



## Übersicht

- 1) Aktuelle Trends im Tourismus
- 2) Qualitätsstandards Nachhaltigkeit & Natur
- 3) Was heisst Naturparktourismus?
- 4) Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke
  - Wertschöpfung & Markt
  - Angebotsentwicklung & Zielgruppen
  - Kooperation Naturparke & Tourismus
  - Alleinstellung & Positionierung
  - Fazit & Empfehlungen
- 5) Ausblick

*Fotos: Verband der Naturparke Österreichs*

HSR HOCHSCHULE FÜR TECHNİK RAPPERSWIL FH OÖ Fachhochschule Oberösterreich

ilf INSTITUT FÜR LANDSCHAFT UND FREIRAUM

2

## Trends im Tourismus

### Neo-Nature – Die neue Sehnsucht nach Natur

«Natur ist als Sehnsuchtsmetapher wieder hoch im Kurs, aber vor allem als Raum für einen aktiven Lebensstil.» (Quelle: Zukunftsinstitut; Kirig, Schick 2008).

*Wichtigste Branchen:*

Medien & Kultur, Outdoorsport, Fashion, Tourismus, Gastronomie, Garden & Living

### Slow Tourism – Reisen zwischen Langsamkeit und Sinnlichkeit

«Zusammengenommen stellen die unterschiedlichen Aktivitäten der «Slow»-Reisenden auf der Suche der selbstbestimmten Einfachheit des Lebens in vielen postindustriellen Gesellschaften bereits einen bedeutenden Teil des Gesamtmarktes dar.» (Antz/Eisenstein/Eilzer 2011).

## Trends im Tourismus

### Neo-Nature

*Die 6 wichtigsten Trend-Einflüsse von Neo-Nature:*

- Natur als **Entschleunigungsraum**, Kontrast und Reaktionswelt
- Natur als **Neo-Romantik** und neue Spiritualität
- Natur, Design, Technik: Neo-Nature als Ingenieur der **Märkte von morgen**
- Natur als **Abenteuer**, Herausforderung und taktiler Erfahrungsraum
- **Neubewertung von Natur** durch die PISA-Bildungskultur
- Natur als **Outdoor-Cocooning**

*Wichtigste Branchen:*

Medien & Kultur, Outdoorsport, Fashion, Tourismus, Gastronomie, Garden & Living

*Quelle: Zukunftsinstitut; Kirig, Schick 2008*



## Qualitätsstandards Nachhaltigkeit & Natur

### Nachhaltigkeit im Tourismus, Aktionsfelder...

- Klima, Energie, Raumentwicklung, Mobilität, Natur und Landschaft, Natürliche Ressourcen
- Regionale Wertschöpfung, Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit, Diversifizierung, Aus- und Weiterbildung
- Grundversorgung und Gesundheit, Soziale Kohäsion, Kultur, Wohn- und Arbeitsbedingungen

Quelle: ARE 2012

## Qualitätsstandards Nachhaltigkeit & Natur

### zum Beispiel: Aktionsmöglichkeiten Klima

- Energieverbrauch reduzieren
- Verkehrsmanagement optimieren
- Verursacherprinzip anwenden
- Mit finanziellen Anreizen lenken
- Reisende reduzieren bzw. kompensieren CO<sub>2</sub> – Ausstoss
- Bevölkerung und Gäste für den Klimawandel sensibilisieren
- Innovative und diversifizierte touristische Angebote fördern
- Umweltverträgliche Strategien im Schneesport umsetzen
- Risikoprävention Naturgefahren verstärken

Quelle: ARE 2012



Naturpark Almenland (A)  
© Naturpark Almenland

## Qualitätsstandards Nachhaltigkeit & Natur

### Handlungsfelder naturnaher Tourismus im Alpenraum...

- Aktivitäten
- Information, Umweltbildung, Sensibilisierung
- Schutz und Pflege sensibler Gebiete
- Beherbergung und Verpflegung
- Mobilität
- Regionale Wertschöpfung
- Verankerung in der Destination
- Handlungsfeld Positionierung und Vermarktung
- Aus- und Weiterbildung

Quelle: Siegrist, Gessner 2012

## Was heisst Naturparktourismus?

### Beispiele:

- Parc Ela (Schweiz)
- Naturpark Lüneburger Heide (Deutschland)
- Naturpark Weissensee (Österreich)
- Naturpark Raab-Örseg-Goricko (Österreich)





Naturpark Weissensee (A)  
© Dominik Siegrist



Naturpark Raab-Örseg-Goricko (A)  
© Franz Kovac / VNO

## Touristische Potenziale der Naturparke

Studie: Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke im Auftrag des VNÖ (2009):

zu klärende Punkte:

- Grundlagen zur Vorbereitung eines touristischen Gesamtauftritts
- Definition der Aufgabenbereiche der verschiedenen Ebenen
- Identifizieren von marktrelevanten Produkten
- Identifikation aktueller und zukünftiger Zielgruppen
- Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Österreichischen Naturparke

## Wertschöpfung und Markt

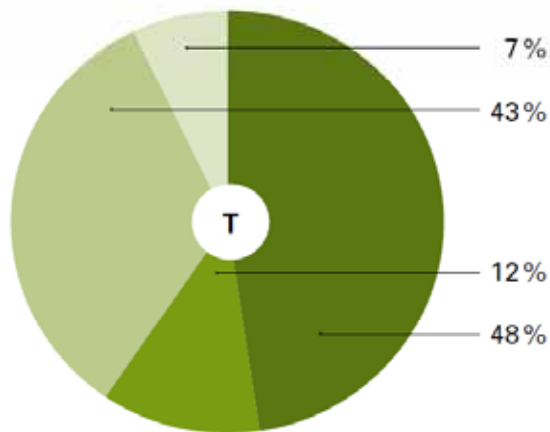
Bundesland	Aufenthalts- tourismus	Tages- tourismus	Wertschöpfung gesamt
<b>Naturparke Burgenland</b>	4.068.612	5.849.486	9.918.099
<b>Naturparke Kärnten</b>	10.067.285	1.500.930	11.568.215
<b>Naturparke Niederösterr.</b>	2.147.068	28.246.117	30.393.184
<b>Naturparke Oberösterr.</b>	529.409	1.022.694	1.552.103
<b>Naturparke Salzburg</b>	2.742.255	12.601.774	15.344.030
<b>Naturparke Steiermark</b>	10.919.320	19.385.304	30.304.624
<b>Naturparke Tirol</b>	32.931.146	12.423.787	45.354.932
<b>Naturparke Österreichs</b>	<b>63.405.095</b>	<b>81.030.092</b>	<b>144.435.187</b>

(in Euro)

Quelle: VNÖ; Ketterer, Siegrist 2009



## Wertschöpfung und Markt

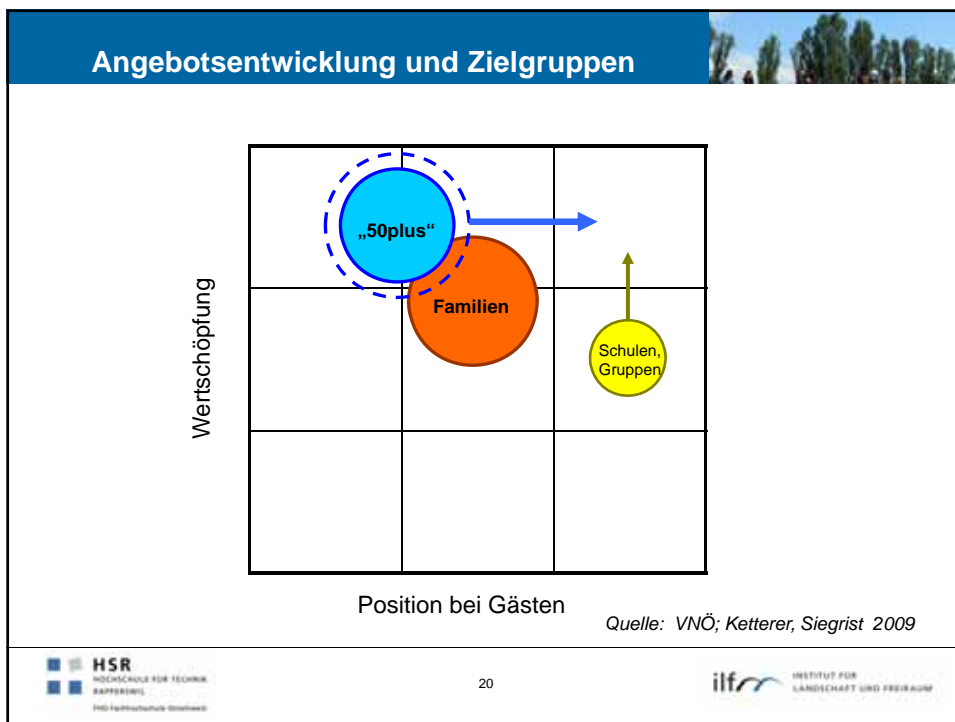
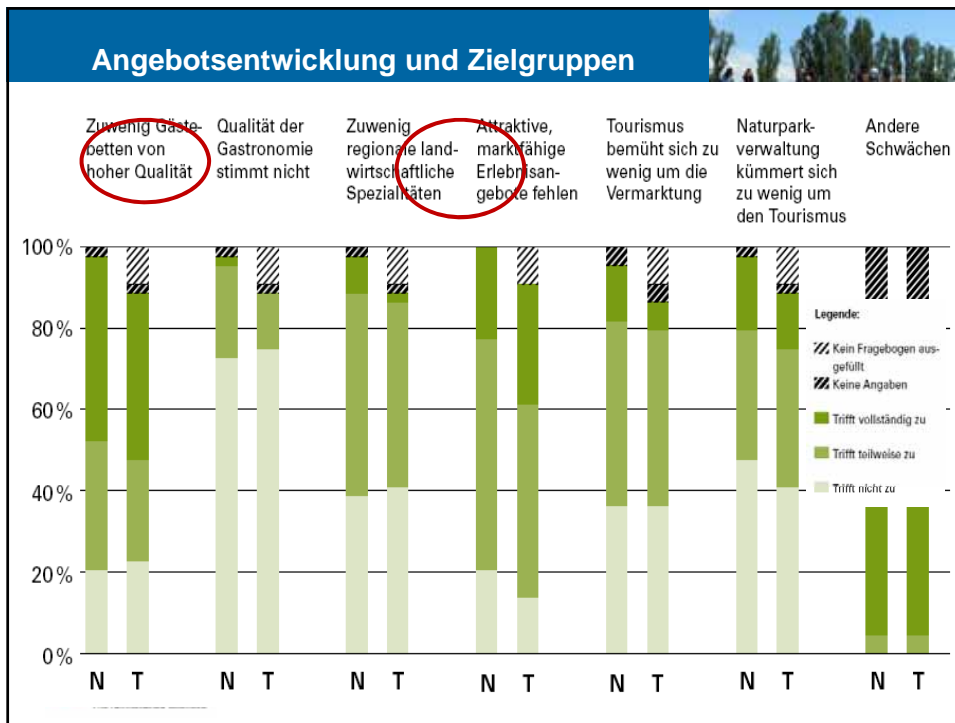


### Legende:

- Es besteht kaum ein touristischer Markt für unseren Naturpark.
- Es besteht ein begrenzter Nischenmarkt für unseren Naturpark, den wir noch besser nützen könnten.
- Es besteht ein begrenzter Nischenmarkt für unseren Naturpark, der bereits ausreichend genutzt wird.
- Es besteht ein grosser touristischer Markt für unseren Naturpark, den wir bisher noch nicht genügend ausnützen.



Naturpark Kaunergrat (A)  
© Naturpark Kaunergrat



## Angebotsentwicklung und Zielgruppen

**Naherholung**



**Tagestourismus**



**Kurzaufenthalte (bis 3 Nächte)**



**Aufenthaltstourismus (über 3 Nächte)**



Wichtige Themen:

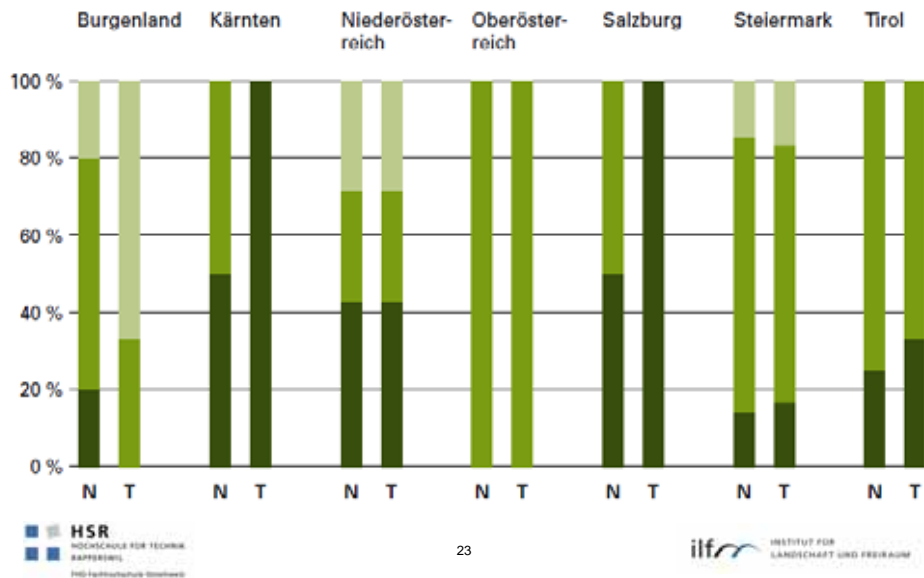
- *Kulinarik, Gastronomie*
- *Naturerlebnisse, Natursport (inkl. Wandern, Biken)*
- *Massgeschneiderte Produkte („Convenience“)*

Quelle: VNÖ; Ketterer, Siegrist 2009



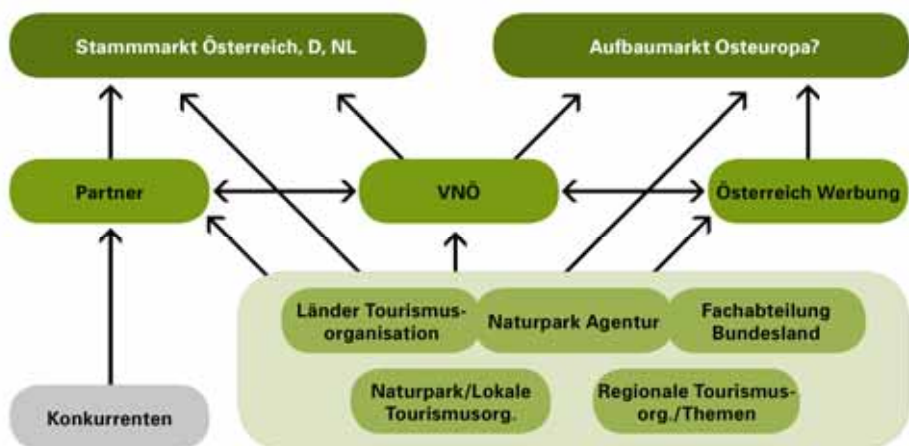
## Kooperation Naturparke & Tourismus

Wie gut funktioniert die Zusammenarbeit zwischen Naturpark- und Tourismusorganisation?



23

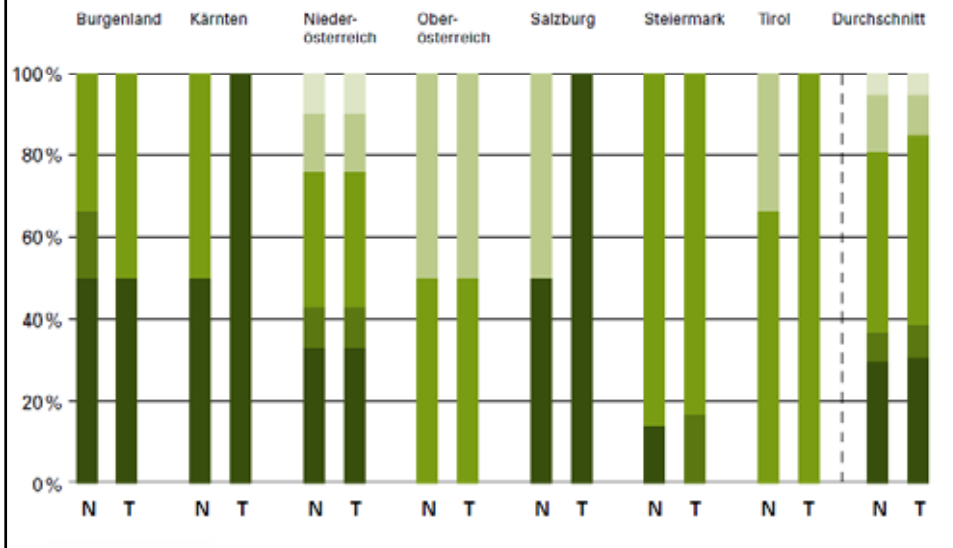
## Kooperation Naturparke & Tourismus



Quelle: VNÖ; Ketterer, Siegrist 2009

## Alleinstellung & Positionierung

Wie stark ist die touristische Positionierung der Österreichischen Naturparke?



## Alleinstellung und Positionierung

### Zentrale Werte der Österreichischen Naturparke

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

### Gesamtpositionierung

«Die Österreichischen Naturparke – erleben und begreifen, schützen und nützen.»

Quelle: VNÖ; Ketterer, Siegrist 2009

## Ausblick

- Es gibt viele Bewerber im Zukunftsmarkt Natur
- Naturparke besitzen gute Voraussetzungen
- Qualität von Angebot und Vermarktung sind entscheidend

***Naturparke & naturnaher Tourismus = gelebte Nachhaltigkeit !***



## Quellen

- Ketterer, L. / Siegrist, D. (2009). Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke. Studie im Auftrag des Verbandes der Österreichischen Naturparke. Schriftenreihe des Instituts für Landschaft und Freiraum 5, HSR Hochschule für Technik Rapperswil, Rapperswil.  
Download: [www.naturparke.at](http://www.naturparke.at)
- ARE (2012). Tourismus und Nachhaltige Entwicklung. Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten. Hrsg. vom Bundesamt für Raumentwicklung. Bern.  
Download: [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch)