 50 57 879 • E-Mail: naturpark@marktheuhodis.at

Web: www.naturpark-geschriebenstein.at

Freilichtmuseum Moschendorf, Energy Camps, Kellerstöckl-Appartements, Schafaktien und Wassererlebniswelt im Naturpark in der Weinidylle

Ausgangslage

Der Naturpark in der Weinidylle steht ganz im Zeichen des Weinbaus und wird durch die klein strukturierten Weingärten geprägt. Die Region an der ehemaligen Ostgrenze hat mit starker Abwanderung zu kämpfen, Arbeitsplätze sind Mangelware. Betriebsansiedlungen von Industriebetrieben sind nicht in Sicht, darum erscheint es zielführend, für die Entwicklung der Region in nachhaltigen Tourismus und die Vermarktung von regionalen Produkten zu investieren.

Zielsetzungen und Inhalte

Durch die verschiedenen Projekte zum Thema Wein sollen vor allem die vielen Nebenerwerbsweinbauern und -bäuerinnen unterstützt werden. Die Bekanntheit von Güssing rund um das Thema Erneuerbare



*Energy Camp im Naturpark in der Weinidylle
(Foto: © Thomas Böhm)*

Energie soll dazu genutzt werden, um in diesem Bereich auch ein touristisches Angebot des Naturparks aufzubauen. Folgende Projekte wurden bis jetzt erfolgreich umgesetzt:

- Einrichtung eines **Freilichtmuseums** mit historischen, originalgetreuen Kellern aus dem 17. bis 19. Jahrhundert inklusive Geräten zur Weinbereitung sowie Einrichtung einer Gebietsvinothek, einer internationalen Vinothek und einer Uhdlervinothek.
- **Kellerstöckl-Appartements**: Adaptierung ehemaliger Weinkeller, die nicht mehr für die Produktion gebraucht werden, für eine touristische Nutzung. Renovierung nach strengen Kriterien und Vermietung als Appartements.
- **Wassererlebniswelt**: Bau eines attraktiven Naturbadeteiches mit einem groß angelegten Spielbereich für Kinder mit Wasserspielen, einem Schöpfrad und einer Kanustrecke.
- **Energy Camps**: Um vor allem der Zielgruppe der SchülerInnen und Jugendlichen das Thema Erneuerbare Energie näher zu bringen, wurde in einem Projekt mit der Universität für Bodenkultur auf dem Gelände der Wassererlebniswelt das Energy Camp entwickelt. Kinder lernen dabei unter dem Motto „Die Energie, die wir verbrauchen, produzieren wir selbst“ den alltagstauglichen Einsatz von verschiedenen erneuerbaren Energieformen.
- **Schafaktien**: Der Erhalt der steilen Wiesen und Obstgärten zwischen den Weingärten verlangt einen hohen Einsatz an Handarbeit oder Beweidung, denn auf den steilen Flächen ist Maschineneinsatz vielfach nicht möglich. Mit einem Weidelamm-Anteilschein (€ 50,-) kann man die Aufstockung der Schafherden unterstützen und bekommt im Gegenzug sein Geld mit 20% Verzinsung in Form von Weidelammfleisch zurück.

Kritische Punkte, Problembereiche



Mit Weidelamm-Anteilscheinen zur Kulturlandschafts-Erhaltung (Foto: © Brigitte Gerger)

Bei den großen Infrastrukturprojekten besteht vor allem das Problem der Vorfinanzierung der Förderprojekte. Für die Weiterentwicklung der touristischen Angebote fehlen auch die dazu notwendigen personellen Ressourcen.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

- Mit dem Bau des **Freilichtmuseums** wurde 1981 begonnen, die Eröffnung erfolgte 1983. Seither ständige Erweiterungen und Belebungen mit Veranstaltungen.
- Die **Gebietsvinothek** auf dem Gelände des Weinmuseums ist mit den 60 besten Weinen der Region bestückt und jährlich von Anfang Mai bis Ende Oktober geöffnet.
- Die **Wassererlebniswelt** ist seit dem Jahr 2011 in Betrieb.
- **Energy Camps**: Probetrieb während der Projektlaufzeit in den Jahren 2011 und 2012, im Jahr 2013 startet der reguläre Betrieb.
- Beim ersten **Weidelammfest** im August 2012 wurden die ersten Fleischpakete an die BesitzerInnen von Schafaktien ausgegeben. Aufgrund des großen Erfolges wird das Projekt in den nächsten Jahren fortgeführt.

Anzahl der BesucherInnen im Jahr 2011:

- **Freilichtmuseum**: 17.200.
- **Wassererlebniswelt**: 20.000.
- **Energy Camps**: 8 durchgeführte Probecamps.
- **Kellerstöckl-Appartements**: 38 Kellerstöckl stehen zur Vermietung als Ferienappartements zur Verfügung, die Nachfrage und Auslastung ist sehr gut.

Organisation

- Das **Freilichtmuseum** wurde vom Kulturverein Moschendorf geschaffen und auch betreut.
- Die **Wassererlebniswelt** wurde von der Weinidylle Tourismus GmbH mit den beiden Naturparkgemeinden Eberau und Moschendorf initiiert und großteils mit Mitteln der beiden Naturparkgemeinden umgesetzt und auch betrieben.
- Das **Energy Camp** ist ein Projekt des Naturparkvereines, finanziert über ein Leaderprojekt.
- Das Projekt **Kellerstöckl-Appartements** wurde vom Naturparkverein initiiert, die Umsetzung erfolgte über die einzelnen BesitzerInnen, die Vermarktung über Urlaub am Bauernhof und den Tourismusverband.

Service-Angaben

Naturpark in der Weinidylle • Weinmuseum Moschendorf • 7540 Moschendorf
Tel.: ++43 (0) 33 24 / 63 18 • E-Mail: info@naturpark.at • Web: www.naturpark.at

Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen – Kompetenzregion für Prävention und seelische Gesundheit

Ausgangslage

Top-ManagerInnen sind von Burnout ebenso betroffen, wie Menschen in Sozialberufen, ArbeiterInnen, Angestellte und sogar junge Menschen, die noch gar nicht im Berufsleben stehen. Psychosoziale Erkrankungen, quer durch alle Bevölkerungsschichten, sind zu einer ernsthaften Bedrohung für die Wirtschaft geworden. Immer mehr Menschen sind von einem Burnout betroffen und verursachen durch ihren krankheitsbedingten Ausfall enorme Schäden für Wirtschaft und Gesellschaft. Der Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen hat sich zum Ziel gesetzt, sich dem Problem Burnout zu stellen und an Lösungen zur Bekämpfung der neuen Volkskrankheit zu arbeiten, bzw. vielmehr, Mittel und Wege zur Vorbeugung von Burnout zu finden und anzubieten. Gemeinsam mit dem Unternehmen Business Doctors und dem Regionalmanagement Obersteiermark wird derzeit an der Entwicklung des Naturparks Zirbitzkogel Grebenzen zur Kompetenzregion für Burnout Prävention und seelische Gesundheit gearbeitet. Ziel ist es, den Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen zum europäischen Leitzentrum für aktive Vorsorge und vitale Gesundheit zu entwickeln. Derzeit wird, ausgehend von der Keimzelle St. Lambrecht, daran gearbeitet, dieses richtungsweisende und zukunftssträchtige Projekt auf Schiene zu bringen. Bereits auf Schiene ist die Auftaktveranstaltung, die unter dem Motto „Reife Leistung und vitale Gesundheit“ steht.

Am 21. und 22. November 2011 findet in St. Lambrecht das erste Symposium für altersgerechte und gesunde Arbeitswelten statt. Veranstalter der Tagung ist der Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen in enger Kooperation mit dem Benediktinerstift St. Lambrecht und den Unternehmen Business Doctors und Sozialkompetenzakademie. Für die Veranstaltung, deren Zielgruppe VertreterInnen der Sozialpartner, UnternehmerInnen, Führungspersonen, PersonalistInnen, TrainerInnen, MedienvertreterInnen und Interessierte aus der Region sind, konnten hochkarätige ReferentInnen gewonnen werden. Die Bedeutung des Symposiums wird u.a. durch die Teilnahme von Herrn Bundesminister Rudolf Hundstorfer unterstrichen.

Eckdaten

- Aufgrund des hohen Innovationsgehalts hat das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend am Donnerstag, 25. Oktober 2012, dem Projekt die beantragte Förderung im Rahmen der Bund-Länder-Innovationsmillion zuerkannt und als „Leuchtturmprojekt“ ausgezeichnet.
- Symposium „Reife Leistung und vitale Gesundheit“ am 21. und 22. November 2012 im Stift St. Lambrecht (Eröffnung: BM Rudolf Hundstorfer).
- Ausarbeitung des Detailkonzeptes und des Businessplans bis Ende 2012.
- Start der Umsetzung – Kompetenzregion für Prävention und seelische Gesundheit ab Anfang 2013.

Zielsetzungen und Inhalte

- Entwicklung des Naturparks Zirbitzkogel-Grebenzen zur Gesundheitsregion mit dem Schwerpunkt Prävention für Burnout.
- Konzeption, Entwicklung und Einführung innovativer touristischer Angebote im Bereich Prävention und seelische Gesundheit.
- Eckpfeiler der Gesundheitsregion Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen sind die Gesundheitstherme Wildbad in der Naturparkgemeinde Dürnstein und das Benediktinerstift St. Lambrecht in der Naturparkgemeinde St. Lambrecht.

- Träger der Gesundheitsregion Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen sind die beiden Naturparkorganisationen Verein Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen und Tourismusverband Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen sowie die zehn Naturpark Gemeinden.
- Kompetenzträger der Gesundheitsregion Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen sind die Organisationen Sozialkompetenzakademie, Business Doctors, Gesundheitstherme Wildbad und Benediktinerstift St. Lambrecht.
- Kooperationspartner der Gesundheitsregion Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen sind das Regionalmanagement Obersteiermark West, die Leader Aktionsgemeinschaft Holzwelt Murau, die Urlaubsregion Murtal, sowie die Naturpark Partnerbetriebe (Beherbergungsbetriebe) und die Naturpark-Spezialitäten-Betriebe (Gastronomie und Direktvermarkter) im Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen.
- Träger, Kompetenzträger und Kooperationspartner sind Gesellschafter der ARGE Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen – Kompetenzregion für Prävention & seelische Gesundheit.

Kritische Punkte, Problembereiche

Da es sich um eine strategische Neuausrichtung bzw. Vertiefung des regionalen Kernthemas Natur Lesen Lernen handelt, ist die frühzeitige Einbindung der Betriebe von großer Bedeutung, allerdings auch schwierig, da wirtschaftliche Erfolge erst mittelfristig zu erwarten sind.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

- Ideenentwicklung, Businessplanung und Machbarkeitsstudie.
- Einbindung Kooperationspartner (ARGE).
- Projektvorstellung FA12A Tourismusförderung (Land Steiermark).
- Projektvorstellung ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank).

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Plankosten:

- Start-Up (bis 2013): € 455.000,--
- Folgejahre: € 255.000,--

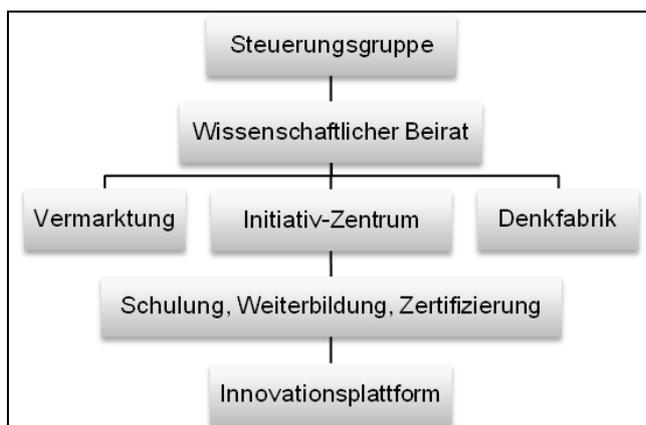


Abb. 1: Organigramm der Projektstruktur.

Organisation

- Eigenmittel (ARGE): € 200.000,--
- Sponsoren: € 55.000,--
- Projektförderung: € 200.000,--

Service-Angaben

Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen • Claudia Gruber • Hauptplatz 4
8820 Neumarkt in Steiermark • Tel.: ++43 (0) 35 84 / 20 05
E-Mail: info@naturpark-grebenzen.at • Web: www.naturpark-grebenzen.at

Modellregion für nachhaltige Waldwirtschaft im Naturpark Mürzer Oberland

Ausgangslage

Der Naturpark Mürzer Oberland ist ein „Wald-Naturpark“ mit fast 80% Waldfläche, daher liegt es nahe, dass ein Schwerpunkt der Entwicklung des Waldes gewidmet ist. Auf Basis der vier Säulen des Naturparkgedankens – Schutz, Erholung, Bildung und Regionalentwicklung – und der Pan-europäischen Nachhaltigkeitskriterien sollte das Thema „Nachhaltige Waldbewirtschaftung“ behandelt und Strategien für die Zukunft erarbeitet werden.

Auf die Zusammenarbeit und den notwendigen Dialog zwischen VertreterInnen des Naturschutzes, der Forstwirtschaft, des Tourismus, der Forschung, der Jagd und der allgemeinen Öffentlichkeit wurde dabei besonderer Wert gelegt.



*Naturpark Mürzer Oberland
(Foto: © Herbert Sommer)*

Eckdaten

Das „Waldprojekt“ startete mit einer Auftakt-Tagung im Mai 2009 und wurde nach Vorliegen aller Ergebnisse mit der Tagung „Nachhaltige Waldbewirtschaftung – Herausforderungen für die Zukunft im Bereich Biodiversität, Klimawandel und Naturtourismus“ im Oktober 2011 unter Beteiligung aller am Projekt involvierten Personen bzw. Institute abgeschlossen.

Wichtiger Bestandteil des Projektes waren nicht nur die Arbeitstreffen der Projektpartner, sondern auch die Informationsveranstaltungen und Exkursionen für die privaten WaldbesitzerInnen, die unter anderem auf Herausforderungen und Probleme der Waldbewirtschaftung, wie Verbissituation, Borkenkäferproblematik, Sturmschäden und nachhaltige Methoden der Holzbringung hinwiesen.

Zielsetzungen und Inhalte

Naturschutzaspekte (Erhaltung von Waldressourcen und Verhinderung einer Degradation des Waldes und der Böden) und sozioökonomische Aspekte sollten beleuchtet und konkrete fachliche Ziele und Maßnahmenvorschläge erarbeitet werden. Waldwirtschaft hat eine nachhaltige Pflege und Nutzung des Waldes zur Aufgabe, was bedeutet, dass nicht nur auf standortgerechte Baumarten, sondern auch auf Waldboden, Wasser- und Nährstoffhaushalt geachtet wird. Im Mürzer Oberland hat der Wald einen besonders hohen Stellenwert im Hinblick auf Schutzfunktionen (Lawinen, Steinschlag) und eine herausragende Bedeutung für Erholung und Tourismus.

Als Ergebnis des Projekts sollten nachhaltige Bewirtschaftungsformen unter Berücksichtigung der Multifunktionalität des Waldes aufgezeigt und erreicht werden. Konkrete Inhalte des Projektes waren: die Erhebung der potentiell natürlichen Waldgesellschaften und eine Kartierung der Sonderbiotope, eine Flechtenerhebung und -kartierung, ein Jungwuchs- und Verbissmonitoring, der Bereich Erholungsnutzung und Regionalwirtschaft sowie die Erstellung von Operaten für die Privatwaldflächen (Bestandesbeschreibungen und Forstkarten).

Kritische Punkte, Problembereiche

Problematisch war die teils ablehnende Haltung der PrivatwaldbesitzerInnen, die für eine Begehung ihrer Waldflächen und zum Erstellen des Operats keine Erlaubnis erteilten. Aufgrund der großen und unterschiedlich vorhandenen (GIS-)Datenmengen, die im Projekt zusammengeführt wurden, musste das Projekt um ein Jahr verlängert werden.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Projektlaufzeit war von Mai 2009 bis Oktober 2011.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Es kam im Naturpark Mürzer Oberland zu einer erstmaligen Zusammenarbeit zwischen VertreterInnen des Naturschutzes, der Forstwirtschaft, des Tourismus, der Forschung, der Jagd und der allgemeinen Öffentlichkeit. Eine einheitliche GIS-Datenbank zur Waldbewirtschaftung wurde eingerichtet, zur praktischen Umsetzung wurden Kartenwerke für die Waldbauern und -bäuerinnen erstellt, die als solide Grundlage für die Waldbewirtschaftung dienen und Maßnahmenvorschläge wurden erarbeitet. Im Endbericht „Nachhaltige Waldbewirtschaftung im Naturpark Mürzer Oberland“ wurden sämtliche Ergebnisse der beteiligten ProjektpartnerInnen berücksichtigt und Vorschläge für Maßnahmen eingearbeitet.



Lungenflechte (Foto: © Barbara Wunder)

Organisation

Als Projektträger fungierte der Verein Naturpark Mürzer Oberland, Projektpartner waren die Universität für Bodenkultur Wien, das Bundesforschungs- und Ausbildungszentrum für Wald, Naturgefahren und Landschaft, die Österreichische Bundesforste AG als größter Waldbesitzer im Naturpark, die Stadt Wien als Grundbesitzer, private WaldbesitzerInnen, Dr. Josef Spörk, Unternehmensberatung für naturnahe Waldwirtschaft und Verein Pro Silva. Involviert waren außerdem das Land Steiermark, FA13C Naturschutz und

FA10C Forstwesen, sowie die Wildbach- und Lawinenverbauung.

Das Projekt „Modellregion für Nachhaltige Waldwirtschaft im Naturpark Mürzer Oberland“ war ein Leader-Projekt, das durchgeführte Parallelprojekt „Erhebung der potentiell natürlichen Waldgesellschaften im Naturpark Mürzer Oberland“ wurde über die FA13C, Naturschutzabteilung des Landes Steiermark mit dem Programm ELER finanziert.

Service-Angaben

Naturpark Mürzer Oberland • Hauptplatz 9 • 8692 Neuberg an der Mürz
Tel.: ++43 (0) 38 57 / 83 21 • E-Mail: info@muerzeroberland.at
Web: www.muerzeroberland.at

Phänomenale Naturtipps in den NÖ. Naturparken

Ausgangslage

Der Zeitpunkt eines Ausfluges ist für die Qualität des Naturerlebnisses essenziell. Eine Blumenwiese ohne blühende Blumen ist unattraktiver als in voller bunter Blütenpracht, der Genuss eines weiß erstrahlenden Obstgartens ungleich eindrucksvoller als das Einheitsgrün der Blattmasse. Um das volle Erlebnispotenzial der typischen Pflanzen- und Tierwelt in den Niederösterreichischen Naturparken auszuschöpfen, braucht es eigentlich nicht viel. Man müsste als BesucherIn nur wissen, wann die Naturphänomene „à la Saison“ den größten Erlebniswert bieten und sich ein Ausflug besonders lohnt. Da solche Informationen für Gäste und Bevölkerung ungemein wichtig, aber generell derzeit kaum verfügbar sind, entwickelten die Niederösterreichischen Naturparke ein diesbezügliches Angebot um saisonale Naturtipps für BesucherInnen bereitzustellen.

Eckdaten

- Schaffung eines Angebotes an saisonal aktuellen Naturtipps zu naturparkspezifischen Naturphänomenen in den Niederösterreichischen Naturparken. Gäste und Bevölkerung sollen damit während des Jahres laufend erfahren, wann und wo Naturphänomene wie die Blüte von Dirndl, Holler & Co am eindrucksvollsten sind und sich ein Besuch eines Naturparks besonders lohnt.
- Produktion und Abgabe von Naturkalender-Drehscheiben für die einzelnen Naturparkregionen, die den Gästen und der Bevölkerung einen Überblick der spannendsten Naturphänomene bieten und eine ungefähre Prognose erlauben, wann die Naturphänomene am interessantesten sind.



*Phänomenale Naturdrehscheibe
(Foto: © Naturparke Niederösterreich)*

Zielsetzungen und Inhalte

- Naturkalender-Drehscheiben im Kleinformat: Produktion von Naturkalender-Drehscheiben für fünf Naturparkregionen mit einem handlichen Durchmesser, damit die Scheibe in jeden Rucksack passt.
- Naturkalender-Drehscheiben Großformat pro Naturparkregion zum Anbringen in Naturparken (z.B. Indoor in Naturparkhäusern, Outdoor für geführte Wanderungen oder mobile Drehscheiben für alle Naturparke bei Veranstaltungen einsetzbar).
- Saisonale Naturtipps im Internet: Auf der Homepage www.naturparke-noe.at bieten die Naturparke von Jänner bis Dezember Tipps, wann und wo dutzende Tiere und Pflanzen in den Naturparken besondere Erlebnisse bieten. Somit präsentiert jeder Naturpark zu jeder Jahreszeit seine aktuellen Highlights an Flora und Fauna-Erlebnissen!

Kritische Punkte, Problembereiche

Der Zeitplan des Projekts enthielt vom Start im Herbst 2011 bis zum Abschluss im Frühjahr 2012 keinen großen Spielraum, da das Ziel verfolgt wurde, in der phänologisch abwechslungsreichsten Zeit (und somit im Frühjahr, wenn zahlreiche Blüten stattfinden) die Dreh-

scheiben und Online-Tipps der Öffentlichkeit zu präsentieren. Weiters fand im April 2012 der Startschuss des niederösterreichischen Festreigens „50 Jahre Naturparke“ mit der Feier im Jubiläums-Naturpark Sparbach statt, bei der die Drehscheiben bereits aufgelegt wurden.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Das Projekt wurde vom Verein Naturparke Niederösterreich im Sommer 2011 beschlossen und Kick-off zum Projekt war im Herbst 2011 bzw. die Arbeiten mit den einzelnen Naturparken starteten mit Workshops im November 2011.

Im Frühjahr 2012 wurden beide Projektziele erfolgreich abgeschlossen:

1. Produktion der Drehscheiben bzw. Auslieferung an Naturparke in Niederösterreich und Partnerorganisationen wie der Niederösterreich-Werbung oder Tourismus-Destinationen.
2. Tagesaktuelle Naturtipps im Internet auf der Homepage www.naturparke-noe.at.

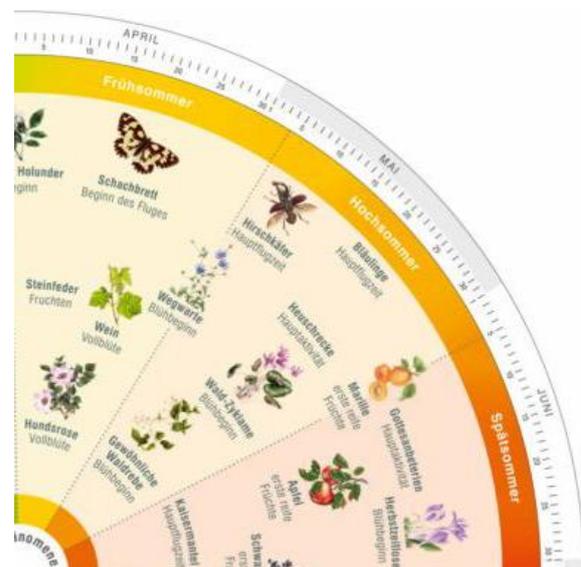
Status quo im Herbst 2012: Seit dem Frühjahr werden die Naturtipps medial beworben und somit einem breiten Publikum und sowohl bestehenden als auch potenziellen Naturpark-BesucherInnen angeboten bzw. vermittelt. Weiters wird derzeit an einer besseren Vernetzung mit bestehenden Strukturen gearbeitet (z.B. Einbindung der Online-Tipps auf touristischen Websites).

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Das Projekt war in vielerlei Hinsicht ein großer Erfolg! Die Drehscheiben finden einerseits großen Absatz und werden stark nachgefragt und andererseits gab es auch nach „innen“ sehr positives Feedback (von Naturparken, Tourismusorganisationen wie Niederösterreich-Werbung und Destinationen oder Bildungseinrichtungen wie Naturpark-Schulen oder NaturführerInnen). Weiters ist zu erwähnen, dass die Naturtipps sehr gut die vier Säulen eines Naturparks widerspiegeln und die Drehscheiben von der Jahreszahl unabhängig sind und somit jedes Jahr Gültigkeit haben. Die Kosten des Projekts wurden über ein LE-Projekt (Ländliche Entwicklung) finanziert.

Organisation

Herausgeber und Projektleitung: Verein Naturparke Niederösterreich, Koordination: Mag.(FH) Matthias Heiss; Konzept und Inhalte: Lacon OG - Technisches Büro für Landschaftsplanung, Koordination: Klaus Wanninger.



Ausschnitt der Drehscheibe
(Foto: © Naturparke Niederösterreich – Lacon)

Service-Angaben

Verein Naturparke Niederösterreich • Niederösterreichring 2, Haus C
3100 St. Pölten • Tel.: ++43 (0) 27 42 / 90 00-19 879 • E-Mail: info@naturparke-noe.at
Web: www.naturparke-noe.at

Plattform Baukultur im Naturpark Südsteirisches Weinland

Ausgangslage

Das Kapital Landschaft

- Die durch traditionelle Bewirtschaftung geschaffene Kulturlandschaft bildet den Rahmen aller touristischen und wirtschaftlichen Aktivitäten der Region.
- Das Erlebnis Landschaft ist der Grundstein für die erfolgreiche Vermarktung der Region sowie deren Produkte.
- Eine mangelhaft ausgeprägte regionale Baukultur mit ihren Folgen stellt eine Bedrohung für das einmalige Landschaftsbild dar.

Eckdaten

Das Projekt ist modulartig aufgebaut:

- Modul A – Baurecht/Baubehörde – Allgemeine Informationsaufbereitung
- Modul B – Wissenschaft/Forschung/Planungshilfen
- Modul C – Öffentlichkeitsarbeit, Schulen und Wettbewerbe
- Modul D – Architektur und Tourismus
- Modul E – Gestaltungsbeirat
- Modul F – Evaluierung der umgesetzten Maßnahmen

In den einzelnen Modulen werden laufend Aktivitäten gesetzt, so findet z.B. im November die 100. Sitzung des Gestaltungsbeirates statt.

Zielsetzungen und Inhalte

- Für die Region ist es von grundsätzlicher Bedeutung mit dem schönen Landschaftsbild möglichst schonend umzugehen.
- Dazu gehört eine regionaltypische Baukultur, die das Landschaftsbild nicht stört, sondern zu einem harmonischen Gesamtbild beiträgt.



*Baukultur in den Naturpark-Schulen
(Foto: © Baubezirksleitung Leibnitz)*

Kritische Punkte, Problembereiche

Bewusstseinsbildung braucht Zeit. Oft denken wir uns, warum wir nicht schon weiter sind. Aber der eine oder andere gebaute Lichtblick gibt uns wieder Motivation und zeigt, dass die Arbeit nicht umsonst war.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Nachdem das Projekt sehr stark auf Bewusstseinsbildung setzt, ist dies ein laufender Prozess, der kein Fertigstellungsdatum hat.

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse



*Gestaltungsbeirat berät Bauwerber
(Foto: © Baubezirksleitung Leibnitz)*

Erfolge sind:

- Die sichtbare Motivation der Schülerinnen und Schüler, wenn sie stolz die Ergebnisse des Schwerpunktes „Baukultur“ in den Naturpark-Schulen präsentieren.
- Wenn z.B. die Südsteiermark in der Beilage „Mein Zuhause“ der KLEINEN ZEITUNG innerhalb weniger Wochen dreimal vorkommt.
- Nicht sichtbar (was durch den Gestaltungsbeirat verhindert und nicht gebaut wurde).

Organisation

Die Organisation übernimmt der Naturpark Südsteirisches Weinland.

Service-Angaben

Amt der Steiermärkischen Landesregierung • Baubezirksleitung Leibnitz
Marburgerstraße 75 • 8435 Wagna
Tel.: ++43 (0) 34 52 / 82 097-641 • E-Mail: christian.hofmann@stmk.gv.at

Naturpark Südsteirisches Weinland • Grottenhof 1 • 8430 Kaindorf an der Sulm
Tel.: ++43 (0) 34 52 / 71 305 • E-Mail: office@naturparkweinland.at
Homepage: www.naturparkweinland.at

Ein geographisches Informationssystem für den Naturpark Our

Ausgangslage

Im Rahmen der europäischen Leader+ - Initiative der Region Clervaux-Vianden entstand 2005 das interkommunale Projekt „Geographisches Informationssystem für den Norden“, um eine verbesserte kommunale Planung und den Aufbau einer interkommunalen Zusammenarbeit, basierend auf aktuellen Geodaten zu realisieren, dies als Grundvoraussetzung für eine koordinierte Regionalentwicklung. Kostenpunkt des Aufbaus und der Organisation des Systems waren für die Haushaltsjahre 2005 bis 2012: ca. € 1.000.000,--.

Eckpunkte

Ein „geographisches Informationssystem“ ist ein rechnergestütztes Informationssystem, das aus Hardware, Software, Daten und verschiedenartigen Anwendungen besteht. Damit können flächen- und raumbezogene Daten digital erfasst, verwaltet, analysiert und dargestellt werden.



Luftbild von Clervaux (Foto: © Naturpark Our)

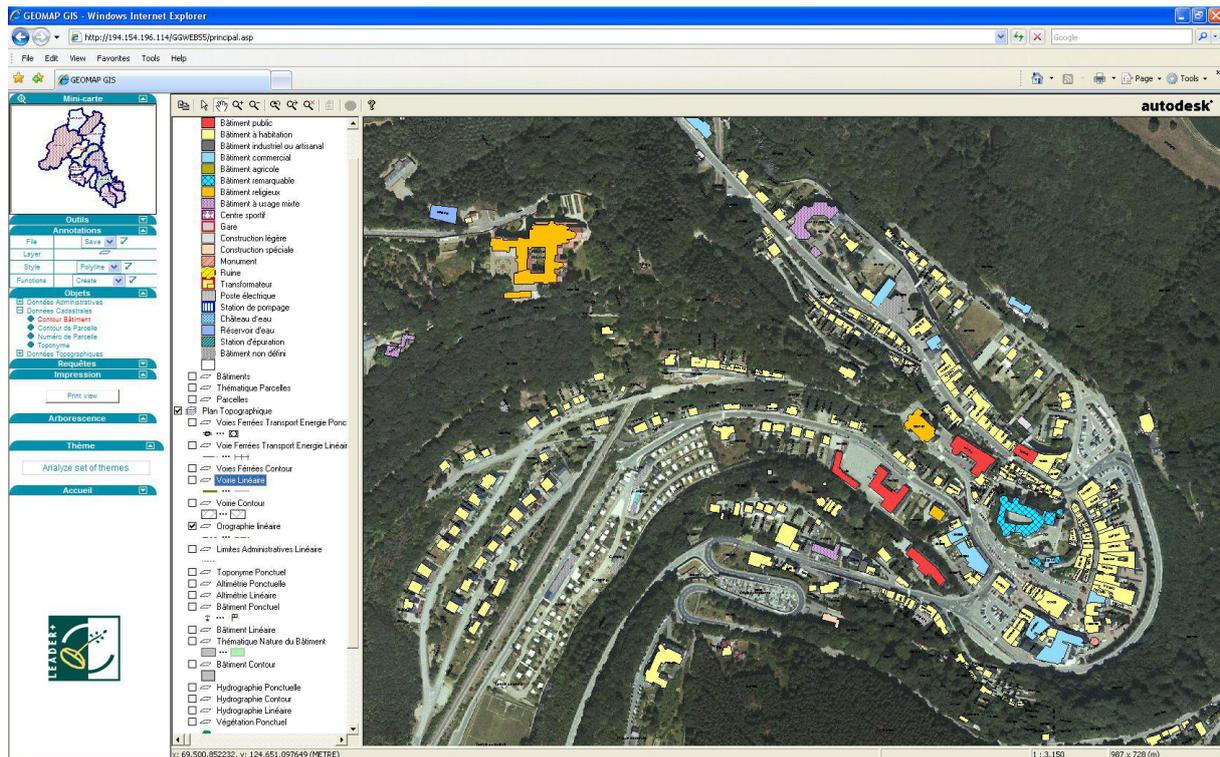
Zielsetzungen und Inhalte

Für kommunale Daten wurden spezifische Fachschalen entwickelt. Diese legen die Symbolik sowie die Datenstruktur verschiedener Themenbereiche fest. Derzeit gibt es Fachschalen für Trinkwasser, Abwasser, Leitungsnetze, Gemeinschaftsantenne, Verkehrsbeschilderung, Flächennutzungspläne, Friedhofsverwaltung etc.

Zu den Aufgaben der zentralen Verwaltungsstelle gehört neben der Integration und Pflege der Daten auch der regelmäßige Erfahrungs- und Datenaustausch mit den Mitgliedsgemeinden. Zur Speicherung und Verteilung der Daten wurde im Naturparkhaus ein interkommunales Netz mit einer gemeinsamen, objektrationalen Datenbank aufgebaut. Alle Projektanwender und -anwenderinnen greifen so über einen web-basierten GIS-Arbeitsplatz auf ihre Daten zu und können diese individuell bearbeiten und analysieren.

Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

Durch dieses innovative Projekt, welches einzigartig im Großherzogtum Luxemburg ist, besitzen nun der Naturpark und seine Mitgliedsgemeinden die Möglichkeit, neueste Technologien im Umgang mit ihren gesammelten Geodaten einzusetzen.



GIS-Kartenbeispiel aus der Datenbank (Quelle: © Naturpark Our)

Das Geoinformationssystem kann sowohl in klassischen Bereichen wie Dokumentation von Wasser- oder Abwassernetzen als auch zukünftig im Bereich von statistischen Auswertungen oder Internetdiensten für BürgerInnen und Gewerbe genutzt werden. Kommunale Daten können durch die zentrale Struktur besser erfasst und zu regionalen Planungszwecken eingesetzt werden. Langfristig sorgt das Projekt für eine effizientere Entscheidungsfindung und fördert gleichzeitig eine bürgernahe, kundenorientierte Verwaltung.

Aktuell wird das GIS-System um ein Bürgerinformationssystem erweitert, welches der regionalen Bevölkerung zur Verfügung steht und dem Recht auf Informationen aus dem Umweltbereich (Inspire Richtlinie) Rechnung trägt.

Service-Angaben

Naturpark Our • Patrick Schaack Verantwortlicher SIG • 12, Parc • 9386 Hosingen
Luxemburg • Tel.: ++352 / 90 81 88-38 • E-Mail: patrick.schaack@naturpark-our.lu
Web: www.signord.lu



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture
et du Développement rural



Ce projet a été réalisé dans le cadre
de l'initiative communautaire LEADER+,
avec le soutien
du fonds structurel FEOGA
et du Ministère de l'Agriculture



Blühende Gesundheit in den sieben Steirischen Naturparks

Transregionale Zusammenarbeit (Leader M421) zur langfristigen strategischen Positionierung der sieben Steirischen Naturparke Almenland, Steirische Eisenwurzten, Mürzer Oberland, Pöllauer Tal, Sölk­täler, Südsteirisches Weinland und Zirbitzkogel-Grebenzen.

Ausgangslage

Naturparke sorgen in langfristigen Entwicklungsschritten für eine intakte Kulturlandschaft und damit für gesunde Lebensräume. Menschen sollen hier auf Grund einer hohen Biodiversität beste Lebens-Vorraussetzungen finden. Naturschutz wird somit zum Gesundheitsschutz bzw. übernimmt Formen der Gesundheitsvorsorge. Naturparke meinen hier nicht die medizinische Infrastruktur, sondern all jene Werte, die Naturparke uns bieten: eine beglückende Landschaft, gesunde Nahrung und Produkte, Möglichkeiten an Bewegung in besonderen Naturräumen, gesundes Wohnen, soziale Eingebundenheit, Menschen mit ganzheitlichem Bewusstsein.



Eckdaten

Das Projekt wird in Form von Tagungen, Workshops und Seminaren mit ExpertInnen auf einer zentralen Ebene (Verein „Naturparke Steiermark“) und in den sieben Naturparkregionen erarbeitet. Dabei geht es sehr stark um die Bildung von neuen Kooperationen, um neue BewusstseinstägerInnen in den Naturparks anzusprechen. Das Projektgebiet umfasst sieben Naturparkregionen mit insgesamt 71 Naturparkgemeinden (2.306 km²).

„Grünzeug von der Wiese“ – Wildkräuter, Wildgemüse und Wiesenblumen bei einer Präsentation der steirischen Naturparke in der Grazer Innenstadt. Naturvermittlung als Instrument für Kulturlandschafts- und Gesundheitsbewusstsein (Foto: © Mark Ressel)

Zielsetzungen und Inhalte

Die sieben steirischen Naturparkregionen positionieren sich zukünftig unter dem Leitthema „Blühende Gesundheit“. Basis ist eine wertvolle, intakte Kulturlandschaft mit ihren natürlichen Ressourcen und Wirkstoffen, in der die Menschen über Jahrhunderte altes Wissen und Kompetenz in der Nutzbarmachung und Vermittlung dieses Naturschatzes angereichert haben. Das Bewusstsein über die Kräfte der Natur und ihren gesundheitlichen Nutzen ist selbstverständlicher Bestandteil im Leben der einheimischen Bevölkerung und Gäste und wird durch Fachleute vor Ort (ÄrztInnen, ApothekerInnen, WissenschaftlerInnen, TherapeutInnen, Naturschutz- und Regionalentwicklungsfachleute, PädagogInnen u.s.w.) kompetent unterstützt. Die sieben Steirischen Naturparke bauen bei diesem Projekt auf ihre regionalen und individuellen Themenschwerpunkte (Wasser, Wald, Alm, Zeit, Slow Food, Streuobst, Wein...) auf!

Konkrete Aktivitäten (Auswahl): Bildung einer steirischen Naturparke-Organisation „Naturparke Steiermark“ (Verein) mit Beteiligung der touristischen Partnerorganisationen zur Koordination der Interessen und für gemeinsame Projektabwicklungen; Bildung strategischer

Netzwerke zu Politik, Förderstellen, Wirtschaftspartnern und Medien; Erhebung der „gesunden Ressourcen“ und Katalogerstellung; interdisziplinäre ExpertInnen-Klausuren/Themenplattformen mit RegionalentwicklerInnen, ÄrztInnen, WissenschaftlerInnen, NaturvermittlerInnen, TherapeutInnen, VertreterInnen der Landwirtschaft; Entwicklung von Naturpark-BotschafterInnengruppen durch steiermarkweite Gruppenbildungen und



Bade-Vergnügen im Schaffel auf der Alm (Zirbitzkogel-Grebenzen) als Ausdruck „Blühender Gesundheit“ (Foto: © icarus.cc)

und Qualifizierungsmaßnahmen (Natur- und LandschaftsführerInnen, Naturpark-Partnerbetriebe, Naturpark-Schulen, GesundheitspartnerInnen); Entwicklung eines gesamtsteirischen „gesunden“ Naturparkprogramms für Schullandwochen und Projektstage; Entwicklung eines steirischen „best of“-Naturvermittlungsprogramms für Gäste

und Bevölkerung in Naturparks; Entwicklung der Naturpark-Juwelle; Aufbau einer Naturparke Steiermark-Internetplattform.

Kritische Punkte, Problembereiche

Mehr Zeit ist für die Aktivierung und Vernetzung der AngebotsträgerInnen (Botschaftergruppen) in den Naturparkregionen zu investieren – sie stellen die Hauptsäule des Projektes dar! Besonders ist auf die Zusammenhänge zwischen Naturschutz und Gesundheitsschutz sowie zwischen Kulturlandschaften und gesunden Lebensräumen zu achten. Das Projekt kann Impulse setzen, die praktische Umsetzung obliegt den Managements in den einzelnen Naturparks (Identifikation!). Das Projekt steht auf sehr breiten Fundamenten (14 Naturpark-Organisationen und Steiermark Tourismus). Dadurch ist aber die Meinungsbildung komplex und der Koordinationsbedarf hoch. Neben den Verpflichtungen für die Naturpark-Managements sind die Vorteile dieser intensiven Kooperationsarbeit stets neu zu formulieren und auch intern zu transportieren.

Zeitplan, Stand des Projekts, Ausblick

Projektlaufzeit: 2009 bis 2013 (verlängert). Das Projekt ist in seinen inhaltlichen Eckpunkten (Gruppenbildung, Netzwerke, gemeinsame Vorgangsweisen, Ausformulierung von Leitsätzen) weitgehend abgeschlossen. In diversen Einzelbereichen (z.B. Naturvermittlung, Naturpark-Partnerbetriebe) werden Detailprojekte umgesetzt (siehe auch Projekt „Naturvermittlung für Naturpark-Partner“).

Daten, Erfolge, finanzielle Aspekte, Ergebnisse

- Leader-Projekt M421 (transregionale Zusammenarbeit)
- Gesamtprojektkosten: € 771.429,--
- Förderung: € 540.000,-- (70%)
- Gemeinsames Leitmotiv: Naturparke sorgen für gesunde Lebensräume – für Pflanzen, Tiere und Menschen.

Mit der Organisation „Naturparke Steiermark“ wurde eine umsetzungsstarke Koordinationsstelle für alle steirischen Naturpark-Belange etabliert. Dadurch können finanzielle, arbeits-

technische und inhaltliche Ressourcen wesentlich besser und Kräfte sparer genutzt werden. Das positive Echo verleiht Energie und zusätzlichen Auftrieb.

Steiermarkweit etablierte Naturpark-Botschafter-Gruppen: 100 zertifizierte Naturpark-Partnerbetriebe, 62 GesundheitspartnerInnen, 39 prädikatisierte Naturpark-Schulen, 48 zertifizierte Natur- und LandschaftsführerInnen, 89 Naturparkspezialitäten-PartnerInnen, 50 Naturpark-Juwale.

Das gemeinsame Schulprogramm der Steirischen Naturparke erscheint alle zwei Jahre und wird an ca. 4.000 Schulen bzw. Elternvereine versandt. Die touristischen Angebote der Steirischen Naturparke sind im touristischen Gesamtauftritt der Steiermark (STG) voll integriert.

Organisation

Das Projekt wird von der Geschäftsführung des Vereins „Naturparke Steiermark“ gemeinsam mit den regionalen Naturpark-Managements abgewickelt. Für die Fachbereiche Naturvermittlung, Marketing, Medienarbeit, Internet u.a. werden externe ExpertInnen beigezogen.

Service-Angaben

Verein „Naturparke Steiermark“ • Stadlob 129 • 8812 Mariahof
Tel.: ++43 (0) 664 / 83 21 337 • E-Mail: naturparke@steiermark.com
Web: www.naturparke-steiermark.at und www.steiermark.com/naturparke

Naturschutz und Biogas – eine südburgenländische Erfolgsgeschichte im Naturpark in der Weinidylle

Ausgangslage

Biogasanlagen sind sehr oft der Gottseibeiknis im Landschafts- und Naturschutz. Mais-Monokulturen veröden die Landschaft und töten die Artenvielfalt. Aber es kann auch ganz anders laufen...

Unser Klima ist bedroht. Wir müssen versuchen, unsere Energieversorgung klimaneutral zu gestalten, oder wenigstens etwas umweltverträglicher. Aber viele Formen der Produktion von erneuerbarer Energien schaden leider dem Naturschutz in oft sehr umfangreichem Ausmaß. Durch Rodungen zur Landgewinnung für den Anbau von Ölpalmen werden in Indonesien, einem Hotspot der Biodiversität, Millionen von Hektar der einzigartigen Regenwälder unwiederbringlich zerstört. Sumatratiger, Orang Utan und das extrem seltene Dschungelrind stehen unmittelbar vor ihrer Ausrottung. Leider tritt in zahlreichen Fällen auch in Europa die Erzeugung von erneuerbaren Energien als Tod der Kulturlandschaften und Feind der Artenvielfalt in Erscheinung. Die Uckermark im Nordwesten von Berlin ist Versuchslabor und Musterland für Naturschutz. Nachdem die Viehwirtschaft nicht mehr rentabel ist, verwenden viele LandwirtInnen ihre Äcker zur Erzeugung von Mais als Biomasse für die etwa dreißig Biogasanlagen in der Region. Große Bereiche der Landschaft sind zur Mais-Monokultur verkommen, schwer beeinträchtigt, der Artenreichtum ist in weiten Bereichen zusammengebrochen.



Der Weißstorch ist der Repräsentant einer ökologisch intakten Kulturlandschaft – gesichert durch biologische Landwirtschaft, Naturwiesen und Biogaserzeugung (Foto: © Bernhard Deutsch)

Zielsetzungen und Inhalte

Die Erzeugung und Verwendung von Biogas als erneuerbarem Energieträger entspricht grundsätzlich den Naturparkprinzipien der Nachhaltigkeit und ökologischen Verträglichkeit und kann sehr naturverträglich und der beste Partner des Naturschutzes sein. Das beweisen die Biogas-ProduzentInnen im Naturpark in der Weinidylle und im Ökoenergieland um Güssing, etwa der Biobauer Siegfried Legath durch den Betrieb der Biogasanlage in Strem.

Hier bewirtschaften die landwirtschaftlichen Partnerbetriebe eine Fläche von ungefähr 900 ha nach den Regeln der organisch-biologischen Landwirtschaft und liefern das in der Fruchtwechselwirtschaft geerntete Gras in die Biogasanlage. Außerdem wird Gras aus den 80 ha Naturschutzwiesen verwendet, das unter der Einhaltung besonderer ÖPUL-Auflagen geerntet werden muss. Auf den Bioäckern dürfen keine chemisch-synthetischen Pestizide verwendet werden und trotzdem werden die sehr unkrautempfindlichen Feldfrüchte Mais und Soja angebaut und erbringen ganz ansehnliche Erträge. Das Geheimnis ist die Erzeugung von Biotorf, die Fruchtwechselwirtschaft und die Anpassung der grünland- und ackerbaulichen Wirtschaftsweisen im Natura 2000-Gebiet an die Erfordernisse des Naturschutzes.

Die Basis des Erfolges ist der Fruchtwechsel. Nach einigen Jahren Hackfrüchten und Getreide wird für einige Jahre Klee gras angebaut. Diese Kultur ist so robust, dass die Ackerunkräuter am Keimen behindert und dadurch verdrängt werden. Daher kann als Folgekultur wieder eine wenig konkurrenzstarke Feldfrucht wie Mais angebaut werden.

Das Klee gras reguliert den Bestand der Ackerbeikräuter und macht die Verwendung von Herbiziden unnötig. In Kombination mit der Anwendung des hochwertigen Biotorfs aus der Biogasanlage sind hier im Biolandbau sehr ansehnliche Erträge zu ernten. Mit einer Menge von 30 Tonnen Gras aus Feldfutterwiesen und Naturwiesen pro Tag, das sind 11.000 t Feuchtgewicht (4.000 t Trockengewicht) jährlich, wird die Biogasanlage „gefüttert“. Daraus wird die enorme Menge von 3.000 t Biotorf (Trockensubstanz: 1.000 t) erzeugt, der als Bioschlamm aufgebracht wird. Dadurch wird nicht nur der Boden der Bioäcker saniert. Der Humus besteht zu mehr als 50% seiner Trockenmasse aus Kohlenstoff (zirka 600 t pro Jahr), den die Pflanzen durch ihren Wuchs in Form von Kohlendioxid der Atmosphäre entzogen haben. Dieser Kohlenstoff wird einerseits zu Biogas mit einem Methangehalt von 55% vergoren. Andererseits wird der Kohlenstoff von 2.200 t CO₂ in Form von Humus auf die Bioäcker ausgebracht und langfristig im Boden gespeichert. Dadurch wird die Atmosphäre und das Weltklima entlastet. Der Humusgehalt des Bodens der Bioäcker wird kräftig gestärkt. Dadurch wird die Wasserhaltefähigkeit verbessert. Der Biohumus aus Biotorf ist ein höchstwertiger Volldünger, der den strengen Richtlinien der organisch-biologischen Landwirtschaft entspricht und allen Feldfrüchten als gebundener Volldünger zur Verfügung steht.

Die Vergärung der Biomasse der Wiese in der Biogasanlage zu hochwertigem Biohumus und Biogas dauert eineinhalb Monate. Dadurch werden jährlich zwei Millionen Kubikmeter Biogas erzeugt, das zu 55% aus Methan besteht und einen Energiegehalt von 1.200.000 l Diesel oder Heizöl leicht hat. Ing. Legath betreibt damit einen 500 kW starken Jenbacher Generator und erzeugt jährlich 4.300 Megawattstunden elektrischen Strom (den Bedarf von 1.200 Haushalten), der als Ökostrom verkauft wird. Mit der Abwärme des Generators im Umfang von jährlich 5.200 MWh wird der Hauptfermenter der Biogasanlage beheizt. Zusätzlich werden Volksschule, Gemeindeamt, Altenheim und weitere 40 Haushalte in Strem versorgt. Wenn im Winter die Generatorabwärme nicht ausreicht, dann wird durch eine Hackschnitzelanlage die fehlende Wärme dazu geheizt.

Das Mähgut von den Natura 2000-Wiesen, auch das Altgras der Schmetterlingstreifen der Naturwiesen von Urbersdorf bis Eisenberg und allen Fruchtwechselwiesen im Gebiet, kann in dieser Biogasanlage zu Biohumus verwandelt werden und durch seine Verwendung in den Hausgärten und in der Biolandwirtschaft die günstige Wirkung auf die Umwelt und ihre Biodiversität im Unteren Pinka- und Unteren Stremtal entwickeln.

Beim nächsten Spaziergang im Naturpark in der Weinidylle, bei dem die vielfältige Vogelwelt und Schmetterlingsfauna bewundert wird, bleibt so zu bedenken, dass sich die Biogaserzeugung und der Naturschutz durch die in der Biogasanlage Strem umgesetzte komplette Kohlenstoff-Kreislaufwirtschaft einander effektiv ergänzen und in einer reichen Artenvielfalt resultieren.

Service-Angaben

Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie • Europastraße 1 • 7540 Güssing
E-Mail: r.gruber@eee-info.net • Web: www.eee-info.net/cms

Naturpark in der Weinidylle • Weinmuseum Moschendorf • 7540 Moschendorf
Tel.: ++43 (0) 33 24 / 63 18 • E-Mail: info@naturpark.at • Web: www.naturpark.at

Autorinnen und Autoren

Asamer-Handler, DI Marelli

ÖAR Regionalberatung • Alberstraße 10 • 8010 Graz
Tel.: ++43 (0) 316 / 31 88 48 • E-Mail: asamer.handler@oear.at
Web: www.oear.at

Básthy, Béla

Magyar Natúrpark Szövetség (Ungarischer Naturparkverband)
Jurisics tér 8. • 9730 Kőszeg • Ungarn
Tel.: ++36 (06) / 20 530 58 66 • E-Mail: naturpark.hungary@gmail.com

Böhm, DI Thomas

Regionalmanagement Burgenland GmbH • Industriestraße 6 • 7423 Pinkafeld
Tel.: ++43 (0) 33 57 / 90 10 - 24 77 • E-Mail: thomas.boehm@rmb-sued.at
Web: www.naturparke.at/de/Naturparke/Burgenland und www.rmb.at

Danninger, Mag. Matthias

Hochgebirgsnaturpark Zillertaler Alpen • 6295 Ginzling 239
Tel.: ++43 (0) 52 86 / 52 181 • E-Mail: info@naturpark-zillertal.at
Web: www.naturpark-zillertal.at

Derntl, Mag. Barbara

Naturpark Mühlviertel • 4324 Rechberg 9 • Tel.: ++43 (0) 72 64 / 46 55-25
E-Mail: derntl@naturpark-muehlviertel.at • Web: www.naturpark-muehlviertel.at

Donabauer, Peter

Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen • Hauptplatz 4 • 8820 Neumarkt in Steiermark
Tel.: ++43 (0) 35 84 / 20 05 • E-Mail: info@naturpark-grebenzen.at
Web: www.naturpark-grebenzen.at

Egger, Dr. Anton Johann

Amt für Naturparke • Rittnerstraße 4 • 39100 Bozen • Italien
Tel.: ++39 0471 / 41 77 70 • E-Mail: Anton.Egger@provinz.bz.it
Web: www.provinz.bz.it/naturparke

Filzwieser, Mag. Elisabeth

Naturpark Mürzer Oberland • Hauptplatz 9 • 8692 Neuberg an der Mürz
Tel.: ++43 (0) 38 57 / 83 21 • E-Mail: info@muerzeroberland.at
Web: www.muerzeroberland.at

Handler, Franz

Verband der Naturparke Österreichs • Alberstraße 10 • 8010 Graz
Tel.: ++43 (0) 316 / 31 88 48-99 • E-Mail: office@naturparke.at
Web: www.naturparke.at

Heiss, Mag. (FH) Matthias

Verein Naturparke Niederösterreich • Niederösterreichring 2, Haus C
3100 St. Pölten • Tel.: ++43 (0) 27 42 / 90 00-19 879 • E-Mail: info@naturparke-noe.at
Web: www.naturparke-noe.at

Heuberger, Mag. Robert

Naturparkmanagement • Klagenfurter Str. 66 • 9500 Villach
Tel.: ++43 (0) 42 42 / 205 60 17 • E-Mail: robert.heuberger@villach.at
Web: www.weissensee-naturpark.at und www.naturparkdobratsch.info

Hofmann, DI Christian

Amt der Steiermärkischen Landesregierung • Baubezirksleitung Leibnitz
Marburgerstraße 75 • 8435 Wagna • Tel.: ++43 (0) 34 52 / 82 097-641
E-Mail: christian.hofmann@stmk.gv.at • Web: www.steiermark.at

Kayser, DI Christian

Naturpark Our • 12 Parc • 9380 Hosingen • Luxemburg
Tel.: ++352 / 90 81 88 – 633 • E-mail: info@naturpark-our.lu
Web: www.naturpark-our.lu

Kienzl, DI Louise

Verband der Naturparke Österreichs • „NuP Aktiv – Arbeitsplätze in NÖ. Naturparken“
Große Pfarrgasse 25/19 • 1020 Wien • Tel.: ++43 (0)1 / 216 32 72
E-Mail: kienzl@naturparke.at • Web: www.naturparke.at

Klenovec MSc, Mag. Christine

Naturpark Weißbach • Unterweißbach 36 • 5093 Weißbach
Tel.: ++43 (0) 65 82 / 83 52 12 • E-Mail: • info@naturpark-weissbach.at
Web: www.naturpark-weissbach.at

Kohler, Dr. Yann

ALPARC • Task Force Schutzgebiete, Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention
256, rue de la République • 73000 Chambéry • Frankreich
Tel.: ++33 (0) 479 / 26 55 00 • E-mail: yann.kohler@alparc.org • Web: www.alparc.org

Köster, Dipl.-Biol. Ulrich

Verband Deutscher Naturparke (VDN) • Platz der Vereinten Nationen 9 • 53113 Bonn
Deutschland • Tel.: ++49 (0) 22 8 / 92 12 86-0 • E-Mail: info@naturparke.de
Web: www.naturparke.de

Kristl, Mag. Dr. Andreas

Verband der Naturparke Österreichs • Alberstraße 10 • 8010 Graz
Mobil: ++43 (0) 676 / 729 46 26 • E-Mail: gavdos97@inode.at
Web: www.naturparke.at

Liesen, Dipl.-Forstwirt DI (FH) Jörg

Verband Deutscher Naturparke (VDN) • Platz der Vereinten Nationen 9 • 53113 Bonn
Deutschland • Tel.: ++49 (0) 22 8 / 92 12 86-0 • E-Mail: info@naturparke.de
Web: www.naturparke.de

Pörtl, Alois

IG Bauernspezialitäten Naturpark Pöllauer Tal • Bauernladen Pöllau
Hauptplatz 2 • 8225 Pöllau • Tel.: ++43 (0) 33 35 / 45 50
E-Mail: bauernladen@gutes.at • Web: www.bauernladen.gutes.at

Pröbstl-Haider, Univ. Prof. DI Dr. Ulrike

Universität für Bodenkultur Wien • Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und
Naturschutzplanung (ILEN) • Peter Jordanstr. 82 • 1190 Wien
Tel.: ++43 (0)1 / 47 654-72 07 • E-Mail: ulrike.proebstl@boku.ac.at
Web: www.boku.ac.at

Schmiedhofer, Walter

Steirischer Schafzuchtverband • Bach 147 • 8960 Öblarn
Tel.: ++43 (0) 664 / 84 91 319 • E-Mail: walter.schmiedhofer@gmx.at

Schöller, Mag. Beatrice

Naturpark Südsteirisches Weinland • Grottenhof 1 • 8430 Kaindorf an der Sulm
Tel.: ++43 (0) 34 52 / 71 305-14 • E-Mail: schoeller@naturparkweinland.at
Web: www.naturparkweinland.at

Siegrist, Prof. Dr. Dominik

HSR Hochschule für Technik, Rapperswil • Institut für Landschaft und Freiraum
Oberseestraße 10 • Postfach 1475 • 8640 Rapperswil • Schweiz
Tel.: ++41 (0) 55 222 / 47 91 • E-Mail: dominik.siegrist@hsr.ch
Web: www.ilf.hsr.ch

Silber, DI Rainer

Naturpark Obst-Hügel-Land • Kirchenplatz 1 • 4076 St. Marienkirchen an der Polsenz
Tel.: ++43 (0) 72 49 / 47 112-25 • E-Mail: info@obsthuegelland.at
Web: www.obsthuegelland.at

Stejskal, Mag. Bernhard

Verein „Naturparke Steiermark“ • Stadlob 129 • 8812 Mariahof
Tel.: ++43 (0) 664 / 83 21 337 • E-Mail: naturparke@steiermark.com
Web: www.naturparke-steiermark.at und www.steiermark.com/naturparke

Strieder, Nicole

Großwalz 9 • 8463 Schloßberg
Tel.: ++43 (0) 676 / 75 77 179 • E-Mail: moonsheep@gmx.at

Tajmel, Dr. Joachim

Naturschutzbund Burgenland • Bergen 6 • 8380 Jennersdorf
Tel.: ++43 (0) 664 / 38 58 345 • E-Mail: dr.tajmel@aon.at

Teveli, Stefan

Naturpark Mürzer Oberland • Hauptplatz 9 • 8692 Neuberg an der Mürz
Tel.: ++43 (0) 38 57 / 83 21 • E-Mail: info@muerzeroberland.at
Web: www.muerzeroberland.at

Wanninger, Klaus

Büro Lacon – Technisches Büro für Landschaftsplanung – Consulting
Lederergasse 22/8 • 1080 Wien • Tel.: ++43 (0) 1 / 40 87 058-19
E-Mail: kwannin@lacon.at • Web: www.lacon.at

Weissen, Andreas

Netzwerk Schweizer Pärke • Postfach 7836 • 3001 Bern • Schweiz
Tel.: ++41 (0) 31 381 / 10 71 • E-Mail: info@netzwerk-paerke.ch
Web: www.netzwerk-paerke.ch

Würflinger, Mag. Ronald

Naturpark Jauerling-Wachau • Schlossgasse 3 • 3620 Spitz
Tel.: ++43 (0) 27 13 / 300 60-35 • E-Mail: info@naturpark-jauerling.at
Web: www.naturpark-jauerling.at