
SCHUTZGEBIETSTOURISMUS IN ÖSTERREICH

Ausgangssituation, Tendenzen, Effekte

Verfasst vom Institut für touristische Raumplanung (ITR)
Im Auftrag des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

SCHUTZGEBIETSTOURISMUS IN ÖSTERREICH

Ausgangssituation, Tendenzen, Effekte

Bearbeitung: Dr. Volker Fleischhacker

Institut für touristische Raumplanung Gesellschaft m.b.H. Geschäftsführender
Gesellschafter: Dr. Volker Fleischhacker. Büro und Firmensitz: A-3430 Tulln an der Donau,
Feldgasse 32, Tel.: +43 / 2272 / 62986 Fax: +43 / 2272 / 65696
Email: itr_institut@utanet.at Firmenbuchnummer (FN) 103402m (Landesgericht St. Pölten). UID
Nummer: ATU 16138007 Bankverbindung: Dornbirner Sparkasse, Niederlassung Wien, Konto Nr.
3000-009526

Tulln an der Donau, 2004 A 222

INHALTSVERZEICHNIS

1.	AUFGABENSTELLUNG	7
2.	NATUR- UND LANDSCHAFTSSCHUTZ IN DER REGIONALENTWICKLUNG	7
3.	ABGRENZUNG DER IN DIE UNTERSUCHUNG EINBEZOGENEN SCHUTZGEBIETE	9
3.1	Vorbemerkungen	9
3.2	Auswahl der Schutzgebiete	9
3.3	Abgrenzung der Schutzgebiete	11
4.	TOURISMUSRELEVANTE AUSGANGSSITUATION IN DEN SCHUTZGEBIETEN	16
4.1	Kenngroßen bzw. Indikatoren	16
4.2	Demographische Entwicklung	17
4.3	Gästebettenangebot und Qualitätsstruktur	19
4.31	Gästebettenangebot	19
4.32	Qualitätsstruktur	21
4.4	Schutzgebietspezifische Angebote	22
4.41	Beispiel Nationalparks	23
4.42	Andere Schutzgebiete	26
4.5	Analyse und bisherige Entwicklung der Tourismusnachfrage	27
4.51	Umfang und Verteilung der Nächtigungen	27
4.52	Entwicklung der Nächtigungen	28
4.53	Saisonalität	29
4.54	Struktur der Sommernächtigungen	30
4.6	Gästebettenauslastung in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotellerie)	34
4.7	Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	36
4.71	Bevölkerungsbezogene Nächtigungsintensität	36
4.72	Einnahmen durch den Nächtigungstourismus	36
4.721	Zur Berechnung	36
4.722	Einnahmen durch den Sommer-Nächtigungstourismus 2003	37
5.	TENDENZEN IM TOURISMUS MIT BESONDERER RELEVANZ FÜR SCHUTZGEBIETE	39
6.	WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE VON SCHUTZGEBIETEN UND DES SCHUTZGEBIETSTOURISMUS	53
6.1	Vorbemerkungen	53

6.2	Beschäftigungseffekte von LIFE-Projekten in Europa	54
6.3	Volkswirtschaftliche Effekte von Schutzgebieten	55
6.31	Nationalparks	55
6.32	Ramsar-Gebiete	57
6.33	Naturparke	58
6.34	Zusammenfassung	59
6.4	Wirtschaftliche Effekte des Schutzgebietstourismus	60
6.41	Schutzgebiete als Besuchsziel der Erholungssuchenden	60
6.42	Die schutzgebietstouristische Nachfrage	64
6.421	Nationalparkbesucher	64
6.422	Naturparkbesucher	70
6.423	Besucher in den übrigen Schutzgebieten	71
6.424	Die schutzgebietstouristische Gesamtnachfrage	73
6.43	Schutzgebietstouristische Umsätze und Wertschöpfung	73
6.431	Übernachtungstourismus	73
6.432	Schutzgebietsbesucher - Tagestouristen	75
6.44	Zusammenfassung	76
7.	ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN SCHUTZGEBIETSVERWALTUNGEN UND TOURISMUS	78
7.1	Touristische Organisationen	78
7.2	Formen der Zusammenarbeit	80
7.21	Vorbemerkungen	80
7.22	Formen der Zusammenarbeit	82
7.3	Dienstleistungsqualität	86
7.31	Vorbemerkungen	86
7.32	Dienstleistungsqualität am Beispiel der Nationalparkregionen	87
7.4	Zur Frage einer Reisebürokonzession für Nationalparks	89
7.41	Vorbemerkungen	89
7.42	Voraussetzungen	90
7.43	Bedarf	90
8.	ZUSAMMENFASSUNG UND FOLGERUNGEN	92
8.1	Hauptergebnisse	92
8.2	Folgerungen bzw. Empfehlungen	97
9.	ANHANG	101
10.	LITERATURVERZEICHNIS	103

1. AUFGABENSTELLUNG

In Österreich gibt es bislang keine umfassende Untersuchung über den Tourismus im Bereich bzw. in der Einflusszone der zahlreichen großflächigen Schutzgebiete. Viele Schutzgebiete liegen in oder an hochentwickelten Tourismusregionen oder besitzen die Funktion als großstadtnahes Erholungsgebiet. Die touristische Nutzung in den Schutzgebietsgemeinden ist daher zum Teil bereits beachtlich, Schutzgebiete geben somit auch wichtige Impulse für die regionale Wirtschaft. Die Tourismuswirtschaft ist in vielen Gebieten zu einem wichtigen Bestandteil des regionalen Wirtschaftsgefüge geworden. Schutzgebiete bieten außerdem überdurchschnittliche Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten, weil dort spezifische Trends und Hoffnungsfelder für eine gesteigerte Tourismusnutzung sprechen.

Im Rahmen einer fundierten Untersuchung soll daher erstmals ein vergleichender Überblick über die tourismusrelevante Ausgangssituation in den großflächigen Schutzgebieten, die Besucherzahlen, erste Angaben zur touristischen Wertschöpfung und über die Zusammenarbeit zwischen Schutzgebietsverwaltungen und Tourismus sowie den bisherigen diesbezüglichen Erfahrungen erarbeitet werden.

2. NATUR- UND LANDSCHAFTSSCHUTZ IN DER REGIONALENTWICKLUNG

Man kann davon ausgehen¹, dass Schutzgebiete, die einen anerkannten Status erfüllen, die Attraktivität der Region für Besucher und Urlauber erhöhen. Großflächige Schutzgebiete erfordern eine bestimmte Infrastrukturausstattung, ein Informationszentrum und ein Parkmanagement. Das schafft bereits Einkommen und Beschäftigung, die sich über die regionalen Multiplikatoren zur zusätzlichen Wertschöpfung aufrechnen lassen. Auch von den Besucherfrequenzen gehen direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfungseffekte aus. Aufgrund bisheriger Untersuchungen kann man festhalten, dass die regionalwirtschaftlichen Effekte wesentlich eine Funktion der Erreichbarkeit, der infrastrukturalen

¹ Messerli, P. (2002): Natur- und Landschaftsschutz in der Regionalentwicklung, Bern.

rellen Ausstattung und des Regionscharakters sind. So dürfte ein Schutzgebiet in einer Region mit stärkerer Bevölkerungsabnahme kaum stabilisierende Wirkung haben, weil die nötige touristische Infrastruktur fehlt. Für touristische Intensivregionen kann ein Schutzgebiet eine zusätzliche Attraktion schaffen, und vor allem die Besucher- und Übernachtungsfrequenzen in der Zwischensaison erhöhen. In ländlichen Regionen mit einer angepassten touristischen Infrastruktur können Schutzgebiete das Angebot wesentlich verbreitern und Ausgangspunkt für regionale Projekte werden. Schutzgebiete sind daher nicht nur ein Instrument des Naturschutzes und der Erholungsvorsorge, sondern auch ein wichtiges Instrument der Wirtschaftsförderung bzw. Regionalentwicklung.

Es lässt sich aus dem heutigen Kenntnisstand die vereinfachte Regel ableiten, dass die regionalwirtschaftlichen Effekte von Schutzgebieten umso größer sind, je ausgebauter und diversifizierter die touristische Infrastruktur der Umgebung des Schutzgebiets ist.²

2 Küpfer, I. (2000): Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Zürich

3. ABGRENZUNG DER IN DIE UNTERSUCHUNG EINBEZOGENEN SCHUTZGEBIETE

3.1 Vorbemerkungen

Österreich verfügt über sehr viele Schutzgebiete. Rund 1.300 naturschutzrechtlich geschützte Gebiete in unterschiedlichster Flächenausdehnung gibt es, die rund 25 % des Bundesgebietes einnehmen, wobei mehr als zehn verschiedene Schutzgebietskategorien vorkommen. Im internationalen Vergleich verfügt Österreich somit über zahlreiche, auch großflächige Schutzgebiete. Vor allem seit die IUCN (International Union of Conservation of Nature) in den 80-er Jahren eine Schutzgebietsnomenklatur entwickelt hat, die sich nach dem Schutzgrad und dem Schutzzweck abstuft, ist das Spektrum breiter geworden. Es reicht von regionalen Naturparks über Biosphärenreservate(-parks) bis zu Nationalparks, Ramsar-Gebieten und Naturwaldreservaten.

3.2 Auswahl der Schutzgebiete

Die Untersuchung konnte nur für ausgewählte Schutzgebiete- bzw. -kategorien durchgeführt werden. In Abstimmung mit dem Auftraggeber wurden folgende vier Schutzgebietskategorien ausgewählt

- Nationalpark
- Ramsar-Gebiet
- Biosphärenpark
- Naturpark

Nationalparks

In der Studie werden die sieben bestehenden Nationalparks einbezogen:

1. Hohe Tauern (Kärnten, Salzburg, Tirol)
2. Kalkalpen (Oberösterreich)
3. Gesäuse (Steiermark)
4. Neusiedler See – Seewinkel (Burgenland)
5. Donau-Auen (Niederösterreich)
6. Thayatal (Niederösterreich)
7. Nockberge (Kärnten)

Die internationale Anerkennung nach den Kriterien der Weltnaturschutzunion IUCN für die Kategorie II „Nationalpark“ wurde bereits den NP's Neusiedler See-Seewinkel, Donau-Auen, Kalkalpen, Thayatal und dem Kärntner Anteil des NP's Hohe Tauern zuteil. Nicht berücksichtigt in der Untersuchung wurde der in Gründungsdiskussion stehende Nationalpark im Tiroler Lechtal.

Ramsar-Gebiete

Wesentliches Anliegen dieser Gebietskategorie ist der Schutz bzw. die Förderung der Erhaltung von Feuchtgebieten als Lebensräume für Wasservögel. Bisher wurden 16 österreichische Gebiete mit einer Gesamtfläche von 137.077 ha in die „Liste international bedeutender Feuchtgebiete“ aufgenommen, wobei diese Schutzgebiete in allen Bundesländern vorkommen.

Folgende vier großflächige Ramsar-Gebiete werden berücksichtigt:

1. Stauseen am Unteren Inn (870 ha)
2. Rheindelta-Bodensee (1.960 ha)
3. Waldviertler Teiche, Moore und Flusslandschaften (13.000 ha)
4. Lafnitztal (2.000 ha)

Biosphärenpark

Biosphärenparks wurden von der UNESCO Mitte der 70er Jahre eingeführt, um weltweit großflächige, repräsentative Ausschnitte von Natur- und Kulturlandschaften zu erhalten. In Österreich bestehen derzeit fünf Biosphärenparks mit einer Gesamtfläche von 46.800 ha. Diese Gebiete sind zum Teil durch andere Schutzgebietskategorien (z.B. Nationalparks) rechtlich abgesichert.

Für die Studie wird der Biosphärenpark

1. Großes Walsertal (19.200 ha)

in Vorarlberg berücksichtigt.

Naturpark

„Naturpark“ ist keine eigene Schutzkategorie, sondern ein Prädikat, das an Naturschutz- oder Landschaftsschutzgebieten vergeben wird. Naturparks eignen sich aufgrund ihrer landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung. Derzeit gibt es 39 Naturparks in sieben Bundesländern, die alle in die Untersuchung einbezogen sind.

3.3 Abgrenzung der Schutzgebiete

In der Studie wird die Gesamtheit der jeweiligen Schutzgebietsgemeinden unter den jeweiligen Schutzgebietsnamen (z.B. Nationalparkregion, Ramsar-Gebiet) zusammengefasst. Räumliche Bezugseinheit sind die jeweiligen Gemeinden der Schutzgebiete, d.h. diejenigen Gemeinden, die unmittelbar Flächenanteile in den ausgewählten Schutzgebieten besitzen → **Schutzgebietsgemeinden**.

Die ausgewählten Schutzgebiete umfassen insgesamt 252 Gemeinden, d. s. mehr als zehn Prozent aller Gemeinden Österreichs (ohne Doppelzählungen; in einigen Gemeinden sind verschiedene Schutzgebietskategorien vorhanden).

Im Folgenden sind die Gemeinden der einzelnen Schutzgebiete angeführt:

Nationalparkgemeinden

1. Hohe Tauern

Salzburger Teil

Krimml
Wald i. Pinzgau
Neukirchen a. Großvenediger
Bramberg a. Wildkogel
Hollersbach i. Pinzgau
Mittersill
Uttendorf
Kaprun
Fusch a.d. Glocknerstraße
Rauris
Bad Gastein
Hüttschlag
Muhr

Kärntner Teil

Heiligenblut
Großkirchheim
Mörtschach
Winklern

Mallnitz

Malta

Tiroler Teil

3. Gesäuse

Admont
Weng bei Admont
St. Gallen
Landl
Johnsbach
Hieflau

4. Neusiedler See - Seewinkel

Neusiedl am See
Weiden am See
Podersdorf
Illmitz
Apetlon
Andau
Tadten

5. Donau-Auen

Wolfsthal-Berg
Hainburg

Prägraten
Virgen
Matrei in Ostirol
Kals am Großglockner
St. Jakob in Deferegggen
St. Veit in Deferegggen
Hopfgarten in Deferegggen
Nußdorf-Debant
Dölsach
Iselsberg-Stronach

2. Kalkalpen

Molln
Reichraming
Großraming
Weyer-Land
Rosenau/Hengstpaß
Windischgarsten
Roßleithen
St. Pankraz

~~Läusee~~ *Läusee*

Grünburg

Steinbühl ~~Heibach~~ an der Steyr

Gafienz

Losenstein

St. Ulrich bei Steyr

Ternberg

Weyer Markt

Maria Neustift

Ramsar-Gebietsgemeinden

1. Stauseen am Unteren Inn

Braunau am Inn
Mining
Sant Peter am Hart
Antiesenhofen
Kirchdorf am Inn
Mühlheim am Inn
Oberberg am Inn
Reichersberg

2. Rheindelta-Bodensee

Fußbach
Gaisau
Höchst

3. Waldviertler Teich, Moor- und Flusslandschaft

Gmünd
Heidenreichstein
Bad Großpertholz
Schrems
Amaliendorf-Aalfang

Bad Deutsch-Attenburg
Petronell-Carnuntum
Scharndorf
Haslau-Maria Ellend
Fischamend
Schwechat
Groß-Enzersdorf
Mannsdorf a. d. D.
Orth a. d. D.
Eckartsau
Engelhartstetten

6. Thayatal

Hardegg

7. Nockberge

Bad Kleinkirchheim
Radenthein
Krems in Kärnten
Reichenau

Hirschbach
Hoheneich
Kirchberg am Walde
Litschau
Reingers
Sankt Martin
Seyfrieds
Unserfrau-Aitweitra
Waidenstein
Weitra
Wolfsegg

4. Lafnitztal

Burgenländischer Teil

Deutsch Kaltenbrunn
Rudersdorf
Lopfersdorf-Kitzladen
Markt Allhau
Wolfau
Neustift an der Lafnitz

Steirischer Teil

Burgau
Lafnitz

Brand-Nagelberg
 Eggen
 Eisgarn
 Großdietmanns
 Haugschlag

Mönichwald
 Neudau
 Rohr bei Hartberg
 Sankt Johann in der Haide

Biosphärenpark Großes Walsertal

Blons
 Fontanella
 Raggal
 St. Gerold
 Sonntag
 Thüringerberg

Naturparkgemeinden

NIEDERÖSTERREICH

1. Blockheide Gmünd
 Gmünd

2. Dobersberg

3. Geras

4. Heidenreichsteiner Moos
 Heidenreichstein

8. Jauerling-Wachau
 Aggsbach
 Maria Laach am Jauerling
 MÖhldorf
 Spitz
 Pöggstall
 Weiten

9. Leiser Berge
 Ernstbrunn
 Aspam an der Zaya
 Falkenstein
 Gnadendorf
 Niederleis

10. Mannersdorf-Wüste
 Mannersdorf am Leithagebirge

11. Seebenstein

12. Türkensturz
 Scheiblingkirchen-Thernberg

13. Falkenstein

5. Nordwald
 Bad Großpertholz

6. Schremser Hochmoos
 Schrems

7. Kamptal-Schönberg
 Schönberg am Kamp

16. Föhrenberge
 Brunn am Gebirge
 Gaaden
 Gießhübl
 Gumpoldskirchen
 Kaltenleutgeben
 Maria Enzersdorf
 Mödling
 Perchtoldsdorf
 Wienerwald

17. Sparbach
 Hinterbrühl

18. Eichenhain
 Sankt Andrä-Wördern
 Klosterneuburg

19. Purkersdorf-Sandstein
 Purkersdorf

20. Buchenberg
 Waidhofen an der Ybbs

21. Eisenwurzten NÖ

Schwarzau im Gebirge

14. Hohe Wand**15. Sierningtal-Flatzer Wand**

Ternitz

STEIERMARK**23. Grebenzen**

Dürnstein in der Steiermark

Mariahof

Neumarkt in Steiermark

Perchau am Sattel

Sankt Blasen

Sankt Lambrecht

Sankt Marein bei Neumarkt

Zeutschach

24. Pöllauer Tal

Pöllau

Pöllauberg

Rabenwald

Saifen-Boden

Schöneegg bei Pöllau

Sonnhofen

25. Sölk-täler

Großsölk

Kleinsölk

Sankt Nikolai im Sölk-tal

28. Mürzer Oberland

Altenberg an der Rax

Kapellen

Mürzsteg

Neuberg an der Mürz

Hollenstein an der Ybbs

22. Ötztcher-Tormäuer

Gaming

Puchenstuben

Sankt Anton an der Jeßnitz

26. Steirische Eisenwurzten

Landl

Sankt Gallen

Altenmarkt bei Sankt Gallen

Gams bei Hieflau

Palfau

Weißenbach an der Enns

Wildalpen

27. Südsteirisches Weinland

Anfels

Berghausen

Ehrenhausen

Eichberg-Trautenburg

Gamitz

Glanz an der Weinstraße

Gleinstätten

Großklein

Heimschuh

Kaindorf an der Sulm

Kitzeck im Sausal

Leibnitz

Leutschach

Oberhaag

Obervogau

Pistof

Ratsch an der Weinstraße

Retznei

Sankt Andrä-Höch

Sankt Johann im Saggaual

Sankt Nikolai im Sausaal

Schloßberg

Seggauberg

Spielfeld

Straß in Steiermark

Sulztal an der Weinstraße

Vogau

Wagna

BURGENLAND**29. Geschriebenstein-Irottkö**

Lockenhaus

Markt Neuhodis

Rechnitz

Unterkohlstätten

30. Landseer Berge

Draßmarkt

31. Raab-Örség-Goricko

Jennersdorf

Minihof-Liebau

Mogersdorf

Neuhaus am Klausenbach

Sankt Martin an der Raab

Weichselbaum

Mühlgraben

Kaisersdorf
 Kobersdorf
 Markt Sankt Martin
 Unterrabnitz-Schwendgraben
 Weingraben

32. Weinidylle

Eberau
 Güssing
 Heiligenbrunn
 Stinatz
 Deutsch Schützen-Eisenberg

OBERÖSTERREICH**33. Rechberg****34. Laussa****35. Obsthügelland**

Sankt Marienkirchen an der Polsenz
 Scharfen

TIROL**36. Kaunergrat (Pitztal-Kaunertal)**

Arzl im Pitztal
 Jerzens
 Sankt Leonhard im Pitztal
 Wenns
 Faggen
 Fließ
 Kaunerberg
 Kaunertal
 Kauns

37. Zillertaler Alpen

Brandberg
 Finkenberg
 Mayrhofen

SALZBURG**38. Riedingtal im Zederhaus**

Zederhaus

KÄRNTEN**39. Dobratsch**

Villach
 Arnoldstein
 Bad Bleiberg
 Nötsch im Gailtal

4. TOURISMUSRELEVANTE AUSGANGSSITUATION IN DEN SCHUTZGEBIETEN

4.1 Kenngrößen bzw. Indikatoren

Um ein fundiertes Bild der touristischen Ausgangssituation in den ausgewählten Schutzgebieten zu erhalten, ist es zweckmäßig, anhand einer Reihe von touristischen Kenngrößen bzw. Indikatoren die Schutzgebiete zu analysieren bzw. zu beschreiben, um Entwicklungs- und Strukturstärken und –schwächen beurteilen zu können. Als wesentliche Charakteristika des Schutzgebietstourismus werden folgende Angebots-, Nachfrage- und Wirtschaftlichkeitsindikatoren herangezogen:

Bevölkerung

- Entwicklung der Einwohnerzahlen

Angebotsindikatoren

- Gästebettenangebot insgesamt und in gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotellerie)
- Qualitätsstruktur des Beherbergungsangebotes
 - Qualitätsstruktur der Hotellerie (Anteil der Betten in 3-/4-/5-Stern-Betrieben an den Hotelleriebetten insgesamt)
 - Qualitätsbettenanteil (Anteil der Betten in 3-/4-/5-Stern-Betrieben an den Gästebetten insgesamt)

Nachfrageindikatoren

- Tourismusintensität – Nächtigungen pro Einwohner
- Nächtigungen in der Winter- und Sommersaison sowie im Tourismusjahr
- Saisonalität – Nächtigungsanteil der Sommersaison
- Aufenthaltsdauer der Logiergäste in der Sommersaison

Wirtschaftlichkeitsindikatoren

- Jahres-Gästebettenauslastung in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben
- Tourismuseinnahmen/-umsätze durch den Sommernächtigungstourismus

Die Indikatoren wurden in der Regel für die Jahre bzw. Saisonen 1999/00 und 2002/03 nach den Schutzgebieten aufbereitet und die Veränderungen im Beobachtungszeitraum dargestellt. Weiters wurde auch der Österreichwert errechnet, um zu erkennen, wo die Schutzgebiete im Vergleich zum Österreich-Durchschnitt stehen, wo Schwachstellen ersichtlich sind und wo sie sich langsamer oder dynamischer entwickelten.

4.2 Demographische Entwicklung

Mit über 634.400 Einwohnern leben fast 8 % der österreichischen Bevölkerung in Schutzgebietsgemeinden, wobei der größte Teil (393.000 oder 4,8 %) auf die Gemeinden der 39 Naturparks in Österreich entfallen.

Tabelle 1 zeigt die Entwicklung der Anzahl an Einwohnern zwischen 1991 und 2001. Mit einem Bevölkerungszuwachs von 2 % weisen die Schutzgebiete eine gegenüber dem Österreich-Durchschnitt (+3,5 %) deutlich geringere Bevölkerungszunahme auf.

Von den 19 Schutzgebieten weisen fünf Gebiete eine z.T. erhebliche Verringerung der Anzahl an Einwohnern auf. Besonders trifft dies auf Schutzgebiete zu, die von ihrer geographischen Lage als periphere Gebiete zu bezeichnen sind, wie die Nationalparkregionen Gesäuse, Thayatal und Nockberge sowie das Ramsar-Gebiet Waldviertler Teich, Moor und Flusslandschaft und die Naturparks im Burgenland. Diese demographische Entwicklung ist charakteristisch für entwicklungs- und strukturschwache Gebiete.

Acht Schutzgebiete weisen dagegen überdurchschnittliche Bevölkerungszuwächse auf, wobei diese Gebiete in allen vier Schutzgebietskategorien anzutreffen sind. Diese Schutzgebiete mit sehr positiver Bevölkerungsentwicklung weisen entweder einen bereits weit überdurchschnittlichen touristischen Entwicklungsstand auf (Nationalparks Hohe Tauern, Neusiedler See, Biosphärenpark Großes Walsertal, Naturparks in Tirol) oder befinden sich im Nahbereich von Agglomerationen (Nationalpark Donauraum, Ramsar-Gebiet Rheindelta, Naturpark Dobratsch).

Tabelle 1: Entwicklung der Bevölkerung in Schutzgebieten 1991-2001 und Nüchtigungsintensität 2003

Schutzgebiete	Einwohner		±/ %	Nüchtigungen 02/03 pro Einwohner 2001
	1991	2001		
Nationalparks				
Hohe Tauern	56.222	58.796	4,6	93,7
Kalkalpen	34.441	35.137	2,0	7,1
Gesäuse	8.027	7.686	-4,4	19,8
Neusiedler See	15.743	16.514	4,9	43,8
Donau-Auen	35.838	38.219	6,6	8,8
Thayatal	1.652	1.503	-9,0	2,2
Nockberge	13.199	12.723	-3,6	121,1
Nationalpark insg.	165.132	170.578	3,3	49,9
Ramsar-Gebiete				
Stauseen am Unteren Inn	24.855	25.443	2,4	2,0
Rheindelta-Bodensee	10.656	12.109	13,6	1,5
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	39.438	38.238	-3,0	4,9
Lafnitztal	16.291	18.690	2,4	4,4
Ramsar-Gebiete insg.	91.240	92.480	1,4	3,6
Biosphärenpark				
Großes Walsertal	3.256	3.452	6,0	50,2
Naturparks				
Niederösterreich (22)	185.326	189.027	2,0	3,7
Steiermark (6)	75.550	76.145	0,8	8,9
Burgenland (4)	33.817	32.838	-2,9	6,3
Oberösterreich (3)	5.863	6.554	11,8	3,3
Tirol (2)	16.731	17.428	4,2	174,3
Salzburg (1)	1.231	1.256	2,0	15,9
Kärnten (1)	66.840	69.742	4,3	15,4
Naturparks insgesamt	385.358	392.990	2,0	14,6
Schutzgebiete insg.	622.092	634.417	2,0	23,1
Zum Vergleich				
Österreich insgesamt	7.960.918	8.236.043	3,5	14,3

Quelle: Statistik Austria, ITR-Datenbank und Berechnungen

4.3 Gästebettenangebot und Qualitätsstruktur

4.31 Gästebettenangebot

In den ausgewählten Schutzgebieten wurden im Sommer 2003 130.537 Gästebetten bereitgestellt (12,5 % von Österreich), davon 64.379 im gewerblichen Beherbergungsbereich (Hotellerie). Damit wird jedes achte Gästebett Österreichs in Schutzgebieten offeriert. Das Gesamtbettenvolumen der Schutzgebiete hat sich gegenüber 2000 reduziert (-4,5 %). Auch in Österreich insgesamt hat sich das Gästebettenangebot verringert, wobei der Rückgang (-3,9 %) etwas geringer ausfiel als in den Schutzgebieten.

Das Beherbergungsangebot in den Schutzgebieten zeigt nicht nur mitunter stark voneinander abweichende Unterkunfts- und Qualitätsstrukturen, sondern auch gegenüber der gesamtösterreichischen Angebotsstruktur sind Differenzierungen festzustellen, die in Summe aber geringer sind als in den einzelnen Schutzgebietskategorien.

Mit fast 64.400 Betten werden zwar 49 % des Gästebettenangebotes in der Hotellerie bereitgestellt, der Anteil liegt aber spürbar unter dem suboptimalen Österreich-Durchschnitt von 54 %.

- Nur in den Ramsar-Gebieten insgesamt (66 %) wird ein hoher Anteil angeboten. In den Naturparks (53 %) wird der Österreichwert fast erreicht.
- Unterdurchschnittliche Bettenanteile in der Hotellerie weisen die Nationalparks auf (47 %). Im Biosphärenpark Großes Walsertal werden derzeit lediglich 30 % des Gesamtangebotes im gewerblichen Bereich offeriert.

In den letzten drei Jahren hat sich das Bettenvolumen in allen Schutzgebietskategorien verringert.

- Ein weit überdurchschnittlicher Angebotsrückgang ist im Biosphärenpark Großes Walsertal zu beobachten, wo sich seit 2000 die Bettenzahl um über 960 oder 32 % reduzierte, wobei in der Hotellerie „nur“ ein 7 %-iger Rückgang erfolgte. Auch in den Ramsar-Gebieten insgesamt war die Gästebettenabnahme überdurchschnittlich (-9 %).
- Eine leichte Gästebettenausweitung erfolgte dagegen im jüngsten Nationalpark Gesäuse (1 %), die primär in der Hotellerie erfolgte. Eine beachtliche Kapazitätsausweitung ist in den sechs Naturparks der Steiermark festzu-

stellen (18 %). In den Nationalparks Donau-Auen, Thayatal und im Ramsar-Gebiet Rheindelta-Bodensee hat sich das Bettenangebot in den vergangenen Jahren nicht bzw. kaum verändert.

Tabelle 2: Veränderung des Gästebettenangebotes und der Qualitätsstruktur in Schutzgebieten 2000-2003

Schutzgebiete	Gästebetten Sommer		Qualitätsstruktur		Gästebetten Sommer		Qualitätsstruktur		Verändg 00-03 3-/4-/5-St. Betten % gew. Betr. %-Punkte
	insgesamt	davon	Betten in 3-/4-/5- Stern Betrieben		insgesamt	davon	Betten in 3-/4-/5- Stern Betrieben		
	2000	in gew. Betr.	in % gewerbl.	in % gesamt	2003	in gew. Betr.	in % gewerbl.	in % gesamt	
Nationalparks									
Hohe Tauern	50.919	23.995	69,0	32,5	49.780	22.705	68,9	31,4	-0,1
Kalkalpen	3.801	1.730	53,1	24,2	3.256	1.522	52,4	24,5	-0,7
Gesäuse	2.005	724	75,1	27,1	2.032	786	83,2	32,2	8,1
Neusiedler See	6.920	3.135	51,0	23,1	6.685	3.125	51,8	24,2	0,8
Donau-Auen	2.518	2.065	86,9	71,3	2.516	2.168	86,9	74,8	0,0
Thayatal	145	11	100,0	7,6	164	17	100,0	10,4	0,0
Nockberge	12.206	5.684	83,4	38,8	11.369	5.094	83,8	37,5	0,4
Nationalpark insg.	78.514	37.344	70,0	33,3	75.802	35.417	70,2	32,8	0,2
Ramsar-Gebiete									
Stauseen am Unteren Inn	631	373	50,1	29,6	536	310	77,4	44,8	27,3
Rheindelta-Bodensee	175	151	78,1	67,4	195	150	78,7	76,9	0,6
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	2.386	1.305	73,0	39,9	2.358	1.393	76,5	59,1	3,5
Lafnitztal	1.154	920	83,9	66,9	854	747	90,5	79,2	6,6
Ramsar-Gebiete insgesamt	4.346	2.749	73,8	46,7	3.943	2.600	80,8	63,3	7,0
Biosphärenpark Großes Walsertal	3.061	685	54,9	12,3	2.097	634	54,7	16,5	-0,2
Naturparks									
Niederösterreich (22)	8.394	5.206	73,2	45,4	8.066	4.959	70,3	43,2	-2,9
Steiermark (6)	7.827	2.812	69,6	25,0	9.231	3.452	77,1	28,8	7,5
Burgenland (4)	2.263	1.404	74,6	46,3	2.165	1.467	77,7	52,7	3,1
Oberösterreich (3)	410	103	33,0	8,3	198	89	76,4	34,3	43,4
Tirol (2)	22.379	12.356	68,8	38,0	20.887	11.369	72,9	39,7	4,1
Salzburg (1)	436	139	18,0	5,7	369	107	18,7	5,4	0,7
Kärnten (1)	10.480	6.132	79,3	46,4	9.180	4.885	81,2	43,2	1,9
Naturparks insgesamt	52.190	28.152	71,9	38,8	50.096	26.328	74,6	39,2	2,7
Schutzgebiete insg.	136.622	68.312	70,8	35,4	130.537	64.379	72,3	35,6	1,5
Zum Vergleich Österreich insg.	1.073.439	569.344	70,7	37,5	1.032.056	546.762	73,6	39,0	2,9

Quelle: Statistik Austria, ITR-Datenbank und Berechnungen

4.32 Qualitätsstruktur

Eine gute Qualitätsstruktur in der Hotellerie sowie ein hoher Qualitätsbettenanteil in Relation zur gesamten Beherbergungskapazität sind als Grundvoraussetzungen der touristischen Wettbewerbsfähigkeit anzusehen. Gesamtösterreichische Analysen zeigen, dass Tourismusgemeinden bzw. -gebiete mit guter bis sehr guter Unterkunfts- bzw. Qualitätsstruktur in der Vergangenheit deutlich bessere Nachfrageergebnisse erzielen konnten.

In den Schutzgebieten zusammen wird derzeit bei der Qualitätsstruktur der Hotellerie und beim Qualitätsbettenanteil ein niedrigeres Qualitätsniveau als im Österreich-Durchschnitt angeboten.

Die Qualitätsdynamik im Zeitabschnitt 2000-2003 war im Durchschnitt der Schutzgebiete nicht so dynamisch wie in Gesamtösterreich, wobei sich beim unterdurchschnittlichen Qualitätsbetten-Anteil nur eine marginale Verbesserung zeigt.

Qualitätsstruktur der Hotellerie

Wie aus den Tabellen 2 und 3 zu ersehen ist, bieten derzeit von den insgesamt 19 Schutzgebieten der vier Schutzkategorien 13 Gebiete oder mehr als zwei Drittel eine gute bis sehr gute Qualitätsstruktur in der Hotellerie an, was beachtlich ist.

Erhebliche Defizite weisen aber noch die Nationalparks Kalkalpen und Neusiedler See, der Biosphärenpark Großes Walsertal und der Naturpark in Salzburg (Riedingtal im Zederhaus) auf. In diesen Schutzgebieten zeigen sich im Zeitabschnitt 2000-2003 auch keine wesentlichen Qualitätsverbesserungen.

Erhebliche Defizite weisen aber noch die Nationalparks Kalkalpen und Neusiedler See, der Biosphärenpark Großes Walsertal und der Naturpark in Salzburg (Riedingtal im Zederhaus) auf. In diesen Schutzgebieten zeigen sich im Zeitabschnitt 2000-2003 auch keine wesentlichen Qualitätsverbesserungen.

Tabelle 3: Qualitätsstruktur des Gästebettenangebotes in den Schutzgebieten 2003

Qualitätsstruktur in der Hotellerie					
%-Anteil ¹⁾	Mangelhaft unter 55	Bescheiden 55-65	Durchschn. 65-75	Gut 75-85	Sehr gut über 85
	NP Kalkalpen		Naturp. NÖ	NP Gesäuse	NP Hohe Tauern
	NP Neusiedler See		Naturp. Tir.	NP Nockberge	NP Donau-Auen
	Naturp. Sbg.			Rams. Staus. a. Unt. Inn	NP Thayatal
	Biosphär. Gr. Walsert			Rams. Rheindelta	Rams. Lafnitztal
				Rams. Waldviertl.	
				Naturp. Stmk.	
				Naturp. Burgenl.	
				Naturp. OÖ	
				Naturp. Ktn.	
Qualitätsbettenanteil					
%-Anteil ²⁾	Mangelhaft unter 25	Bescheiden 25-30	Durchschn. 30-40	Gut 40-50	Sehr gut über 50
	NP Kalkalpen	Naturp. Stmk.	NP Hohe T.	Rams. Staus. a. Unt. Inn	NP Donau-Auen
	NP Neusiedler See		NP Gesäuse	Naturp. NÖ	Rams. Rheindelta
	NP Thayatal		NP Nockb.	Naturp. Knt.	Rams. Waldviertl.
	Biosphär. Gr. Walsert		Naturp. OÖ		Rams. Lafnitztal
	Naturp. Sbg.		Naturp. Tir.		Naturp. Bgld.

1) %-Anteil der Betten in 3/4/5-Stern-Betrieben an Hotelbetten insgesamt

2) %-Anteil der Betten in 3/4/5-Stern-Betrieben an Gästebetten insgesamt

4.4 Schutzgebietsspezifische Angebote

Neben den historisch gewachsenen, traditionellen Angeboten bzw. Einrichtungen, wie Wanderwege, Berghütten, Gasthöfe, alpine Schutzhütten, Freilichtmuseen, Lehrpfade, Steganlagen, Rad- und Reitwege, Langlaufloipen u.a.m., die ja unverzichtbare Voraussetzungen für den regionalen Wandertourismus waren bzw. weiterhin sind, haben sich in den vergangenen Jahren in den Schutzgebieten spezifische Einrichtungen entwickelt. Der Umfang und die regionalspezifische Vielfalt der Angebote ist dabei abhängig vom Gründungsdatum der bestehenden Schutzgebiete.

4.41 Beispiel Nationalparks

Grundsätzlich sind folgende nationalparkspezifische Einrichtungen bzw. Angebote zu unterscheiden:

Infrastruktureinrichtungen („Hardware“)

- NP-Verwaltungen
- NP-Zentren bzw. Häuser mit ihren erlebnisorientierten Dauer- und Wechselausstellungen sowie Veranstaltungsräumen.
- NP-Informationsstellen (nationalparkeigene Stellen oder in Zusammenarbeit mit lokalen Einrichtungen, wie Gemeindeämtern, Tourismusorganisationen, Schulen, Verkehrsträgern u.a.) als zentrale Anlauf- und Auskunftsstellen für Einheimische und Gäste, die mehr über den Nationalpark wissen wollen, Natur-Infos, Veranstaltungsprogramm, Ausflugstipps, Besucherbibliothek, Buchungsstellen für NP-Angebote, NP-Shops
- Übersichts- bzw. Schautafeln und Panoramen, Infostände
- Besucherlenkungssystem und Beschilderung
- Lehrwege, Natur- und Kulturlehrwege, Wasserlehrpfade, Gletscherlehrwege, Erlebnislehrwege für Kinder, kinderwagentaugliche Wanderwege, Workstations
- Aussichtsturm/Nationalparkwarte, Beobachtungsplattformen
- Lokale und regionale Museen mit den verschiedensten thematischen Ausrichtungen, die sich nationalparkspezifischer Themen annehmen
- Radwege, Mountainbikestrecken, Reitwege
- Biwakplätze
- Wildfütterungen
- Rast- und Parkplätze, Trockentoiletten

Angebote („Software“)

- **Bildungs-, Studien- und Informationsangebote**
 - Fachexkursionen, geführte naturkundliche und thematische Führungen sowie Wanderungen
 - Naturerlebnis mit Tieren
 - thematische Lehrpfade mit Info-Tafeln
 - Vorträge
 - Seminare, Symposien und dgl.
 - Sonderausstellungen
 - Touren- bzw. Wandervorschläge
 - Schulland- bzw. Projektwochen, Projektstage
 - Handwerkstechniken
 - Nationalparkakademie Hohe Tauern
- Kulturelle Angebote bzw. Betätigungsmöglichkeiten im Rahmen der Nationalparkaktivitäten bzw. in Kooperation mit den NP-Verwaltungen (Musikveranstaltungen, Theater, kulturelle Events)
- Informationsmaterialien, Programme und Nationalpark-Magazine bzw. -zeitungen

Breite Angebotspalette der Exkursionen und geführten Wanderungen

Durch das Angebot von geführten Wanderungen und Fachexkursionen erfüllen die Nationalparkverwaltungen den Auftrag, den Besuchern **Erholung** zu bieten und **Wissen** über den Nationalpark und darüber hinaus die Natur an sich zu vermitteln. Die Zahl der angebotenen Wanderungen und Exkursionen in den österreichischen Nationalparks hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich erhöht liegt derzeit bei mindestens 1.500 pro Jahr, Tendenz steigend.

Die nachfolgend angeführte Angebotspalette gibt einen Überblick über die **beachtliche Bandbreite** und Schwerpunktsetzungen der Angebote der Nationalparks. Die Dauer der meisten betreuten Wanderungen beträgt 3-4 h, Radtouren auch länger; Trekkingtouren mit Tragpferden bzw. Lamas zwischen 3 und 6 Tagen.

- Wanderungen zu Zielpunkten und Attraktionen im NP, Nachtwanderungen, Kräuterwanderungen, Naturerlebnisswanderungen für Familien, Kinder als Naturforscher, Frühlingserwachen, Orchideenblüte in den Auen, Vögel

entdecken und bestimmen, Nacht der Fledermäuse, in die Welt der Gletscher, Reise in die Arktis, im Tal der Geier und Gämsen, Winterwanderungen, Wildfütterungen, Schneeschuhwandern, Erlebniswanderung Wildtiere, Fotowanderungen, Besuch beim NP über der Grenze, Themenwanderungen lokale Sagen, Single-Wanderungen, Themenwanderungen historisch kulturelle Zielpunkte, Wanderung mit Blinden als Führer, Goldwaschen im NP Hohe Tauern, Holztrift und wilde Schluchten

- Radtouren entlang der Grenze, Trekkingtouren, Kutschenfahrten, Bootsexkursionen (Nationalparkboot, Donaufährboot, Schlauchboot, Kanu, Tschaike).

Resümee

Diese zu einem erheblichen Teil als Kernangebot bereits vorhandenen und noch weiter im Ausbau begriffenen Angebote, Besucherprogramme und Einrichtungen stellen eines der am stärksten ziel- bzw. neigungsgruppenspezifisch orientierten regionalen Angebote im österreichischen Sommertourismus dar. Die Nationalpark-Umweltbildung hat sich bereits zu einem wesentlichen touristischen Angebot in Österreich entwickelt. Seit 2003 werden die Besucherprogramme aller österreichischen Nationalparks in einer Pressekonferenz zu Jahresbeginn gemeinsam vorgestellt, was eine erheblich größere Breitenwirkung in den Medien und eine verstärkte Nachfrage nach den Programmen brachte, was sich in der Folge auch auf die Besucherzahl auswirkte.

Nationalparkspezifische Angebote gibt es in wachsendem Ausmaß – abgestimmt auf die jeweiligen Schutz- bzw. Ruheanforderungen der Tier- und Pflanzenwelt – auch in der kalten Jahreszeit.

Die Qualität, Seriosität, Ausprägung, Erlebnisorientierung, Liebe zum Detail und Vernetzbarkeit der Angebote sowie das Engagement der involvierten Personen und Institutionen sind einzigartig, unverwechselbar und zukunftsorientiert und haben den Charakter überregionaler Alleinstellungsmerkmale. Sie besitzen somit ein außerordentlich großes Entwicklungspotential, das bei weitem noch nicht ausgeschöpft ist.

Der Entwicklungsstand der Nationalpark-Infrastruktur ist in den Nationalparkregionen Österreichs noch unterschiedlich. Als unverzichtbaren Schwerpunkt in den nächsten Jahren wird von den Nationalpark-Verwaltungen die gezielte Weiterentwicklung der "Software" - Angebote angesehen (geführte Wanderungen, Exkursionen, Vorträge, Veranstaltungen und dgl.).

All diese Einrichtungen – die gleichzeitig als Serviceeinrichtungen, aber auch als ein Produkt bzw. eine Dienstleistung zu betrachten sind – gestalten das Erscheinungsbild und das gute Image der Nationalparks mit, sie beeinflussen den kommunikativen Gesamteindruck, den die Nationalparks insgesamt beim Besucher hinterlässt.

4.42 Andere Schutzgebiete

Auch in den anderen Schutzgebieten Österreichs wird durch den Kontakt mit der Natur dem Besucher der Wert der Natur und die Notwendigkeit des Schutzes der Natur durch zahlreiche geführte Wanderungen, Exkursionen, Vorträgen, Ausstellungen u.a.m. vermittelt.

Vor allem die **Naturparke**, die seit 1995 im „Verband der Naturparke Österreichs“ organisiert sind und dessen Ziele eine koordinierte Naturparkentwicklung in Österreich und gemeinsame Marketingaktivitäten sind, bieten neben ihren spezifischen Infrastruktureinrichtungen eine Vielzahl bzw. breite Palette von Veranstaltungen und Naturerlebnisangebote während des Jahres an. Die erweiterten Freizeitangebote in den Naturparks tragen auch zur Erhöhung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung bei.

Beispiel Naturpark Kaunergrat

Im bisher einzigen Tiroler Naturpark werden den Bewohnern und Besuchern in der tourismusintensiven Region die Besonderheiten des Kaunergrates (Pitztal - Kaunertal) und die naturnahe Wirtschaftsweise nähergebracht und gleichzeitig ein erlebnisreiches Unterhaltungsangebot präsentiert. So umfasst das derzeitige Sommerprogramm fast 40 unterschiedliche Programmpunkte, wie naturkundliche Entdeckungsreisen durch die besonderen Lebensräume der Naturparkregion (Moor, Trockenwiesen, Schluchtwald), Exkursionen mit Natur- und

Landschaftsführern, die über die Geschichte und Entwicklung der Region berichten, „Natur schmeckt!“ mit der Möglichkeit, die Herkunft und Produktionsweise von regionalen Produkten kennen zu lernen und zu verkosten (Imkerei, Sennerei, Schaukräutergarten u. a. m.).

Die bereits zahlreichen Lehrpfade und Themenwanderungen sind komplett aufgelistet (Gehzeit, Ausgangspunkt, Wegbeschaffenheit), wobei acht der 45 Themenwege, Führungen oder Lehrpfade befahrbare Routen für Rollstuhlfahrer sind.

4.5 Analyse und bisherige Entwicklung der Tourismusnachfrage

Die Attraktivität der Schutzgebietslandschaften in Verbindung mit den vielfältigen spezifischen Angeboten ist vor allem ein Attraktionsfaktor im Sommertourismus (Frühling-Sommer-Herbst). Die Darstellung der touristischen Nachfrage in den Schutzgebieten konzentriert sich daher stark auf die Sommersaison, da primär diese im Zusammenhang mit dem Schutzgebietstourismus relevant ist.

4.51 Umfang und Verteilung der Nächtigungen

Im Tourismusjahr 2002/03 wurden in Schutzgebieten 14,65 Mio. Nächtigungen registriert, das waren 12,4 % aller Jahresnächtigungen Österreichs. Jede achte Gästenächtigung in Österreich wird somit in Schutzgebieten erzielt.

Der Großteil des Nächtigungstourismus in den Schutzgebieten wird in den sieben **Nationalparkregionen** registriert, in denen 8,5 Mio. Nächtigungen (58 % der Schutzgebietsnächtigungen) gezählt werden. Beachtlich ist auch die Nächtigungsfrequenz in den 39 **Naturpark-Gebieten** (5,7 Mio.), wobei auf die beiden tourismusintensiven Naturparks in Tirol (Kaunergrat, Zillertaler Alpen) mit zusammen 3,0 Mio. Gästenächtigungen mehr als die Hälfte entfällt.

Aber auch im **Ramsar-Gebiet Waldviertler Teich, Moor und Flusslandschaft** (0,19 Mio.) und im **Biosphärenpark Großes Walsertal** (0,17 Mio.) werden beachtliche Nächtigungsfrequenzen erreicht.

Die unterschiedlichen Voraussetzungen und der differenzierte infrastrukturtouristische Ausbaugrad der Schutzgebiete schlagen sich in den

Logiernächtezahlen nieder. Tabelle 5 zeigt deren Verteilung nach Schutzgebieten für das Tourismusjahr 2002/03 (November 2002 bis Oktober 2003).

4.52 Entwicklung der Nächtigungen

Betrachtet man die mittelfristige Nächtigungsentwicklung in den Schutzgebieten, so zeigt sich insgesamt ein positives Bild. Im Tourismusjahr 1994/95 erzielten die Schutzgebiete 14,37 Mio. Nächtigungen (12,2 % von Österreich). Mit einer Frequenzzunahme um 2,0% im Zeitabschnitt 1994/95 bis 2002/2003 entwickelten sich die Schutzgebiete insgesamt deutlich stärker als der Nächtigungstourismus in Österreich, der sich im gleichen Zeitraum um 0,8 % erhöhte.

Die Nächtigungszunahme resultiert aus der **Wintersaison**, wo sich im Beobachtungszeitraum die Frequenz um 11,3 % erhöhte und damit etwas dynamischer war wie der Wintertourismus in Österreich mit 10,6 %.

In der **Sommersaison** mussten die Schutzgebiete Rückgänge verbuchen (-4,8 %), die Abnahme war aber deutlich geringer als im Österreich-Durchschnitt (-6,8 %). Der Schutzgebietstourismus in der Sommersaison befindet sich – wie auch der gesamte Sommertourismus in Österreich – damit in einem zumindest stagnierenden Marktsegment.

Betrachtet man aber den Zeitabschnitt 1999/00 bis 2002/03, so zeigt sich in den **Schutzgebieten** eine deutlich **positivere Nachfrageentwicklung** als in Österreich insgesamt:

- Wintersaison: Zunahme 8,6 % (Österreich 6,4 %)
- Sommersaison: Zunahme 4,6 % (Österreich 2,6 %)
- Tourismusjahr: Zunahme 6,4 % (Österreich 4,4 %)

Ob die **Schutzgebiete** aufgrund des steigenden Umweltbewusstseins und spezifischen Angebotes ein Attraktionsfaktor ist, der nun seinerseits eine **stärker steigende Tourismusnachfrage** nach sich zieht, kann hier nicht eindeutig beantwortet werden. Die Zahlen und Fakten deuten aber – zumindest derzeit – darauf hin.

Tabelle 4: Entwicklung der Nächtigungen in den Schutzgebieten 1994/95 bis 2002/03 (in 1.000)

Jahr	Schutzgebiete			Österreich insgesamt		
	Winter	Sommer	Tourismus-Jahr	Winter	Sommer	Tourismus-Jahr
1994/95	6.054	8.312	14.367	51.407	65.543	116.950
1995/96	5.975	7.911	13.866	50.302	61.880	112.382
1996/97	5.938	7.625	13.563	48.801	60.935	108.836
1997/98	5.961	7.846	13.807	49.412	61.209	110.621
1998/99	6.173	7.777	13.950	52.116	61.192	113.308
1999/00	6.206	7.560	13.766	53.409	59.564	112.978
2002/03	6.741	7.909	14.650	56.883	61.096	117.929

Quelle: Statistik Austria; ITR-Datenbank und Berechnungen

4.53 Saisonalität

In den österreichischen Schutzgebieten insgesamt ist der zweisaisonale Tourismus eine wesentliche Stärke. 54 % oder 7,9 Mio. Nächtigungen werden hier in der Sommersaison erzielt, in Österreich liegt der Sommeranteil derzeit bei knapp 52 %.

Die Saisonalität ist aber in den einzelnen Schutzgebieten sehr unterschiedlich ausgeprägt. Wie aus der Tabelle 5 zu ersehen ist dominiert in der Mehrzahl der Schutzgebiete der Sommertourismus, besonders ausgeprägt in den Nationalparkregionen Neusiedler See und Thayatal, in allen Ramsar-Gebieten und in den meisten Naturparks.

In den alpinen Schutzgebieten, wie im Nationalpark Hohe Tauern überwiegt der Wintertourismus, ebenso im Salzburger Naturpark Riedingtal im Zederhaus. In den beiden Naturpark-Gebieten in Tirol dominiert die Wintersaison mit steigender Tendenz.

Tabelle 5: Veränderung der Nächtigungen und der Saisonalität in Schutzgebieten 2000-2003

Schutzgebiete	Nächtigungen Tourismusjahr		Veränderung Nächtigungen			Saisonalität Sommeranteil %	
	1999/00	2002/03	Tourismjahr 99/00-02/03 in %	Winter 99/00-02/03 in %	Sommer 00-03 in %	99/00	02/03
Nationalparks							
Hohe Tauern	5.012.745	5.506.268	9,8	11,9	7,5	46,5	45,5
Kalkalpen	288.210	249.716	-13,4	-25,1	-6,0	61,4	66,6
Gesäuse	152.406	152.236	-0,1	-1,7	1,2	54,9	55,6
Neusiedler See	726.328	723.287	-0,4	7,5	-1,0	93,1	92,6
Donau-Auen	349.279	334.895	-4,1	3,8	-9,7	58,5	55,1
Thayatal	1.936	3.276	69,2	121,5	61,6	87,3	83,4
Nockberge	1.475.155	1.541.145	4,5	-1,0	8,8	55,6	57,9
Nationalpark insg.	8.006.059	8.510.923	6,3	7,9	4,9	53,6	52,9
Ramsar-Gebiete							
Stauseen am Unteren Inn	53.689	51.556	-4,0	-11,7	0,1	65,1	67,9
Rheindelta-Bodensee	14.412	18.524	28,5	23,7	29,6	81,7	82,4
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	186.224	186.708	0,3	-5,7	2,3	74,0	75,5
Lafnitztal	84.605	72.655	-14,1	-1,7	-18,3	75,0	71,4
Ramsar-Gebiete insg.	338.930	329.443	-2,8	-5,1	-1,9	73,2	73,8
Biosphärenpark Großes Walsertal	179.161	173.323	-3,3	-7,5	1,4	47,7	50,0
Naturparks							
Niederösterreich (22)	676.154	700.493	3,6	21,4	3,8	67,5	67,7
Steiermark (6)	582.227	678.363	16,5	19,6	15,5	76,0	75,4
Burgenland (4)	203.692	205.404	0,8	1,9	0,3	67,4	67,0
Oberösterreich (3)	17.299	21.712	25,5	36,1	23,8	86,4	85,3
Tirol (2)	2.844.054	3.037.894	6,8	11,8	-0,2	41,4	38,7
Salzburg (1)	21.389	19.911	-6,9	-1,9	-11,8	50,9	48,2
Kärnten (1)	1.003.452	1.077.227	7,4	8,5	7,0	77,0	76,7
Naturparks insgesamt	5.348.267	5.741.004	7,3	11,1	4,7	56,3	54,9
Schutzgebiete insg.	13.766.194	14.649.631	6,4	8,6	4,6	54,9	54,0
Zum Vergleich Österreich insgesamt	112.978.207	117.929.042	4,4	6,4	2,6	52,8	51,8

Quelle: Statistik Austria, ITR-Datenbank und Berechnungen

4.54 Struktur der Sommernächtigungen

Im Sommer 2003 wurden in den Schutzgebieten 7,9 Mio. Nächtigungen registriert, das waren immerhin 13 % aller Sommernächtigungen Österreichs.

Deutlich unterdurchschnittliche Nächtigungsanteile werden in den Schutzgebieten gegenüber der gesamtösterreichischen Nachfragestruktur in der Hotellerie erzielt. Mit einem Anteil von 55 % im Sommer 2003 liegt dieser Wert um 7 %-Punkte unter dem Österreich-Durchschnitt (62 %). Nur in den Ramsar-Gebieten

insgesamt erreicht die Hotellerie mit 69 % einen weit überdurchschnittlichen Wert. Im Gegensatz dazu, beträgt dieser Anteil im Biosphärenpark Großes Walsertal lediglich 27 %. In den Nationalparks wird jede zweite Sommernächtigung im gewerblichen Bereich (Hotellerie) getätigt.

Eine weit überdurchschnittliche Bedeutung besitzt der Camping- und Caravan-tourismus. Mit 896.500 Sommernachtungen in der Saison 2003 wurden über 11 % aller Nächtigungen auf Campingplätzen erzielt (Österreich 8 %). Nur in den Ramsar-Gebieten ist der Campingtourismus von geringerer Bedeutung (7 %).

Nach der **Herkunftsstruktur** der Sommerlogiergäste 2003 können die Schutzgebiete (im Durchschnitt: 1/3 Inlands-, 2/3 Auslandsgäste) in zwei Gruppen eingeteilt werden:

- **Schutzgebiete mit starker Dominanz der Inlandsgäste**
 - NP Kalkalpen
 - NP Gesäuse
 - NP Neusiedler See - Seewinkel
 - NP Thayatal
 - Ramsar-Gebiete
Waldviertler Teiche, Moore und Flusslandschaften
Lafnitztal
 - Naturparke in
Steiermark
Burgenland
Oberösterreich
- **Schutzgebiete mit starker Dominanz der Auslandsgäste**
 - NP Hohe Tauern
 - NP Nockberge
 - NP Donau-Auen
 - Ramsar-Gebiete
Stauseen am Unteren Inn
Rheindelta-Bodensee
 - Biosphärenpark Großes Walsertal
 - Naturparke in
Tirol
Salzburg
Kärnten

Tabelle 6: Struktur der Sommernächtigungen 2003 in Schutzgebieten

Schutzgebiete	Sommerseason 2003			Inländer	Ausländer	%
	Nächtigung insgesamt	davon Hotellerie	Camping			
Nationalparks						
Hohe Tauern	2.505.038	1.367.781	134.310	556.929	1.933.109	77,2
Kalkalpen	166.305	76.671	1.600	127.975	38.330	23,0
Gesäuse	84.617	34.642	9.387	57.648	26.769	31,6
Neusiedler See	669.436	258.644	168.842	422.786	246.650	36,8
Donau-Auen	184.461	152.076	590	64.891	119.570	64,8
Thayatal	2.731	314	-	2.114	617	22,6
Nockberge	892.689	384.430	252.847	181.703	710.986	79,6
Nationalpark insg.	4.505.277	2.274.558	567.576	1.423.246	3.082.031	68,4
Ramsar-Gebiete						
Stauseen am Unteren Inn	35.023	21.233	6.531	13.714	21.309	60,8
Rheindelta-Bodensee	15.257	11.215	2.589	4.987	10.270	67,3
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	140.997	88.478	5.195	117.860	23.137	16,4
Lafnitztal	51.866	45.614	2.244	48.274	3.592	6,9
Ramsar-Gebiete insg.	243.143	166.540	16.559	184.835	58.308	24,0
Biosphärenpark Großes Walsertal						
	86.691	23.149	11.035	5.222	81.469	94,0
Naturparks						
Niederösterreich (22)	474.058	270.080	46.326	241.023	233.035	49,2
Steiermark (6)	511.407	197.245	52.195	352.331	159.076	31,1
Burgenland (4)	137.638	103.050	9.682	120.267	17.371	12,6
Oberösterreich (3)	18.516	7.512	2.724	15.112	3.404	18,4
Tirol (2)	1.174.175	834.555	29.030	77.982	1.096.193	93,4
Salzburg (1)	9.602	2.828	-	2.414	7.188	74,9
Kärnten (1)	826.749	481.102	174.656	314.467	512.282	62,0
Naturparks insgesamt	3.152.145	1.896.372	314.613	1.123.596	2.028.549	64,4
Schutzgebiete insg.	7.909.111	4.338.224	896.449	2.673.432	5.235.679	66,2
Zum Vergleich Österreich insgesamt	61.096.483	37.657.700	4.829.856	18.339.586	42.275.406	69,2

Quelle: Statistik Austria, ITR-Datenbank und Berechnungen

Die Aufenthaltsdauer der 1,4 Mio. Sommergäste ist in den Schutzgebieten im Durchschnitt länger (5,5 Tage) als in Österreich insgesamt (4,0). Die Schwankungsbreite in den Gebieten liegt zwischen 1,9 und 6,7 Tagen. Am längsten verweilen die Sommergäste in den Nationalparkregionen und im Biosphärenpark Großes Walsertal (im Durchschnitt rund 5 Tage). Um einen Tag kürzer ist die Aufenthaltsdauer der Gäste in den Naturparks insgesamt (4 Tage). Mit durchschnittlich 3,4 Tagen verweilen die Logiergäste in den Ramsar-Gebieten deutlich kürzer.

Die sehr kurze Aufenthaltsdauer der Sommergäste von nur 1,9 bis 2,3 Tagen in den NP's Donau-Auen, Thayatal, den Ramsargebieten Stauseen am Unteren Inn

und Rheindelta-Bodensee und in den Naturparks im Burgenland ist in der Regel charakteristisch für den Durchzugsverkehr, Tagungs- bzw. Seminartourismus sowie auch für den Städtetourismus. Mit 2,8 bzw. 2,9 Tagen verweilen die Sommergäste in den Naturparks in NÖ und im NP Gesäuse ebenfalls nur sehr kurz.

Tabelle 7: Gästeankünfte nach Saisonen und Aufenthaltsdauer in Schutzgebieten 2003

Schutzgebiete	Gästeankünfte 2002/03			Aufenthaltsdauer der Gäste in Tagen Sommer 2003
	Tourismus- jahr	Winter- saison	Sommer saison	
Nationalparks				
Hohe Tauern	991.232	527.700	463.532	5,4
Kalkalpen	51.969	17.715	34.254	4,9
Gesäuse	45.119	15.676	29.443	2,9
Neusiedler See	176.637	18.337	158.300	4,2
Donau-Auen	169.726	77.486	92.240	2,0
Thayatal	1.395	227	1.168	2,3
Nockberge	249.142	116.559	132.583	6,7
Nationalpark insg.	1.685.220	773.700	911.520	4,9
Ramsar-Gebiete				
Stauseen am Unteren Inn	22.142	6.253	15.889	2,2
Rheindelta-Bodensee	8.151	1.540	6.611	2,3
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	51.274	11.489	39.785	3,5
Lafnitztal	13.512	4.548	8.964	5,8
Ramsar-Gebiete insg.	96.079	23.830	71.249	3,4
Biosphärenpark Großes Walsertal				
	34.591	17.391	17.200	5,0
Naturparks				
Niederösterreich (22)	244.458	73.624	170.834	2,8
Steiermark (6)	228.131	54.971	173.160	3,0
Burgenland (4)	73.953	27.628	46.325	1,9
Oberösterreich (3)	4.621	1.003	3.618	5,1
Tirol (2)	554.167	324.940	211.227	5,6
Salzburg (1)	5.597	2.653	2.944	3,3
Kärnten (1)	253.315	76.750	176.565	4,7
Naturparks insgesamt	1.364.242	579.569	784.673	4,0
Schutzgebiete insg.	2.646.741	1.200.802	1.445.939	5,5
Zum Vergleich Österreich insgesamt	28.052.837	12.709.255	15.343.582	4,0

Quelle: Statistik Austria, ITR-Datenbank und Berechnungen

4.6 Gästebettenauslastung in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotellerie)

Die insgesamt 64.379 Gästebetten in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotellerie) erreichten im Tourismusjahr 2002/03 eine Auslastung von 132 Tagen (36 %), gegenüber dem Österreich-Durchschnitt (135 Tage bzw. 37 %) einen fast gleich hohen Wert. Im Vergleich zum Jahr 1999/00 konnte die Belegsdauer in den Schutzgebieten um durchschnittlich zwei Wochen (14 Tage) angehoben werden, die Auslastungssteigerung war damit stärker als in Österreich insgesamt, wo die Hotellerie ihre Belegsdauer um durchschnittlich 10 Tage anheben konnte.

Tabelle 8: Jahres-Gästebettenauslastung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in den Schutzgebieten 2002/03

Gästebettenauslastung in der Hotellerie in Tagen				
Mangelhaft unter 90	Bescheiden 90-100	Durchschn. 110-130	Gut 130-160	Sehr gut über 160
NP Kalkalpen	NP Neusiedler See	NP Donau-A.	NP Hohe Tauern	Naturp. Tirol
NP Gesäuse	Rams. Staus. a. Unt. Inn	Naturp. Bgld.	NP Nockberge	
NP Thayatal	Rams. Rheindelta		Naturp. Knt.	
Rams. Waldviertl.	Naturp. OÖ			
Rams. Lafnitztal				
Biospär. Gr. Walsert.				
Naturp. NÖ				
Naturp. Stmk.				
Naturp. Sbg.				

Die Schwankungsbreite der Jahres-Gästebettenauslastung in den Schutzgebieten ist sehr groß, sie lag 2002/03 zwischen 18 und 184 Belegtagen, sie hat sich in den letzten Jahren auch höchst unterschiedlich entwickelt. Mehrheitlich hat sich in den vergangenen drei Jahren die Bettenauslastung in den Schutzgebieten erhöht, nämlich in zwölf, wobei Auslastungssteigerungen zwischen 3 und 33 erzielt werden konnten. In sechs Gebieten hat sich im Zeitabschnitt 2000 bis 2003 die Auslastung um 3 (Naturparks in der Steiermark) bis 11 Tage (NP Gesäuse) reduziert.

Wie aus den Tabellen 8 und 9 zu ersehen ist, ist aber lediglich nur in vier Schutzgebieten die Bettenauslastung der Hotellerie als gut bis sehr gut einzustufen. In rund der Hälfte der Schutzgebiete ist aber die Jahresauslastung als mangelhaft

(unter 90 Belegstage), in weiteren vier Gebieten als bescheiden (90 bis 110 Tage) zu bewerten.

In jenen neun Schutzgebieten mit noch mangelhafter Bettenauslastung zeigt sich nur in vier Gebieten eine Verbesserungstendenz (NP Kalkalpen, Ramsar-Gebiet Lafnitztal, Naturparke in Niederösterreich und Salzburg).

Tabelle 9: Veränderung des Jahres – Gästebettenauslastung in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotellerie) in Schutzgebieten 2000-2003

Schutzgebiete	Gästebettenauslastung in gewerblichen Betrieben in Tagen		Veränderung der Belegstage
	99/00	02/03	
Nationalparks			
Hohe Tauern	118	137	19
Kalkalpen	75	78	3
Gesäuse	96	85	-11
Neusiedler See	87	92	5
Donau-Auen	129	123	-6
Thayatal	22	18	-4
Nockberge	131	146	15
Nationalpark insg.	116	130	14
Ramsar-Gebiete			
Stauseen am Unteren Inn	98	107	9
Rheindelta-Bodensee	84	93	9
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	87	83	-4
Lafnitztal	83	87	4
Ramsar-Gebiete insg.	87	87	0
Biosphärenpark			
Großes Walsertal	89	87	-2
Naturparks			
Niederösterreich (22)	76	83	7
Steiermark (6)	83	80	-3
Burgenland (4)	115	111	-4
Oberösterreich (3)	84	108	24
Tirol (2)	162	184	22
Salzburg (1)	64	72	8
Kärnten (1)	107	140	33
Naturparks insgesamt	123	138	15
Schutzgebiete insg.	118	132	14
Zum Vergleich Österreich insgesamt	125	135	10

Quelle: Statistik Austria, ITR-Datenbank und Berechnungen

4.7 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

4.71 Bevölkerungsbezogene Nächtigungsintensität

Sie zeigt die mit den Logiernächten zusammenhängende Tourismusbezogenheit bzw. -abhängigkeit der einheimischen Bevölkerung.

Mit durchschnittlich 23 Übernachtungen (2002/03) pro Einwohner 2001 erreichen die Schutzgebiete eine bescheidene Nächtigungsintensität, die aber höher ist als der gesamtösterreichische Durchschnitt (14 Nächtigungen/Einwohner). Eine deutlich überdurchschnittliche Tourismusintensität weisen die Nationalparkregionen und der Biosphärenpark Großes Walsertal mit durchschnittlich 50 Übernachtungen pro Einwohner (vgl. Tabelle 1).

Hohe bis sehr hohe Intensitätswerte erzielen nur wenige Schutzgebiete, dazu zählen die Nationalparkregionen Hohe Tauern (94 Ü/EW) und Nockberge (121 Ü/EW) sowie die zwei Naturparke in Tirol (174 Ü/EW), die sich ja in hochentwickelten Tourismusregionen befinden.

Die Nächtigungsintensität liegt in elf Schutzgebieten unter 10 Nächtigungen/Einwohner, wobei die Ramsar-Gebiete im Durchschnitt die bescheidensten Intensitätswerte erreichen (3,6 Ü/EW). Diesbezüglich ist aber anzumerken, dass in vielen dieser Schutzgebiete der Tagesausflugsverkehr die dominierende bzw. eine wichtige Rolle spielt.

4.72 Einnahmen durch den Nächtigungstourismus

4.721 Zur Berechnung

Mit dem vom Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) entwickelten regionalen „Tourismusindikator“ liegt ein effektives Instrument vor, mit dem seit 1980 die jährlichen bzw. saisonalen Gesamtumsätze/Einnahmen durch den In- und Ausländer-Nächtigungstourismus sowie durch Transitreisende, Tagesausflüge und Aufenthalte in unentgeltlichen Unterkünften sowohl für Österreich insgesamt als auch für die einzelnen Bundesländer berechnet werden. Seit der Einführung des Tourismus-Satellitenkonto in jüngster Zeit wird der „Tourismusindikator“ des WIFO nur mehr inoffiziell weiter berechnet.

In enger Abstimmung mit dem WIFO wurde vom ITR im Rahmen der Erstellung der „Tourismusprofile für Gemeinden“ ein aufwendiges statistisches Verfahren

entwickelt³, mit dem die möglichen nächtigungswirksamen Umsätze unter Berücksichtigung der Angebotsstruktur in der Gemeinde bzw. in einer Region größenordnungsmäßig abgeleitet werden kann. Ausgehend vom Winter- und Sommer-Nächtigungsanteil der Gemeinde an der Landessumme wurde aus mehreren qualitätsorientierten Angebots- und Auslastungsindikatoren für alle Tourismus-Gemeinden Österreichs jener ermittelt, welcher den niedrigsten Variationskoeffizienten der Standardabweichung und dabei die größte Konsistenz, insgesamt also den besten Näherungswert für die wahrscheinlichen Einnahmen besitzt. Mit diesem Qualitätsstruktur-Indikator wird der saisonale Nächtigungsanteil der Gemeinde bzw. eines Gebietes gewichtet und der Tourismus-Umsatzanteil am Bundesland ermittelt. Die aufsummierten Gemeinde- bzw. Regionswerte stimmen somit mit den vom WIFO errechneten Gesamteinnahmen des Bundeslandes bzw. Österreichs überein.

4.722 Einnahmen durch den Sommer-Nächtigungstourismus 2003

Tourismusumsätze

Der errechnete nächtigungswirksame Umsatz in den Schutzgebieten lag im Sommer 2003 bei etwa 1,21 Mrd. € (= ohne Einnahmen von ausländischen Tagesbesuchern und Transitreisenden sowie ohne Aufwendungen von Inländern im Zuge von Tagesausflügen und Aufenthalten in unentgeltlichen Unterkünften).

Eine Betrachtung der Umsätze nach den Schutzgebieten ergibt folgendes Bild (vgl. Tabelle 10):

Die sieben **Nationalparks** erwirtschafteten im Sommer 2003 rund 581,8 Mio. € Einnahmen aus dem Übernachtungstourismus, wobei im tourismusintensiven NP Hohe Tauern der Umsatz bei 327 Mio. € lag.

In den 39 **Naturparks** betragen die errechneten Nächtigungsumsätze sogar 590,1 Mio. €, wobei hier anzumerken ist, dass 94 % des Umsatzvolumens in diesen Schutzgebieten auf die zwei nächtigungsintensiven Naturparks in Tirol und auf den Kärntner Naturpark entfallen.

Relativ bescheiden sind dagegen die Sommer-Umsätze in den Ramsar-Gebieten (27 Mio. €) und im **Biosphärenpark** Großes Walsertal (12,3 Mio. €).

³ Institut für touristische Raumplanung (ITR): TourismusProfile für Gemeinden. Eine Stärken- und Schwächencharakteristik des Ist-Zustandes und der Entwicklungstendenzen des Tourismus, Tulln.

Tabelle 10: Tourismuseinnahmen/-umsätze durch den Sommer-Nächtigungstourismus 2003 in Schutzgebieten

Schutzgebiete	Einnahmen Sommer 2003 in 1.000 EURO	Wertschöpfung Sommer 2003 in 1.000 EURO	Wertschöpfung Pro Einwohner 2001 EURO
Nationalparks			
Hohe Tauern	326.994	253.322	4.308
Kalkalpen	13.159	10.194	290
Gesäuse	6.946	5.381	700
Neusiedler See	81.179	62.889	3.808
Donau-Auen	20.333	15.752	412
Thayatal	72	56	37
Nockberge	133.152	103.153	8.108
Nationalpark insg.	581.835	450.747	2.642
Ramsar-Gebiete			
Stauseen am Unteren Inn	4.837	3.747	147
Rheindelta-Bodensee	2.398	1.858	153
Waldviertler Teiche, Moore u. Flusslandschaften	13.029	10.094	264
Lafnitztal	6.532	5.060	303
Ramsar-Gebiete insg.	26.796	20.759	224
Biosphärenpark			
Großes Walsertal	12.283	9.516	2.756
Naturparks			
Niederösterreich (22)	7.941	6.152	33
Steiermark (6)	16.819	13.030	171
Burgenland (4)	6.325	4.900	149
Oberösterreich (3)	2.271	1.759	268
Tirol (2)	211.990	164.229	9.423
Salzburg (1)	3.654	2.831	2.254
Kärnten (1)	341.121	264.266	3.789
Naturparks insgesamt	590.121	457.167	1.163
Schutzgebiete insgesamt	1.211.035	938.189	1.479

Quelle: Statistik Austria; WIFO; ITR-TourismusProfile und Berechnungen

Wertschöpfung

Ausgehend von den Primärumsätzen ist abzuleiten, dass im Sommer 2003 eine direkt und indirekt induzierte Wertschöpfung von etwa 738,7 Mio. € in den Schutzgebieten erzielt wurde.

Die entstandene Wertschöpfung verteilt sich auf viele Wirtschaftssektoren, neben der Beherbergung und der Gastronomie profitieren noch der Handel, das Baugewerbe, die Nahrungs- und Genussmittelindustrie, die Bekleidungsindustrie,

die Metallverarbeitung, Versicherungen, Banken, persönliche Dienstleistungen, Kultur, Sport oder die Rechts- und Wirtschaftsdienste im erheblichen Ausmaß.

Aufgrund von Multiplikatorenwirkungen erhöhen sich die **Wertschöpfungseffekte** der ersten Runde noch um weitere 199,5 Mio. € auf insgesamt 938,2 Mio. € im Sommer 2003.

Wertschöpfung pro Einwohner

Bezieht man die erzielte Wertschöpfung des Sommer-Nächtigungstourismus 2003 auf die einheimische Bevölkerung in den Schutzgebieten, so zeigen sich sehr unterschiedliche regionalwirtschaftliche bzw. Einkommenseffekte (vgl. Tabelle 10).

Rund 1.500 € betrug im Sommer 2003 der errechnete durchschnittliche Einkommenseffekt pro Einwohner in den Schutzgebieten. Deutlich höhere Wertschöpfungseffekte für die Bevölkerung werden in den Nationalparkregionen (2.650 €) und im Biosphärenpark Großes Walsertal (2.760 €) erzielt.

Sehr bescheiden sind dagegen die sommertouristischen Einkommenseffekte in den Ramsar-Gebieten (225 €/EW).

5. TENDENZEN IM TOURISMUS MIT BESONDERER RELEVANZ FÜR SCHUTZGEBIETE

Im Tourismus spiegeln sich Veränderungen bei gesellschaftlichen Werten, Motiven und Bedürfnissen, sozioökonomischen Merkmalen, im Informations- und Kommunikationsverhalten, beim Preis- und Qualitätsbewusstsein im Nachfrageverhalten der Reisenden unmittelbar wider.

Die im Folgenden dargestellten Trends und Hoffnungsfelder stellen einen Ausschnitt dar; ein Anspruch auf Vollständigkeit besteht nicht. Beschrieben werden vor allem Entwicklungen mit besonderer Relevanz für Schutzgebiete.

- **Positive Perspektiven der Branche**

Keine nachhaltige Beeinträchtigung der Reislust durch Krisen und Wirtschaftslaute. Trotz des Einschnittes in Folge des 11. September 2001 zeigen die Zahlen im internationalen Reiseverkehr insgesamt eine überraschend hohe Stabilität der Nachfrageentwicklung. Prognos erwartet⁴, dass – ohne weitere Schocks mit geopolitischem Ausmaß – die europäischen Touristen bis 2005 zu ihrer gewohnten Reisefrequenz und Intensität zurückkehren und bis 2010 mit jährlichen Wachstumsraten (gemessen an Reiseausgaben) von durchschnittlich 3 bis 4 % gerechnet werden kann (deutscher Reisemarkt: 3,4 bis 3,8 %). Trends wie die steigende Nachfrage nach kurzfristigen, flexiblen, preiswerten und immer vielfältigeren Angeboten sorgen weiter für Dynamik.

- **Mehr und kürzere Reisen**

Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen sowie die wachsende Nachfrage- und Angebotsdifferenzierung werden eine überdurchschnittliche Zunahme der Kurzurlaube bewirken, zumal auch Aktivität und Mobilität ansteigen werden. Von 2000 bis 2010 ist eine Zunahme der Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage) um bis zu 50% und der Urlaubsreisen (ab fünf Tage) um 25% zu erwarten. Im selben Zeitraum wird sich die Dauer von Urlaubsreisen durchschnittlich um einen Tag verringern.⁵ Die Steigerung bei den Kurzreisen basiert vor allem auf der höheren Zahl an Reisenden. Ein kräftiges Wachstum wird auch für den Tagesausflugsverkehr bzw. bei der Nachfrage zu attraktiven Ausflugszielen (z.B. Nationalpark) erwartet. Das ist für die österreichischen Schutzgebietsregionen, die ja von mehreren Ballungsgebieten gut erreichbar sind, von besonderer Wichtigkeit.

Mehr denn je, müssen die Anbieter zukünftig auf die Qualität der angebotenen Serviceleistungen achten, denn je kürzer der Aufenthalt des Gastes, desto qualitätsbewusster ist dieser.

⁴ Prognos AG (2003): Zukunft des Tourismus in Europa bis 2010: Weichenstellung in der Tourismusbranche. Medienmitteilung, Basel

⁵ F.U.R. Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen e.V. (2000): Die Reiseanalyse – Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren Reiseanalyse, Hamburg

- **Geringere Saisonalität**

Die höhere Zahl von Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen wird zu einer gleichmäßigeren Nachfrageverteilung über das Jahr führen. Saisonspitzen werden reduziert, Nebensaisonen werden aufgewertet.

- **Wachstumsmarkt Seniorentourismus**

Die gravierenden Veränderungen der Bevölkerungsstruktur führen dazu, dass die Generation „50plus“ den Reisemarkt der Zukunft entscheidend prägen wird. Dabei eröffnet sich ein bedeutender Wachstumsmarkt. Hinzu kommt, dass die „neuen Alten“ von heute mobiler, genuss- und ausgabenfreudiger sowie informierter sind. Mit Angeboten von gestern sind sie nicht zu gewinnen.

Im Jahr 2000 hat in der Europäischen Union der Reisemarkt der „50plus“ ein Volumen von 126 Mio. Personen erreicht, d.h. jeder dritte EU-Bürger ist 50 Jahre alt oder älter. Bis zum Jahr 2010 wird der Reisemarkt der „50plus“ um 16 Mio., bis 2020 um weitere 21 Mio. Personen wachsen.

- **Stark steigendes Natur- und Umweltbewusstsein**

Aus zahlreichen tourismusrelevanten Marktforschungsuntersuchungen der letzten Jahre sind zwei markante Tendenzen zu beobachten:⁶

- Die Zahl derer, die in ihrem Urlaub ursprüngliche Natur erleben wollen, hat stark zugenommen.
- Gleichzeitig werden Umweltprobleme in den bereisten Regionen zunehmend registriert, ja im Extremfall führen negative Umwelteinflüsse dazu, den Urlaubsort in Zukunft zu meiden.

Ursachen für die wachsende Wertigkeit dieser für Schutzgebiete äußerst günstigen Motivlagen liegen in der v.a. in den Industrieländern stark gestiegenen Sensibilisierung für Umweltprobleme.

Als Gegenwelt zum geregelten Alltag im besiedelten Raum entwickeln immer mehr Menschen den Wunsch nach intensivem Naturerleben in weitgehend

⁶ Institut für touristische Raumplanung (Fleischhacker, V.) (2001): Nationalparks und Tourismus in Österreich 2001, Tulln-Wien

unberührter Landschaft. Mit 27% aller Nennungen liegt der Natururlaub auf Platz eins der Urlaubswünsche für die Zukunft.⁷ Mittelbar bewirkt diese Motivationstendenz, dass die Akzeptanz restriktiver Nutzungsbeschränkungen beim "Erleben" dieser Naturräume (wie sie etwa in Schutzgebietsregionen gegeben sind) bei einem wachsenden Anteil der Gäste vorhanden ist.

Die in jüngster Zeit immer häufiger spürbaren Umweltprobleme haben eine steigende Sensibilität bei Reisenden und Bereisten bewirkt. Nach Untersuchungen des B.A.T.- Freizeitforschungsinstitutes und aufgrund der Deutschen Reiseanalyse zeigte sich, dass Mitte der 80er Jahre rund ein Drittel der befragten Urlauber Umweltbeeinträchtigungen am Urlaubsort bemerkt hat. Bis heute hat sich der Anteil deutlich erhöht.

Dies betrifft nicht nur die üblichen Beschwerden über Abfälle oder verschmutzte Strände, sondern auch die Klagen über Lärm, Baustellen im Urlaubsort, Luftverschmutzung oder Zerstörung von Bauten durch Abgase. Auffallend ist, dass die Beschwerden überwiegend von jüngeren Personen (unter 30 Jahren) geäußert werden.

Natur im Blickpunkt. Dass die Sehnsucht nach der Natur und deren aktiven Erlebnis stark zunimmt, bestätigt auch eine Studienreihe der Forschungsgruppe Wandern an der Universität Marburg⁸ zum Profil der deutschen Wanderer: Beim neuen Wandern geht es in erster Linie um **Naturgenuss und Entspannung**. Während die Natur von der Industriegesellschaft immer stärker zurückgedrängt wird, steht sie im Freizeitbereich immer höher im Kurs. So halten 80 % aller Deutschen die Devise „Zurück zur Natur“ für „in“, ein gleich hoher Prozentsatz der Jugend glaubt, ohne Natur nicht leben zu können. Der Wunsch nach Naturerlebnis pur ist in den letzten Jahren bei 80 % zum entscheidenden Urlaubsmotiv avanciert – vor etwa 20 Jahren lag diese Quote noch unter 40 %.

Da vor allem die Schutzgebietsverwaltungen in Österreich mit einer umfassenden „Naturkompetenz“ ausgestattet sind, können sie bzw. ihre Mitarbeiter den Gästen während geführter Wanderungen oder Touren nicht nur Wissenswertes über das Thema Natur, sondern auch ein Erlebnis für sämtliche Sinne und den meditativen Zugang zum Naturgenuss in optimaler Weise vermitteln.

⁷ Opaschowski, H.(2001): *Wie wir morgen arbeiten und leben - Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft*, Hamburg

- **Gesundheits- und Wellness-tourismus weiter im Aufwind**

Einen anhaltenden Wachstumszweig der touristischen Nachfrage stellen Tourismusangebote im präventiven Gesundheitsbereich dar. Von 1999 bis 2002 ist allein das Interesse an Wellnessurlaub in Deutschland um 125% gestiegen.⁹ Die Ursachen hierfür liegen unter anderem in den steigenden Anforderungen in der Arbeitswelt, dem wachsenden Anteil älterer Menschen, den zurückgehenden öffentlichen Gesundheitsleistungen und dem steigenden Gesundheitsbewusstsein. Kaum eine Branche hat in den letzten Jahren derart grundlegende Umwälzungen erlebt wie die Gesundheitsbranche. Der Wertewandel basiert auf einem Paradigmenwechsel von der passiven zur aktiven Gesundheit.

Bei 3,5% aller Urlaubsreisen der Österreicher war ein „Gesundheitsurlaub“ das Hauptmotiv (vgl. Tab. 11), bei den Inlandsreisen betrug der Anteil 6,4% (144.000 Gesundheitsurlaube), wobei sich der Anteil seit 1990 (3,7%) fast verdoppelt hat.

Bei 4,6% aller Urlaubsreisen bzw. 6,1% der Inlandsreisen der Österreicher (135.000) stand die Ausübung von Sommersport-/Fitnessaktivitäten im Mittelpunkt der Reise. Dieses Reisemotiv gewinnt kontinuierlich an Bedeutung.

Tabelle 11: Urlaubsreisen der Österreicher 2000 nach Reisezweck/Motiv

Reisezweck	Insgesamt		Inland
	In 1.000	In %	In %
Wandern	486,2	7,0	17,8
Bergsteigen	37,2	0,5	0,7
Ausruhen/Erholen	1.435,7	20,8	24,5
	1.959,1	28,3	43,0
Tennisurlaub	27,5	0,4	0,5
Reiturlaub	13,4	0,2	0,5
Radfahrurlaub	79,8	1,2	2,2
Sonstig. Sommersport	194,8	2,8	2,9
	315,5	4,6	6,1
Gesundheitsurlaub	242,1	3,5	6,4
Studien- und Besichtigungsreise	1.258,5	18,2	9,0
Quelle: Laimer, P. u. Schreiber, K. (2001): Urlaubsreisen der Österreicher im Jahr 2000, Stat. Nachrichten/9/2001			2001

⁸ Info: www.staff.uni-marburg.de

⁹ F.U.R. Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen e.V. (2000): Die Reiseanalyse – Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren Reiseanalyse, Hamburg 2000

Körper- und Ganzheitsbewusstsein der Menschen stehen im Mittelpunkt. Die Nachfrage nach Aufhalten in Gesundheitshotels mit den verschiedensten Schwerpunkten in einer intakten Natur und Landschaft wird weiter stark zunehmen, wobei dem Qualitätsaspekt (Anwendung wissenschaftlich fundierter Methoden, spezifisch und sehr gut ausgebildetes Fachpersonal) bzw. den entsprechenden betrieblichen Infrastrukturen nun größte Bedeutung zukommt. Zahlreiche Trittbrettfahrer des Wellnessrends werden aus dem Markt ausscheiden.

Der Wellness-Boom in Österreichs Hotellerie scheint aber noch ungebrochen: Im Zeitraum von Herbst 2003 bis Herbst 2004 erhöhte sich die Zahl der Wellness-Betriebe um 84 Hotels (13 %) auf knapp 700 Unternehmen. Wie aus der Grundlagenstudie „Gesundheit und Wellness“ der Österreich Werbung aus dem Jahr 2002 hervorgeht, stellen die Wellness-Gäste folgende Ansprüche an den Aufenthaltsort, die auch für die Schutzgebiete von Relevanz sind: Viel Grünflächen, Angebot gesundes Essen, wenig Verkehr, schöne Aussicht, unberührte Natur, Wandermöglichkeiten.¹⁰

- **Trend zu sanften erlebnisreichen Sportaktivitäten**

Der reine Sporttourismus wird immer nur eine begrenzte Bedeutung haben. Die "sanften" Formen haben aber beste Expansionschancen. Sowohl rein passive Erholung wie hyperaktiver Sport ist out.

Beim Sporttourismus spielt weniger die Grundmotivation "Wettkampf, Leistung, Konkurrenz" eine Rolle, sondern viel mehr die der körperlichen Bewegung bei sportlich-spielerischer Betätigung. Mit dem steigenden Durchschnittsalter der Bevölkerung wird diese Grundmotivation noch weiter zum Tragen kommen.

Die Nachfrage nach bewegungsorientierter Erholung, nach Freizeitsport und sportiven Tourismusaktivitäten wächst z.T. äußerst dynamisch. Das stark von Modeströmungen bestimmte Angebot - v.a. bei Abenteuer- und "Fun"-Sportarten - hat sich multipliziert. Der Erlebnischarakter, die Erlebnisqualität sind dabei

¹⁰ Wellness. Wettrüsten? bulletin. Fachmagazin der Österreich Werbung, Oktober 2004, S. 10 ff.

Attraktivitätsmerkmal Nr.1. Aber auch sanftere Aktivitäten, die die sportlich-spielerische Komponente betonen wachsen kontinuierlich.

Auch aus den Ergebnissen der Mikrozensusserhebungen der Österreicher über die ausgeübten Sportarten im Zeitraum 1985 bis 1998 zeigt sich nicht nur die deutliche Zunahme bei fast allen Sportaktivitäten, sondern auch durch die Mehrfachnennungen, dass nebeneinander ausgeübten Sportarten vermehrt vorkommen.

Chancen für die Zukunft bestehen vor allem in der Kombination landschaftsbezogener Sportaktivitäten mit Entspannung und gesunder Ernährung. Ohne moderne Infrastruktur und klar profilierte Angebote werden sich auch hier keine Erfolge einstellen. Zeitgemäße und gesunde Sportangebote können somit die Attraktivität von Schutzgebieten weiter erhöhen und zur Schärfung ihres Profils beitragen. Nicht alle sportliche Aktivitäten sind „schutzgebietsverträglich“, sie sind aber für das (zukünftige) Tourismus- bzw. Freizeitgeschehen in den Anrainergemeinden von Schutzgebieten von zunehmender Bedeutung. Beispielhaft werden einige angeführt

Radfahren: Zwar benutzt erst rund ein Fünftel der Sommerurlauber das Rad im Urlaub. Radfahren bzw. Radwandern hat aber in den letzten Jahren außerordentlich stark an Beliebtheit gewonnen, wobei die Interessen in sehr unterschiedlicher Weise auf kleine Rundfahrten, Halbtags- und Tagesfahrten, Mehrtages- oder richtige Urlaubstouren ausgerichtet sind. Das Angebot (Leihräder, Radwege bzw. -routen, betreute Radausflüge, "Radwandern ohne Gepäck", Package-Touren per Rad, Radfahrten im Rahmen von Fitnessprogrammen) wurde in den letzten Jahren in Österreich zwar sehr stark erweitert, genügt aber häufig noch nicht den steigenden Anforderungen, um wirklich attraktiv zu sein. Das Rad ermöglicht es, die Landschaft ausgedehnter zu erkunden, und ein Radtourismus lässt sich mithilfe organisatorischer Maßnahmen durchaus auch in Schutzgebieten anbieten. Der Erfolg klassischer Radrouten durch Österreich ist ein starkes Indiz für die wachsende Bedeutung des Radfahr-Tourismus, der in Schutzgebieten durchaus eine Berechtigung hat

Mountainbiking: Die äußerst starke Zunahme des Radsports wurde nicht zuletzt von neuen erweiterten Anwendungsbereichen des Radfahrens, wie dem rasant steigenden Mountainbiking, getragen. Quantitativ aber eine noch relativ kleine Zielgruppe. Wachsender Lenkungsbedarf, um Konflikte zu vermeiden (Ausweisen von Mountainbikestrecken, Verbot von Querfeldeinfahrten, Regelung der Haftungsfrage bei Unfällen). Die steigende Bedeutung lässt sich auch daraus entnehmen, dass innerhalb der Angebotsgruppen/-spezialisten der Österreich Werbung sich eine Gruppe als „Mountain-Bike-Hotels“ gebildet hat

Reiten: Nach wie vor ein sehr beachtliches zunehmendes Interesse wird dem Reiten entgegengebracht, wobei für dessen Ausübung in Österreich bereits ein sehr dichtes Angebot besteht. Das Freizeitreiten zählt zu jenen Marktsegmenten mit den höchsten prognostizierten Zuwachsraten.

Nordic Walking ist Bewegung in freier Natur mit einfachen Mitteln ohne Leistungsanspruch. Ähnlich dem Wandern stehen neben der sportlichen Betätigung Naturgenuss und Kommunikation in der Gruppe im Vordergrund. Laut einer Umfrage des Marktforschungsinstitutes market (Jänner 2004) haben bislang bereits 1 Mio. Österreicher (14 %) Nordic Walking zumindest einmal ausprobiert, 8 % betreiben den Ausdauersport gelegentlich, 5 % oder 340.000 Personen sind regelmäßig mit Stockeinsatz unterwegs.¹¹ In Deutschland gibt es derzeit etwa 6 Mio. Walker mit oder ohne Stock, immerhin 9,4 % der Bevölkerung über 14 Jahre. Der Markt ist noch längst nicht erschlossen, denn 8 Mio. Menschen, die bisher nicht aktiv sind, haben Umfragen zufolge ihr Interesse an Walking und Nordic Walking bekundet.¹²

- **Steigende Erlebnisintensität**

Der Wunsch nach Erlebnissen bestimmt das gesamte Freizeitleben, besitzt aber im Urlaub einen besonderen Stellenwert. Urlaubszeit ist auch zukünftig Erlebniszeit. Leben wird durch neue Erfahrungen, die Einbeziehung aller Sinne und starke Emotionen zum Erleben. Hierfür bedarf es entsprechender Anregungen. Die Inszenierung von Erlebnissen wird daher im Tourismus immer wichtiger. Dies gilt u.a. auch für Naturerlebnisse.

⁹ Gruber, A. (2004): Geh-Feuer. In: bulletin. Fachmagazin der Österreich Werbung, April 04, Wien, S.22ff.

Das Erlebnis im Urlaub ist wichtiger als die Destination. Reisen/Urlaub mit echten Kultur- und Naturerlebnissen gewinnen an Bedeutung.

- **Regionalisierung und Authentizität**

Als Reaktion auf die Globalisierung wächst das Bedürfnis nach dem Erleben des Besonderen. Bereits heute wünschen sich 41% der Deutschlandurlauber einen Urlaub abseits der Massen und in ursprünglicher Umgebung¹³. 57 % der Urlauber verbringen ihren Urlaub laut Reiseanalyse 1999 „am liebsten dort, wo man den ursprünglichen Charakter des Ortes fühlt“. Beim Trend zur behaglichen Umgebung werden Destinationen und Urlaubsunterkünfte mit Atmosphäre und hohem Komfort gesucht, quasi als heimische Rückzugsnischen.

Angebote, die das Entdecken der Eigenarten von Natur und Kultur ermöglichen, werden zukünftig stärker gefragt sein. Kultur in Schutzgebieten sollte daher authentisch sein und auf Klischees verzichten. Was zählt, ist auch hier das Besondere und Unverwechselbare.

- **Trend zu naturnahen Tourismusformen**

Zunehmende Urbanisierung und Umweltbeeinträchtigung steigern das Bedürfnis nach authentischem Naturgenuss und Landschaftserleben in möglichst ursprünglicher Naturlandschaft bzw. in attraktiver, gepflegter Kulturlandschaft.

Insgesamt steht für einen naturorientierten Tourismus ein großes Nachfragereservoir zur Verfügung.

Eine Untersuchung aus dem Jahre 1997 über „Urlaubsreisen und Umwelt“¹⁴ ergab, dass rund 30 % der deutschen Urlauber als „naturerlebnisorientiert“ einzustufen sind. Dieser Urlaubertyp ist u. a. durch folgende Merkmale und Merkmalsausprägungen charakterisiert:

Soziodemographisch	mittlere Altersgruppen (30 – 59 Jahre)
	mittlere bis hohe formale Bildung
	mittleres bis höheres Haushaltsnettoeinkommen

¹² Schönege, H. (2004): Megatrend Walking. Jetzt geht's los. In: FIT FOR FUN, 9/04, S.29

¹³ F.U.R. Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen e.V. (2000): Die Reiseanalyse – Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren Reiseanalyse, Hamburg 2000

¹⁴ Laßberg, D. von (1997): Urlaubsreisen und Umwelt – Eine Untersuchung über die Ansprechbarkeit der Bundesbürger auf Natur- und Umweltaspekte im Zusammenhang mit Urlaubsreisen. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, Ammerland

	berufstätig
	kleine Kinder (bis 14 Jahre)
Generelle Reisemotive	Natur erleben
	reine Luft, sauberes Wasser genießen
	aus der verschmutzten Umwelt herauskommen
Urlaubsaktivitäten	Wanderungen, Ausflüge unternehmen
	Naturattraktionen besuchen
	Tier- und Naturparks besuchen
	Fahrrad fahren
	mit Kindern spielen
Traumurlaub	kristallklare Seen
	Echtes erleben
	Ruhe/Einsamkeit
	zu sich selbst finden

Klar positionierte Schutzgebietsangebote sind somit in diesem Segment von den Merkmalen her gut platzierbar.

• Wandern wieder voll im Trend

Das Wandern und Spazieren gelten als die wichtigsten Tätigkeiten der Schutzgebietsbesucher/Urlauber, sie werden durch spezifische Erholungstätigkeiten ergänzt, wie z.B.

- umweltbewusstes und -orientiertes Wandern, Naturbeobachtung,
- Wandern als körperbewusste "Soft-" Sportart,
- thematisch ausgerichtete bzw. angereicherte Wanderungen und Spaziergänge (naturkundliche, kulturell-historische Zielpunkte), aber professionell geführt,
- Wander-Package-Touren,
- Trekking-Touren.

Wandern erlebt wieder eine Renaissance. Wie die Marktforschungsdaten zeigen, nahm die Zahl der Wanderer in Österreich von 1993 bis 2000 leicht ab, seit 2000 ist wieder ein Aufwärtstrend zu verzeichnen:¹⁵ Nach einer Studie des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung 2004 ist das Wandern nach dem Radfahren des Österreicher liebster Freizeitsport. Die Hälfte der Österreicher wandert zumindest gelegentlich, 14 Prozent wandern sogar regelmäßig.

Auch in Deutschland steigt die Zahl der Wanderer. Laut Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse zählten sich 34 Mio. Personen zu den Wanderern, das sind zwei Millionen Personen mehr als 1995. Bemerkenswert ist auch das Faktum, dass überdies immer mehr junge Erholungssuchende wandern. Bereits die Hälfte der Wanderer gehört laut Profilstudie „Deutsche Wanderer 2003“ der Universität Marburg zu Altersgruppe der 20- bis 39-Jährigen. Das Durchschnittsalter der deutschen Wanderer sank seit 1998 von 51 auf 47 Jahre.

Hohes Interessenpotenzial. Auch das Münchner Marktforschungsinstitut IPK International spricht in der Untersuchung „Sommerurlaub in Österreich“ von einer Renaissance des Wanderns. Die Zahlen dazu: Jeder zweite Deutsche outet sich als potenzieller Sommer-Gast für Österreich bis 2006. Österreich dominiert bei den Deutschen den Markt der Sommerurlaube in die Berge und hält in diesem Segment den hohen Anteil von 50 Prozent. Die Renaissance des Wanderns mit Naturerlebnis in den unterschiedlichsten Facetten birgt somit für die Schutzgebiete Österreichs noch jede Menge **Wachstumsperspektiven**, wobei das hohe Interessenpotenzial durch entsprechende schutzgebietstouristische Marketingmaßnahmen zu nutzen und zu sichern ist.

Wertvolle Anhaltspunkte bzw. grundlegende Informationen für die Gestaltung eines Angebotes für den Wanderurlaub in Schutzgebieten beinhaltet eine psychologische Grundlagenstudie zum Thema Wandern, die die Österreich Werbung 1998 in Auftrag gab:

- * Generell wandern rund 55 % der deutschen Urlauber während ihres Urlaubes, 81 % wandern oder erkunden die Umgebung ihres Feriendomizils zu Fuß.
- * 66 % aller Österreich-Urlauber gehören zur Zielgruppe der Wanderurlauber.

¹⁵ Ahrens, S. u. Gruber, A. (2004): Come-back zu Fuß. In: bulletin. Das Fachmagazin der Österreich Werbung, Sept. 04, Wien, S. 17 ff.

Dem Wandern liegen drei vorrangige Motivbündel zugrunde. Alle lassen sich hervorragend mit dem Produkt Schutzgebietstourismus verbinden. Es geht um:

- * das Erlebnis visueller Reize (Betrachten von Pflanzen, Beobachten von Tieren, Erleben der Eigenheiten der Landschaft)
- * das Erlebnis der unberührten Natur
- * die Freude an der Bewegung.

- **Die Zunahme des Ausstellungs- bzw. Besichtigungstourismus hält an**

In Verbindung mit dem steigenden Umweltbewusstsein kann in diesem Bereich gerade ein Schutzgebiet (Bildung im Bereich Natur, Besichtigung) ein attraktiver Anziehungspunkt sein. Das Potenzial ist hier bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

- **Campingtourismus**

Im Hinblick auf die relativ hohe Bedeutung von Camping- und Caravantouristen in den Schutzgebieten und deren Vorfeld ist festzustellen:

- * weiterhin Wachstumssegment,
- * steigende Qualitätsansprüche, internationale Konkurrenz und regelmäßige Bewertungen (z.B. ADAC) erfordern laufende Verbesserung der Platzinfrastrukturen und Dienstleistungen
- * Interessenschwerpunkte bei jüngeren und mittleren Altersgruppen mit höherem Einkommen und bei Haushalten mit Kindern.

- **Multioptionale Angebote sind gefragt**

Der neue Freizeitkonsument will alles: Er ist in vermehrtem Ausmaß körper- und gesundheitsbewusst, hat höhere Qualitätsansprüche an das Angebot und legt Wert auf eine intakte Umwelt, parallel zu den höheren Qualitätsansprüchen steigt der Wunsch nach Angeboten, die es ermöglichen, auch „bescheiden“ zu sein. Das Streben, dem Alltag zu entfliehen, der Wunsch nach mehr Selbstbestimmung sowie mehr Selbstverwirklichung und nach Konsumation von nicht „vorgefertigten“ Erlebnissen werden stark zunehmen. Auch werden sich die Freizeitstile in einer Art Baukastensystem weiterentwickeln, woraus hohe

Anforderungen an das touristische Angebot, insbesondere im Hinblick auf seine ganzheitliche Erlebbarkeit und seine Flexibilität erwachsen.

- **Höhere Ansprüche an Unterkunft und Service**

Urlaub bleibt die schönste Zeit des Jahres. Hieran wird nicht gespart. Die Nachfrage nach höherwertigen Hotels und Ferienwohnungen mit möglichst individueller Gestaltung wird weiter steigen. Weniger gefragt sein werden Pensionen und Privatzimmer. Der Gast der Zukunft erwartet in allen Gliedern der Servicekette professionelle Dienstleistungen. Servicequalität wird zu einem zentralen Entscheidungskriterium.

- **Beherbergungsangebot: Die Qualität entscheidet**

Die Mengenentwicklung auf dem Beherbergungssektor ist in Österreich bzw. in den Schutzgebietsregionen in ihrer Gesamtheit seit langem zum Stillstand gekommen und nimmt derzeit ab.

- Die Qualitätsanhebung bildet aber weiterhin ein wesentliches Moment der Strukturverbesserung.
- Neue Qualitätsstandards und Qualitätsanforderungen bestimmen die (Ferien-)Hotellerie der Zukunft.

Bei der Angebotsgestaltung genügt es nicht, vage auf Qualität zu setzen. Qualität muss genau definiert werden und zeigt sich in der professionellen Gestaltung einer thematisch orientierten, erlebnisreichen Urlaubswelt.

- **Gastronomie: Erlebnis und Kommunikation sind gefragt**

Schlafen, Essen und Trinken zählen zu den Grundbedürfnissen des Menschen. Unterkunft und Gastronomie bilden daher die Basis des touristischen Angebotes einer Region.

Folgende Trends sind für die gastronomische Angebotsprofilierung der Schutzgebietsregionen von besonderer Bedeutung:

- Das zelebrierte Erlebnis von "gut Essen und Trinken" ist weiterhin ein wichtigerer Akt der Selbstdarstellung.
- Der Stellenwert der Ernährung nimmt weiter zu, qualitative Gesichtspunkte gewinnen an Bedeutung.

- Die Ess- und Trinkgewohnheiten sind durch eine immer höher werdende gastronomische Erfahrung geprägt.
 - Die gute Gastronomie in einem Urlaubsort erfährt eine immer größer werdende Bedeutung bei der Wahl des Urlaubszieles.
 - Gastronomische Zielpunkte werden einen hohen Stellenwert im Ausflugstourismus behalten.
 - Der Trend zur bodenständigen Gastronomie (Regionalküche), wo nicht unbedingt um "Hauben" gekocht wird, setzt sich weiter fort: gesund, frisch, aus biologischem Anbau, verfeinert bodenständig bis originär rustikal.
-
- **Einfache Information und Buchung**

Zeitknappheit, höhere Serviceansprüche und mehr Reisen lassen keinen Raum für langwierige Auswahl- und Entscheidungsprozesse. Gefragt ist eine zeitgemäße Informationsvermittlung, d. h., vollständige Informationen und Buchungsmöglichkeiten zu allen Angeboten und Einrichtungen der Destination. Vor allem bei der Information über Reiseziele und -angebote wird daher das Internet weiter an Bedeutung gewinnen. Touristische Websites werden deutlich professioneller. Gewünscht werden außerdem möglichst einfache Buchungsmöglichkeiten. Zentrale Buchungshotlines und Onlinebuchungen werden daher zum Standard gehören. In Europa wird der Anteil der Onlinebuchungen in der Tourismusbranche im Jahr 2006 auf 10 % steigen.¹⁶

Durch den Trend zu spontanen Reiseentscheidungen werden Angebote mit Überraschungseffekt gesucht, die in wenigen Minuten gebucht werden können.

Internet, Gäste-Cards, Direktmarketing und außergewöhnliche Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen gewinnen somit für die Tourismuswirtschaft in den Schutzgebietsregionen immer mehr an Bedeutung

- **Gesteigerte Ansprüche an die Infrastruktur**

Eine stetige wachsende Reiseerfahrung hat aus den Touristen kompetente, anspruchsvolle Kunden gemacht. Die zeitgemäße tourismus- bzw.

¹⁶ Prognos AG (2003): Zukunft des Tourismus in Europa bis 2010: Weichenstellung in der Tourismusbranche. Medienmitteilung, Basel

freizeitrelevante Infrastruktur wird als selbstverständlich vorausgesetzt, ihr Fehlen als Mangel bemerkt. Umgekehrt kommen auch nicht mehr Urlauber, wenn solche Einrichtungen isoliert im Ort stehen.

Die Ausstattung der Herkunftsgebiete der Gäste mit Sport-, Freizeit- und Kultur-Einrichtungen bessert sich laufend. Wenn die Gäste diese Einrichtungen im Urlaub nutzen, u.a. weil sie mehr Zeit und Ruhe dazu haben, bringen sie in jedem Falle ein hohes Anspruchsniveau mit. Der Trend geht weg Zugkräftig auf Dauer sind nur ganz besondere regionsspezifische Varianten oder Top-Qualität. Sport, Freizeit- und Kulturinfrastruktur muss das thematische Erlebnis in der jeweiligen Region perfekt ergänzen und steigern.

6. WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE VON SCHUTZGEBIETEN UND DES SCHUTZGEBIETSTOURISMUS

6.1 Vorbemerkungen

Den regional wirtschaftlichen Auswirkungen von Schutzgebieten wird seit jeher besondere Bedeutung beigemessen, da eine Reihe von positiven Auswirkungen, speziell von größeren Schutzgebieten, ausgehen. Folgende mögliche wirtschaftliche Chancen sind zu nennen:

- + Wirtschaftliche Impulse durch Mittelzufluss
- + Multiplikatoreffekte
- + Zunahme der direkten und indirekten Beschäftigung
- + Imagegewinn durch Prädikatisierung (Erhöhung des Bekanntheitsgrades, Wettbewerbsvorteil als Tourismusdestination)
- + Stärkung der regionalen Identität
- + Erhaltung der Kulturlandschaft als Ressource für die regionale Landwirtschaft und den Tourismus
- + Qualitätssteigerung des tourismusrelevanten Angebotes / Spezialisierung (Qualitätstourismus)
- + Verbesserung der lokalen/regionale Infrastruktur
- + Einnahmen für die Gemeinden

Ziel des Bearbeitungsabschnittes ist es daher, einerseits die quantitativen regionalwirtschaftlichen Auswirkungen (Wertschöpfung, Beschäftigung) der Schutzgebiete (Betrieb, Errichtung) und des Schutzgebietstourismus in Österreich erstmalig in grober Form zu erfassen, andererseits aber auch Schlussfolgerungen abzuleiten.

6.2 Beschäftigungseffekte von LIFE-Projekten in Europa

LIFE ist ein Förderprogramm der EU zur Erhaltung wertvoller Lebensräume. Für die im Jahr 1996 durchgeführten LIFE-Projekten in den 15 Staaten der Europäischen Union liegt eine Evaluierung vor, die zum Ziel hatte, die direkten Beschäftigungseffekte von 63 Projekten zu erfassen.¹⁷ Die gesamten Ausgaben für diese Projekte beliefen sich auf rund € 88,9 Mio.

Die direkten Beschäftigungseffekte der LIFE-Projekte bezogen sich ausschließlich auf die Effekte der Personalausgaben im Rahmen der Durchführung der Projekte. Darüber hinausgehende Effekte (direkte Beschäftigungseffekte anderer Ausgabenkategorien) bzw. indirekte und sekundäre Effekte wurden nicht berücksichtigt. Effekte von Ausgaben zusätzlicher Besucher der Schutzgebiete o.ä. blieben ebenfalls ausgeschlossen.

Die Ausgaben in der oben genannten Höhe beinhalten Personalausgaben in Höhe von insgesamt 21,5 %, d.s. rund € 19 Mio. Über die durchschnittliche Projektdauer von 3,3 Jahren wurden damit Beschäftigung im Ausmaß von rund 470 bis 520 Vollerwerbsarbeitsplätzen geschaffen, dies entspricht rund 1.540 bis 1.700 Personenjahren.

Die Beschäftigungsintensität dieser Personalausgaben ist relativ hoch und entspricht rund 1,5 bis 2,0 Personenjahren pro € 72.673 (bzw. 1 Mio. ATS) an Personalausgaben. Dies ist vergleichbar mit den Beschäftigungseffekten, wie sie auf Basis der österreichischen Input-Output-Tabelle zu erwarten sind.

Von den oben genannten Beschäftigungseffekten in der Größenordnung von bis zu 1.700 Personenjahren entstanden rund 63 % beim Projektträger, während 37 % externe Beauftragte („Zulieferer“) darstellten. Rund 45 % der

¹⁷Zitiert nach: Getzner, M.; Jost, S. & Jungmeier, M. (2001): Regionalwirtschaftliche Auswirkungen von Natura 2000-Schutzgebieten in Österreich. Studie i. Auftrag WWF Österreich, Klagenfurt, S. 19 f.

Personalausgaben gingen an universitäres Personal, während 32 % an Arbeiter gingen. Die Personalausgaben nach einzelnen Tätigkeitsfeldern können ebenfalls aufgegliedert werden: Allgemeines Personal (Verwaltung, Koordination, Forschung, wissenschaftliche Leitung) war zu 57 % beteiligt, während Personal zur Durchführung der Maßnahmen (z.B. Biotopmaßnahmen) zu 24 %, Überwachungspersonal zu 12 % und Tätigkeiten in der Öffentlichkeitsarbeit zu 7 % vertreten waren.

Fazit. Es kann zwar keine allgemeine Aussage zur Beschäftigungswirkung durch derartige Umweltmaßnahmen gemacht werden, allerdings handelt es sich um Mittelzuflüsse in oftmals periphere, ländliche und/oder isolierte Gebiete mit häufiger wirtschaftlicher Benachteiligung. Allerdings ist die regionale Beschäftigungssicherung abhängig von den regional vorhandenen Kapazitäten, da häufig Leistungen von außen (z.B. Universitäten) zugekauft werden müssen, dadurch kann der regionale Beschäftigungseffekt geringer sein.

6.3 Volkswirtschaftliche Effekte von Schutzgebieten

6.31 Nationalparks

Einen guten Überblick über die (regional-) wirtschaftlichen Effekte bietet die Untersuchung des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung. KLETZAN und KRATENA (1999)¹⁸ führten eine regionalwirtschaftliche Wirkungsanalyse (mit ganz Österreich als Untersuchungsraum) der vier Nationalparke Hohe Tauern, Kalkalpen, Neusiedler See-Seewinkel und Donau-Auen durch (Gesamtfläche 223.882 ha), in der sie allerdings die Ausgaben der Nationalparkbesucher ausklammerten.

Die Untersuchung der volkswirtschaftlichen Effekt der Nationalparke ergab folgendes (KLETZAN/KRATENA, 1999, S. 40 ff.):

- Die zu einem Wirtschaftssektor zusammengefassten vier Nationalparke tätigten 1998 Ausgaben in der Höhe von € 16,7 Mio. (230 Mio. ATS). Darin eingeschlossen sind Transfers (Entschädigungszahlungen für entgangene Nutzungsmöglichkeiten) an die Land-, Forst- und Jagdwirtschaft,

¹⁸ Kletzan, D., Kraterna (1999): Evaluierung der ökonomischen Effekte von Nationalparks. Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung (WIFO), Wien

Investitionen, Personalaufwand und Ausgaben für bezogene Vorleistungen in der Höhe von € 4,5 Mio. (62 Mio. ATS). Daraus entstand in den Nationalparks ein Bruttoproduktionswert von € 11,5 Mio. (158 Mio. ATS) bei einer geschätzten Wertschöpfung von rund € 6,2 Mio. (85 Mio. ATS).

Gemäß den Berechnungen mit einem Input-Output-Modell resultiert ein totaler Output-Effekt bzw. ein Bruttoproduktionswert von knapp € 24 Mio. (330 Mio. ATS). Der Multiplikator, um von den Gesamtausgaben des Sektors „Nationalparke“ zum Bruttoproduktionswert zu gelangen, beträgt 1,44.

- In einem zweiten Schritt bereinigten KLETZAN und KRATENA die Berechnungen um den so genannten „Naturschutzeffekt“. Dieser ergibt sich aus den Transfers an die Land-, Forst- und Jagdwirtschaft sowie den davon ausgehenden erhöhten Konsumausgaben. Der Multiplikator, um von den Gesamtausgaben abzüglich der Transfers zum totalen Output-Effekt abzüglich des „Naturschutzeffektes“ (in der Höhe von € 0,2 Mio. bzw. 3 Mio. ATS) zu gelangen, beträgt 1,94.

Der errechnete Multiplikator von 1,94 bedeutet, dass jeder Euro, der im Sektor Nationalpark investiert wird, einen weiteren Euro bewegt. Der ausgelöste Gesamteffekt unter Einbeziehung der vor- und nachgelagerten Sektoren der Wirtschaft ist also doppelt so hoch wie die ursprünglichen Ausgaben.

- Ebenfalls mit Hilfe des Input-Output-Modells wurde geschätzt, dass die betrachteten vier Nationalparks in Österreich 1998 direkt für 128 Vollzeit-Arbeitsplätze sorgten. Weitere 194 Vollzeit-Arbeitsplätze sind indirekt, d.h. in den Sektoren, welche Vorleistungen an die Nationalparke liefern, auf die Nationalparke zurückzuführen. Es resultiert eine Gesamtzahl von 322 **Personen**, die dank den Nationalparks vollzeitlich beschäftigt sind.

Im Jahr 2001 beliefen sich die gesamten Ausgaben für die fünf Nationalparks Hohe Tauern, Kalkalpen, Neusiedler See, Donau-Auen und Thayatal (Gesamtfläche 225.212 ha) auf € 26,16 Mio. (360 Mio. ATS), wobei je die Hälfte vom Bund und den Ländern bereitgestellt wurde. Unter Heranziehung des Multiplikators von 1,44 aus dem Jahr 1998, ergibt sich ein

Bruttoproduktionswert des Sektors „Nationalparks“ von € 37,67 Mio. (518 Mio. ATS).

Nach Auskunft der Nationalparkverwaltungen waren 2001 rund 185 Personen direkt in den Parks beschäftigt, wobei 50 bis 60 Personen Saison-Arbeitskräfte waren. Unter Anlehnung der errechneten Beschäftigungseffekte aus dem Jahr 1998 sind durch die Multiplikatoreffekte weitere 300 Arbeitsplätze indirekt auf die Nationalparke zurückzuführen. Insgesamt waren 2001 somit rund 485 Personen durch den Betrieb der fünf Nationalparks großteils vollzeitlich beschäftigt.

Aus den jährlichen Ausgaben lässt sich folgende grobe Schätzung vornehmen: Durchschnittlich entsteht pro € 72.673 (pro 1 Mio. ATS) an Ausgaben ein direkter Beschäftigungseffekt von rund 0,5 Personen. Berücksichtigt man auch die Multiplikatoreffekte bzw. den erzielten Bruttoproduktionswert, ergibt sich daraus ein laufender Beschäftigungseffekt von rund 0,9 Personen. Aus den Ergebnissen ist auch abzuleiten, dass 2001 durch die Errichtung und den Betrieb der fünf Nationalparks ein Bruttoproduktionswert von € 167 pro Hektar Schutzgebietsfläche ausgelöst wurde, der durch die Ausgaben der öffentlichen Hand bewirkt wurde.

Schweiz: Der einzige Schweizerische Nationalpark verfügte 1998 über Einnahmen von insgesamt 2,8 Mio. Franken. Darin enthalten ist ein Beitrag des Bundes in der Höhe von insgesamt 2,2 Mio. Fr.¹⁹ Legt man diese Mittel des Bundes auf die Nationalparkfläche um (16.887 ha), betragen die Ausgaben des Bundes 130 Fr. bzw. 84 € pro Hektar. In Österreich lag 1998 der durchschnittliche öffentliche Mitteleinsatz für die vier Nationalparks bei 74 €, 2001 für fünf Nationalparks bei 116 € pro Hektar, also in einer vergleichbaren Größenordnung. Informationen über die wirtschaftlichen Auswirkungen dieser „Geldinjektionen von außen“ in die Schweizerische Nationalparkregion liegen nicht vor.

6.32 Ramsar-Gebiete

Für die Abschätzung der wirtschaftlichen Effekte der Ramsar-Gebiete sind die getätigten Ausgaben im Zeitraum 1995-1999, die vom Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie publiziert wurden, ein Ausgangspunkt.

¹⁹ Küpfer, I. (2000) a.a.O., S 121

Im Zeitraum 1995 bis 1999 betragen die gesamten Ausgaben für die Errichtung und den Betrieb der vier Ramsar-Gebiete € 6,24 Mio., das waren insgesamt € 2,07 Mio. pro Jahr oder € 116 pro Hektar. Unter Heranziehung des Multiplikators von 1,44 aus dem Jahre 1998 für die Nationalparks, errechnet sich ein jährlicher **Bruttoproduktionswert** dieser Schutzgebiete von insgesamt rund € 3,0 Mio. bzw. von durchschnittlich € 168 pro Hektar, wobei die Unterschiede nach den vorhandenen Größenkategorien der Ramsar-Gebiete beträchtlich sind.

Tabelle 12 : Ausgaben für LIFE-Projekte 1995-1999

Ramsar-Gebiete	Dauer (Jahre)	Fläche ha	Ausgaben Mio. €	Ausgaben pro Jahr Mio. €	Ausgaben pro ha pro Jahr €
Stauseen a. Unteren Inn	3	870	3,82	1,27	1.450
Rheindelta-Bodensee	3	1.960	0,52	0,17	87
Waldviertler Teich, Moor.u.Fl.	3	13.000	0,87	0,29	22
Flusslandschaft Lafnitztal	3	2.000	1,03	0,34	170
insgesamt		17.830	6,24	2,07	118

Quelle: Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie (1999); zitiert in: Getzner, M. et al. (2001) a.a.O.

Unter Anlehnung der errechneten nationalparkrelevanten Beschäftigungseffekte sind insgesamt 40 Personen direkt und indirekt durch die vier Ramsar-Gebiete beschäftigt.

6.33 Naturparke

Aus der Studie „Österreichweite Naturparkumfrage“²⁰ aus dem Jahr 2001 ist zu entnehmen, dass von den 32 befragten Naturparkverwaltungen 28 Naturparke angaben, über ein Jahresbudget bzw. über ein Ausgabevolumen für den laufenden Betrieb von insgesamt € 1,64 Mio. (22,6 Mio. ATS) pro Jahr zu verfügen (durchschnittlich € 58.717 pro Naturpark), das zur Hälfte von der öffentlichen Hand aufgebracht wird. Pro Hektar Naturparkfläche ergeben sich daraus € 9,3 Ausgaben pro Jahr, was gegenüber den Schutzgebietskategorien Nationalparks und Ramsar-Gebiete sehr gering ist. Hochgerechnet auf die derzeit bestehenden 39 Naturparks in Österreich ergibt sich ein geschätztes Ausgabenvolumen von etwa € 2,3 Mio. pro Jahr.

²⁰ Kölbl, J. (2001): Österreichweite Naturparkumfrage. Studie i. Auftrag des BMLFUW, Marienhof.

Legt man den Multiplikator von 1,44 auch den Naturparks zugrunde, resultiert daraus ein jährlicher Bruttoproduktionswert von grob geschätzt rund € 3,3 Mio. bzw. von etwa € 13,3 pro Hektar. Zum Vergleich: Nationalparks € 167 pro Hektar.

Aus der Studie geht auch hervor, dass die Betreuung bzw. Verwaltung der Naturparks durch Parkbeschäftigte/-betreuer, geringfügig Beschäftigte, freie Mitarbeiter oder teilweise durch Bedienstete der jeweiligen Naturpark-Gemeinden durchgeführt wird. Im Durchschnitt sind etwa 3 Personen pro Naturpark tätig (Naturparks mit Angaben der Mitarbeiterzahl), insgesamt somit etwa 120 direkt, wobei nur ein Teil davon Vollarbeitsplätze sind. Zu den 120 direkt Beschäftigten sind etwa weitere 20 bis 25 Arbeitsplätze durch Multiplikatoreffekte indirekt auf die Naturparke zurückzuführen, insgesamt somit rund 140.

6.34 Zusammenfassung

Folgende wirtschaftliche Effekte können durch die Errichtung und den Betrieb der Schutzgebieten festgestellt werden: Die Gesamtausgaben für die Schutzgebiete können jährlich mit rund € 34 Mio. veranschlagt werden (einmalige und laufende Ausgaben), wobei der Großteil, nämlich fast € 30 Mio., auf die sieben Nationalparks entfällt. Daraus resultiert ein jährlicher Bruttoproduktionswert des „Sektors Schutzgebiete“ von fast € 50 Mio. (für die Nationalparks Gesäuse und Nockberge wurden die Ausgaben hochgerechnet). Für die Nationalparks und die Ramsar-Gebiete errechnet sich ein Bruttoproduktionswert von durchschnittlich € 168 pro Hektar und Jahr, für die Naturparks ein Mittelwert von über € 13.

Bezüglich der Beschäftigungseffekte der Schutzgebieten lässt sich folgende Schätzung vornehmen: Rund 730 Personen finden durch die Schutzgebiete eine direkte und indirekte Beschäftigung. Aus den erzielten Bruttoproduktionswert kann pro 1 Mio. Euro ein Beschäftigungseffekt von 14,9 Personen abgeleitet werden. Berücksichtigt man nur die Nationalparks und die Ramsar-Gebiete, beträgt der Beschäftigungseffekt 12,9 Personen pro 1 Mio. Euro Bruttoproduktionswert.

6.4 Wirtschaftliche Effekte des Schutzgebietstourismus

6.41 Schutzgebiete als Besuchsziel der Erholungssuchenden

Das Prädikat „Schutzgebiet“ steht aus Sicht der erholungssuchenden Bevölkerung bzw. der Touristen für eine vom Menschen weitgehend unberührte Landschaft sowie für Natur. Diese erleben zu können, sich in ihr zu erholen und in ihr und von ihr zu lernen, sind wichtige Besuchsmotive vieler Touristen bzw. Erholungssuchender. Die am weitesten verbreitete touristische bzw. freizeitlevante Aktivität in Schutzgebieten dürfte das Wandern sein. Daneben ist auch die Möglichkeit, Tiere zu beobachten, aus der Sicht der Touristen bzw. Erholungssuchenden sehr attraktiv.

Österreich

Über 90 % der Österreicherinnen halten die **Nationalparks** nicht nur für eine wichtige Einrichtung zum Schutz der Natur und Erholung, sie werden offensichtlich auch gerne besucht. Wie aus einer Fessel-GfK-Umfrage aus dem Jahr 2000 hervorgeht, haben 51 % der Österreicher (über 15 Jahre) schon einen der fünf Nationalparks Hohe Tauern, Kalkalpen, Neusiedler See, Donau-Auen und Thayatal besucht.²¹ Aus der Mehrthemen-Umfrage geht aber nicht hervor, ob der Besuch / die Besuche im Rahmen von Tagesausflügen oder eines Urlaubsaufenthaltes durchgeführt wurden.

Bezieht man die 51 % auf die Grundgesamtheit der Bevölkerung ab 15 Jahre (6,68 Mio. lt. Volkszählung 2001), so haben mit Stand 2000 beachtliche **3,4 Mio. Österreicher** die fünf Nationalparks schon einmal besucht.

Wie die folgende Übersicht zeigt, hat das Angebot von Nationalparks in den einzelnen Bundesländern offensichtlich auch Einfluss bei der Bevölkerung, einen Nationalpark zu besuchen.

²¹ Fessel-GfK (2000): Nationalparks in Österreich. Im Auftrag des BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien.

Bevölkerung über 15 Jahre in	Nationalparks schon einmal besucht in %	Personen absolut in Mio. 1)
Burgenland	74	0,17
Salzburg	63	0,27
Wien	60	0,82
Kärnten	58	0,27
Steiermark	52	0,53
Niederösterreich	51	0,66
Oberösterreich	39	0,44
Tirol	35	0,19
Vorarlberg	22	0,06
Österreich insgesamt	51	3,42

1) ITR-Berechnungen

Für 61 % der „Nationalparkbesucher“ bzw. 2,1 Mio. Personen war der jeweilige Nationalpark ein bewusst angestrebtes Besucherziel, 34 % gaben dagegen an, zufällig dort gewesen zu sein.

Die von der österreichischen Bevölkerung bisher am meisten besuchten Nationalparks sind die Nationalparks Neusiedler See und Hohe Tauern.

Nationalparks	Schon mehrmals besucht in %	Schon einmal besucht in %
Neusiedler See	37	31
Hohe Tauern	36	35
Donau-Auen	21	25
Kalkalpen	16	19
Thayatal	5	13

Frage: „Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diesen Park/dieses Gebiet schon besucht haben.“

Der Besuch von Nationalparks hängt sehr markant von der Entfernung ab: So wird der Nationalpark Hohe Tauern in erster Linie von Salzburgern, Tirolern und Kärntnern besucht, der NP Neusiedler See von Burgenländern und Wienern, der NP Kalkalpen von Oberösterreichern und Tirolern, der NP Thayatal von Niederösterreichern und der NP Donau-Auen von den Wienern.

Nach einer Besucherstromanalyse für den Bereich Lobau des NP Donau-Auen, wurden 1999 hochgerechnet 599.700 Erholungssuchende in der gesamten

Lobau verzeichnet (FREIRAUM, 2000), über 90 % der Besucher stammten aus Wien und der NP-Gemeinde Groß-Enzersdorf. Die Besucher wurden auch nach der Motivation des Lobaubesuches befragt: Sport- und Erholungsbedürfnisse waren mit 35 % die häufigste Nennung, gefolgt vom Naturerlebnis (27 %) und der Nähe zum Wohnort (21 %). Der Nationalpark Lobau als Besuchsmotiv wurde mit 1,9 % nur wenig genannt. Umgerechnet auf Besucherzahlen bedeutet dies, dass der Nationalpark Bereich Lobau im Jahr 1999 von rund 11.400 Nationalpark-Tagestouristen frequentiert wurde.

Im Jahr 2000 wurde diese Analyse auch für den niederösterreichischen Teil des NP Donau-Auen durchgeführt. Nach Mitteilung der Nationalparkverwaltung wurden eine Besucherzahl von rund 1 Mio. Erholungssuchenden in der Region errechnet, wobei der Anteil der Besucher mit Motiv Nationalpark nur 4 % beträgt.

Aus einer OGM-Umfrage²² aus dem Jahre 2002 geht hervor, dass rund ein Drittel (34 %) der befragten Österreicher (ab 15 Jahre) in den letzten zwei Jahren einen Nationalpark in Österreich besucht haben. Hochgerechnet auf die Bevölkerung ab 15 Jahre (6,68 Mio. lt. Volkszählung 2001), waren das immerhin 2,27 Mio. Österreicher innerhalb von zwei Jahren (grobgeschätzt 1,14 Mio. pro Jahr).

Innerhalb dieses Zeitraumes wurde der Nationalpark Hohe Tauern am häufigsten besucht, nämlich von 15 % der Befragten. Hochgerechnet ergibt dies eine Besucherzahl von 1,0 Mio. Österreicher innerhalb von zwei Jahren.

Danach folgen die Nationalparks Neusiedler See mit 10 % (entspricht 0,68 Mio.), Donau-Auen mit 5 % (0,34 Mio.) und Kalkalpen mit 3 % (0,2 Mio.).

Die Hälfte (51 %) der Nationalpark-Besucher gaben an, den Nationalpark gezielt besucht zu haben (1,16 Mio.). 47 % der Befragten haben einen Nationalpark im Rahmen eines Urlaubes und 2 % während eines sonstigen Aufenthaltes in der Region besucht.

Im Durchschnitt verblieben die Besucher 2,9 Tage in der Nationalparkregion. Der Besuch von Nationalparks erfolgt durchschnittlich in einer Gruppe von 5,7 Personen.

²² OGM-Österreichische Gesellschaft für Marketing (2002): Studie Nationalparks. Zusammenfassung der Hauptergebnisse. Im Auftrag des BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien.

Oberösterreich. Aus den „Ergebnissen der Nationalpark-Umfrage“²³ im Jahr 2003 der oberösterreichischen Bevölkerung über 18 Jahre geht hervor, dass bereits 54 % der befragten Oberösterreicher bereits einmal im Nationalpark Kalkalpen waren. 38 % haben ihn sogar schon mehrmals besucht, 16 % einmal. Dass noch ein erhebliches Besucher-Potential vorhanden ist zeigt sich darin, dass 63 % der Personen, die den Nationalpark bisher noch nicht besucht haben, einen Besuch beabsichtigen. Am ehesten erwartet man sich dabei attraktive und unberührte Landschaft (60 %), einen Familienausflug in die Natur (23 %), Ruhe und Erholung (22 %) sowie Wanderwege (16 %).

Neusiedler See- Seewinkel. Im Rahmen einer Haushaltsbefragung in den 14 Seewinkelgemeinden im Jahr 1999 wurde u.a. festgestellt²⁴, dass rund neun von zehn befragten Personen der Meinung sind, der Nationalpark ist für die gesamte Region von Bedeutung und bringt Vorteile, zudem wird dem Nationalpark eine große Bedeutung für den Tourismus in der Region eingeräumt. Diese positive Haltung der Bevölkerung zum Nationalpark zeigt sich auch darin, dass viele Seewinkler selbst mehrmals pro Jahr den Nationalpark, Exkursionen, Vorträge und andere Veranstaltungen besuchen.

Schweiz

Auch die periodisch durchgeführte Untersuchung zum Reiseverhalten der schweizerischen Wohnbevölkerung („Reisemarkt Schweiz“) weist „Landschaft und Natur erleben“ als wichtigstes Reisemotiv sowie „Wanderungen machen“ als meistgenannte Aktivität aus (LAESSER/BIEGER, 1998, zitiert in KÜPFER, 2000). Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass auch die Schweizer Bevölkerung ein großes touristisches Interesse an Schutzgebieten aufweist.

Deutschland

Laut einer repräsentativen Umfrage würden 72 % der Bevölkerung Deutschlands ihren Urlaub bevorzugt dort verbringen, wo man sich für den Schutz der Natur durch einen Nationalpark entschieden hat (EMNID, 1999, S. 39). Allerdings darf man den Prozentsatz nicht überinterpretieren, da es sich lediglich um das sogenannte „weiche Besucherpotential“ im Sinne eines generellen Interesses

²³ Market-Institut (Beutelmeyer, W.) (2003): Ergebnisse der Nationalpark-Umfrage. Information zur Pressekonferenz am 4. April 2003, Linz.

²⁴ Schittenhelm, C.(1999): Social Impacts im Tourismus. Am Beispiel Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel. Magisterarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien

handelt und nicht zwischen In- und Ausland differenziert wird. Eine andere Untersuchung ergab, dass die Möglichkeit, einen Natur- oder Nationalpark zu besuchen, für gut 30 % der deutschen Bevölkerung eine wichtige Rolle bei der Reisezielentscheidung spielt (VON LASSBERG, 1997, S. 38).

Eine im Auftrag von WWF durch EMNID 1998 durchgeführte Repräsentativ-Umfrage hat unter anderem ergeben, dass 63,7 % der Bevölkerung Deutschlands über 14 Jahre Nationalparke als „sehr wichtig“ und immerhin noch 31,5 % als „wichtig“ halten. 70 % der Befragten wollten sogar, dass mehr Flächen in Deutschland als Nationalpark unter Schutz gestellt werden.²⁵

6.42 Die schutzgebietstouristische Nachfrage

Vorweg ist festzustellen, dass es derzeit keine Frequenzzählungen der Schutzgebietsbesucher i.e.S. in den einzelnen österreichischen Schutzgebieten gibt.

6.421 Nationalparkbesucher

Im Jahr 2001 wurde im Rahmen der Studie „Nationalparks und Tourismus in Österreich 2001“²⁶ durch Recherchen bei den NP-Verwaltungen die Teilnehmer bei geführten Wanderungen oder Exkursionen sowie bei den Vorträgen erfasst, weiters die Frequenzen über Besucher in NP-Zentren und an besonderen Zielpunkten.

Ergebnis: Die sehr konservative Grobschätzung ergab, dass im Jahr 2001 mindestens etwa 400.000 – 450.000 Besucher ausschließlich wegen des Nationalparks in die fünf Nationalparks Hohe Tauern, Kalkalpen, Neusiedler See, Donau-Auen und Thayatal kamen (Urlaubsgäste aus den Anrainergemeinden, Einheimische, Tagesgäste – Urlauber, Einheimische – aus weiter entfernt liegenden Regionen etc.).

²⁵ EMNID - Institut (1999): Nationalparke – Bundesweite EMNID-Umfrage Mai 1998. In: Die Bedeutung von Nationalparken für den Tourismus. Umweltstiftung WWF-Deutschland, Reihe Nationalparke, Nr. 7, S. 33f

²⁶ Institut für touristische Raumplanung (V. Fleischhacker) (2001): Nationalparks und Tourismus in Österreich 2001. Im Auftrag des BM für Wirtschaft und Arbeit, Tulln.

Steigende Besucherzahlen in den letzten Jahren

Konkrete nationalparkbedingte Besucherzahlen der Nationalparkregionen liegen zwar nicht vor, das Besuchsvolumen dürfte durch das deutlich gestiegene Interesse in den letzten Jahren und den vorliegenden Informationen eine stark steigende Tendenz aufweisen.

Gründe: Das steigende Interesse ist vor allem darauf zurückzuführen, dass neue „Nationalparkhäuser“ bzw. „Nationalparkzentren“ als zentrale Anlaufstellen errichtet wurden (z.B. Nationalpark Zentrum Molln, Nationalparkhaus Thayatal), die in den Aufbaujahren geschaffenen Nationalpark-Infrastrukturen nun auch beworben und genutzt werden, dass die „Nationalparks Austria“ sich seit Mitte 2001 durch gemeinsame Ausstellungen, Informationsmaterial und Veranstaltungen präsentieren, immer mehr Programme für alle Altersgruppen von den Nationalparkverwaltungen angeboten werden und sich die Zusammenarbeit mit Tourismusorganisationen und z.T. auch mit Reiseveranstaltern positiv entwickelt. So nahmen im Jahr 2002 bereits rund 70.000 erwachsene Personen an Exkursionen teil (2000: rund 65.000) und besuchten rund 80.000 SchülerInnen die Nationalparks, im Jahr 2000 waren es 50.000.²⁷ Bei einer Schülerzahl in Österreich von 1,2 Mio. im Schuljahr 2003/04 bedeutet dies, dass bereits 6,6 % aller SchülerInnen des Landes die Nationalparks besuchten, zeigt aber auch gleichzeitig das noch beachtliche Potenzial in diesem Segment auf.

Wie dynamisch sich die Zahl der Nationalparkbesucher entwickelt, zeigt das Beispiel des „kleinsten“ österreichischen Nationalparks **Thayatal**. Hier hat sich allein die erfasste Besucherzahl bei der Infostelle, bei Exkursionsprogrammen, Führungen, NP-Ausstellungen u. a. m. in den letzten vier Jahren von rund 1.600 im Jahr 2000 auf 16.300 im Jahr 2003 erhöht. Die Zunahme hielt auch im Jahr 2004 an, bis Ende August 2004 wurden bereits 20.000 Besucher registriert. Die Gesamtzahl der Nationalpark-Besucher dürfte deutlich darüber liegen.

Auch der Nationalpark **Kalkalpen** zeigt eine kontinuierliche Aufwärtstendenz. Besuchten 1998 rund 150.000 Personen die Schutzgebietsregion, waren es im Jahr 2002 bereits rund 220.000 (ohne Berücksichtigung von etwa 70.000 Personen, die an den zahlreichen Bildungs-, Ausstellungs- und Veranstaltungsprogrammen teilnahmen).

Die durch die vermehrten Besucherangebote stark steigenden Besucherzahlen führen auch zu einer Zunahme der haupt- und nebenberuflichen Nationalpark Mitarbeiter. So werden derzeit im Nationalpark Kalkalpen die Führungen und die Besucherbetreuung von 60 Nationalpark Betreuern durchgeführt. Für das wachsende Exkursions- und Führungsprogramm im Nationalpark Thayatal stehen bereits 25 ausgebildete Mitarbeiter zur Verfügung.²⁸

Eine Schätzung der Zahl der Besucher der Region Nationalpark Hohe Tauern im Sommer 2003 erbrachte eine Gesamt-Besucherzahl von 1,74 Mio., wobei ein Schätzfehler von +/-22 % angegeben wird.²⁹ Die aus einer Verknüpfung einer Vollerhebung an 46 Stellen mit den Ergebnissen von sieben Dauerzählstellen gewonnene Hochrechnung der Besucherzahl der Nationalparkregion ist beachtlich, daraus ist aber nicht erkennbar, wie hoch der Anteil der Besucher ist, der nationalparkbedingt ist.

Beispiel Schweiz

Der Schweizer Nationalpark wurde bis Anfang der 60er Jahre nur von einem kleinen Kreis „eingeweihter Liebhaber“ besucht. Ausgehend anfangs der 60er Jahre stieg die geschätzte Zahl der Parkbesuche bis anfangs der 70er Jahre rasant auf über 250.000 an, die bis Ende der 80er Jahre ihre Gültigkeit behielten. Derzeit liegt die obere Grenze der touristischen Nutzung bei 120.000 bis 180.000 Parkbesuchen pro Sommersaison, wobei diese Angaben auf systematischen Besucherzählungen im Nationalpark basieren (KÜPFER, 2000).

Beispiel Deutschland

Derzeit gibt es in Deutschland 13 Nationalparks. Nach Angaben der jeweiligen Nationalparkverwaltungen besuchen derzeit etwa 45 Mio. Menschen jährlich jene Regionen in Deutschland, in denen die 13 Nationalparke liegen. Ca. 2,15 Mio. von ihnen kommen in direkten Kontakt mit persönlichen Angeboten der Nationalparke, erhalten also „Besucherdienste“, wobei festgestellt wird, dass die erste Zahl ziemlich groß, die zweite zu klein ist.³⁰

²⁷ Pressemitteilung des BMLFUW vom 04.10.01 und 06.03.03

²⁸ Information zur Pressekonferenz am 09.09.04 zum Thema „Wandergipfel im Phyrn-Priel-Gebiet“; Nationalpark Thayatal (2004): Fünf Jahre Nationalpark Thayatal. Ein Tätigkeitsbericht, Hardegg, S. 43

²⁹ Lehar, G. (Institut für Verkehr und Tourismus) (2004): Besucherzählung, Motiv- und Wertschöpfungserhebung im Nationalpark Hohe Tauern (Kurzfassung), Innsbruck

³⁰ Rösner, H. und Hofeditz, F. (2002): Fazit: Stand und Perspektiven der Besucherinformationen in den deutschen Nationalparks. In: Naturschule Nationalpark: Besucherinformation in deutschen Nationalparks – Beispiele und Perspektiven für die Zukunft. Reihe Nationalparke des WWF Deutschland, Band 13, S. 54

Der 1978 eingerichtete **Nationalpark Berchtesgaden** wurde im Jahr 2002 etwa 1,13 Mio. Mal von Tagesgästen und Kurz- bzw. länger verweilenden Urlaubern besucht, wobei der Anteil der „Nationalparktouristen“ im engeren und weiteren Sinne durch andere bundesweit bekannte Besuchermagnete wie der Königsee mit St. Bartholomä, das Salzbergwerk, der Watzmann, die Jennerbahn usw. in der Nationalparkregion relativ gering ist.³¹ Eine Befragung von 1.879 Besuchern im Zeitraum Mai bis Anfang November 2002 ergab, dass 18 % aller Besuche nationalparkbedingt waren, wobei 8 % in die Kategorie „Nationalparktouristen im weiteren Sinne“ und 10,1 % „Nationalparktouristen im engeren Sinne“ (Nationalpark spielte eine sehr große bzw. große Rolle in die Region zu kommen) abzugrenzen waren. Bei der Studie ergab sich ein Anteil an Tagestouristen von 23 % an den Parkplätzen mit Eingang zum Nationalpark. Bei den Tagesausflüglern sind ein Fünftel in einem Umkreis von bis zu 50 km beheimatet, 45 % fahren eine Strecke zwischen 50 und 200 km und knapp 29 % wohnen mehr als 200 km.

Besucherzahl der Nationalparks

Auf Basis der bisherigen Ausführungen und der o.a. vorliegenden Marktforschungsergebnisse lässt sich eine Besucherzahl von derzeit etwa 1,2 bis 1,3 Mio. Personen in den sieben österreichischen Nationalparks grob ableiten, die ausschließlich wegen des Nationalparks kommen, wobei die Besuchersegmente sehr vielfältig sind (siehe oben). Dieses Besuchsvolumen ist aber als Untergrenze anzusehen.

Bedeutung der Nationalparks für die Urlaubsentscheidung

Im Sommer 2003 wurden in den sieben Nationalparks 4,5 Mio. Gästenächtingungen gezählt, davon 1,4 Mio. von Inlandsgästen (vgl. Tab.6). Wie hoch der Anteil jener Sommergäste ist, die ausschließlich wegen des Nationalparks in die Region kamen oder ihn besuchten ist nur zum Teil bekannt.

³¹ Metzler, D. und Job, H.(2003): Regionalökonomische Effekte des Tourismus im Nationalpark Berchtesgaden.

Aus der „Attraktivitätsanalyse Tirol“ vom Sommer 1997 (SCHERTLER, 1998) zeigen die Ortsergebnisse der **Nationalparkgemeinde St. Jakob im Deferegggen**, welchen Einfluss der NP Hohe Tauern auf die Urlaubsentscheidung hat. 7 % der Sommergäste 1997 sagten, dass der Nationalpark sehr wichtig ist und sie durch den Nationalpark erst auf St. Jakob aufmerksam geworden sind, sie zählen demnach zum „engsten Kreis“ der Nationalparktouristen. Für 33 % der Gäste ist der Nationalpark sehr wichtig und eine Garantie für Naturbelassenheit. Diese Gäste können zum „erweiterten Kreis“ der Nationalparktouristen gerechnet werden. Der engste und erweiterte Kreis der Nationalparktouristen liegt somit bei 40 Prozent. Die Vorstellungen bezüglich des Nationalparks wurden weitgehend erfüllt (70 % der Gäste), nur 7 % hätten es sich interessanter vorgestellt. Die verbreitetsten Aktivitäten waren Wanderungen (94 %), Spaziergänge (57 %), Bergsteigen (44 %), Veranstaltungen im Ort (39 %), Angebote des Nationalparks (17 %), Kultur (9 %) und Mountainbiking/Radfahren (9 %).

Aus der Motiverhebung der Urlauber im Sommer 2003 im Nationalpark Hohe Tauern – Osttirol geht hervor³², dass 16 % der Urlauber ohne den Nationalpark nicht in die Region gekommen wären. Für 34 % der befragten Urlauber war der Nationalpark ein wichtiges Kriterium bzw. ein zusätzlicher Anreiz für die Urlaubsortwahl. Für 50 % der befragten Urlauber spielte somit der Nationalpark eine entscheidende Rolle bei der Urlaubsortwahl, wobei bei den Österreichern die Bedeutung des Nationalparks wesentlich größer ist (61 %) als bei den deutschen Urlaubern (48 %).

Als wichtigstes primäres Urlaubsmotiv im Nationalpark wurde „Erholung und Gesundheit in schöner Berglandschaft“ (78,8 %) genannt, zwei Drittel (66 %) der Urlauber sehen im Besuch des Nationalparks die Möglichkeit, dem Massentourismus zu entfliehen, 43,9 % der Nationalpark-Urlauber kamen, um die alpinen Tier- und Pflanzenarten zu sehen und zu erleben, die man sonst nur vom Fernsehen (Büchern etc.) kennt.

Vergleicht man die Befragungsergebnisse der Urlauber des Sommers 1997 und 2003 so zeigt sich, dass sich der Personenkreis, der wegen des Osttiroler Teil des Nationalparks Hohe Tauern in die Region kommt (engster und erweiterter Kreis), deutlich zugenommen hat, nämlich von etwa 40 % auf 50 %.

Jahrbuch für Fremdenverkehr 2003, dwif-München, S. 29ff.

Beispiel Deutschland: Im Nationalpark Harz zeigen die Befragungsergebnisse der Übernachtungsgäste 1995 im direkten Einzugsgebiet des Parks, dass bereits im zweiten Jahr der Nationalparkausweisung 8,4 % der Besucher ausschließlich wegen des Nationalparks gekommen sind, bei 37,6 % der Besucher war die Urlaubsentscheidung durch die Existenz des Nationalparks stark beeinflusst.³³ 46 % der Übernachtungsgäste gingen somit auf den Nationalpark zurück.

Eine im Jahr 1995 in allen Nationalparks Deutschland durchgeführte, standardisierte Besucherbefragung ermittelte, dass im Durchschnitt aller Nationalparke für 50 % der Befragten dessen Existenz eine wichtige, für weitere 18 % sogar eine entscheidende Rolle bei der Reiseentscheidung gespielt hat. Zwar ermitteln andere Befragungen teilweise geringere Werte, trotzdem ist der Nationalparkstatus als Faktor der Reiseentscheidung ein nachweisbarer Effekt.³⁴

Aus den Befragungsergebnissen in der Nationalparkregion Berchtesgaden im Jahr 2002 geht zwar nicht hervor, wie hoch der Anteil der „Nationalparktouristen“ an den gesamten Nächtigungen in der Region ist, von den Nationalparktouristen im engeren Sinne (10,1 %) waren 85,5 % Logiergäste, davon 20,5 % Kurzurlauber (eine bis vier Nächtigungen) und 14,5 % Tagestouisten.³⁵

Beispiel Schweiz: Im Sommer 1998 wurden in den 16 Gemeinden der Nationalparkregion knapp 603.000 Logiergäste verzeichnet (51 % der Jahresfrequenz). Eine Befragung im Sommer 1998 in den Unterkünften der einzigen Nationalparkregion in der Schweiz erbrachte ähnliche Ergebnisse (KÜPFER, 2000). 42 % aller Logiernächte im Sommer gingen auf Personen zurück, die wegen des Nationalparks in die Region gekommen waren und die ihm während ihres Aufenthaltes mindestens einmal besuchten. 7,5 % aller Befragten zählen dabei zum engsten Kreis, jene Gäste also, welche ohne den Nationalpark nicht in die Region gekommen wären.

³² Lehar, G. (Institut für Verkehr und Tourismus) (2004): Besucherzählung, Motiv- und Wertschöpfungserhebung im Nationalpark Hohe Tauern (Kurzfassung), Innsbruck

³³ GWC Wirtschaftsforschung GmbH (1995): Ergebnisse der Besucherbefragung im Nationalpark Harz (Herbst 1995), Unveröff., zitiert in: Knolle, F. (1998): Einflüsse von Umweltbildungseinrichtungen auf Tourismus und Naturschutz in der Nationalparkregion Harz. Vortragsmanuskript ANU-Bundesfachtagung 1998

³⁴ Feige, M. und Hansen, Th. (1999): Wie wichtig sind Nationalparke für den Tourismus? Wissensstand und Handlungsbedarf aus der Markt- und Meinungsforschung. In: Die Bedeutung von Nationalparks für den Tourismus. Umweltstiftung WWF-Deutschland, Reihe Nationalparke, Nr. 7, S. 11

³⁵ Metzler, D. und Job, H. (2003): Regionalökonomische Effekte des Tourismus im Nationalpark Berchtesgaden. In: Jahrbuch für Fremdenverkehr 2003, dwif-München, S. 40.

Auf die Frage der wichtigsten Tätigkeiten während des Aufenthaltes ergibt sich folgende Reihung: Wandern/Bergsteigen (81 %), Naturbeobachten (64 %), Spazieren (45 %), Faulenzen (42 %), Baden (26 %), Radfahren/Mountainbike fahren (20 %) und Museen besichtigen (17 %).

Urlaubsgäste - Anteil nationalparktouristischer Logiernächte in Österreich

Unter der eher konservativen Annahme, dass im Durchschnitt der sieben Nationalparks etwa 35 % der Logiernächte im Sommer 2003 auf Personen zurückgehen, die wegen des Nationalparks in die Region gekommen sind (engster und erweiterter Kreis), dürften demnach mindestens rund 1,5 Mio. nationalparktouristische Logiernächte in Österreich erzielt worden sein.

6.422 Naturparkbesucher

Von den in der Studie „Österreichweite Naturparkumfrage“³⁶ 32 befragten Naturparkverwaltungen liegen von 26 auch die jährlichen Frequenzen der Besucher vor. Im Jahr 2001 wurden die 26 Naturparks von insgesamt 3,06 Mio. Menschen aufgesucht, wobei nicht bekannt ist, aus welchen Besuchersegmenten dieses Nachfragevolumen besteht (Besuche im Rahmen von Tagesausflügen oder eines Urlaubsaufenthaltes). Die Besucherzahlen sind sehr unterschiedlich, sie reichen von 10.000 im Naturpark Geschriebenstein-Irttkö im Burgenland bis 1,0 Mio. im nahe bei Wien gelegenen Naturpark Föhrenberge, der vom Besuchsaufkommen aber als Ausnahme einzustufen ist.

Ohne Berücksichtigung des Naturparks Föhrenberge im Wienerwald liegt die durchschnittliche Besucherzahl bei 82.440 pro Jahr, wobei die in Niederösterreich gelegenen Naturparks mit durchschnittlich 92.100 mehr als doppelt so viele Besucher anziehen, als die Naturparks in der Steiermark, Oberösterreichs und im Burgenland, die im Durchschnitt 44.000 Besucher pro Jahr erreichen.

Gesamtbesucher. Legt man den restlichen 13 Naturparks, von denen keine Frequenzen vorliegen, den Durchschnittswert von 44.000 Besuchern pro Jahr

³⁶ Kölbl, J. (2001) a.a.O.

zugrunde, so kann die Gesamtzahl der Naturparkbesucher abgeleitet werden. Demnach erreichen die 39 bestehenden Naturparke in Österreich ein jährliches Besuchsvolumen von etwa rund 3,6 Mio., was beachtlich ist.

Urlaubsgäste

Im Sommer 2003 wurden in den 141 Gemeinden der 39 Naturparks 3,15 Mio. Gästenächtigungen registriert, davon 1,9 Mio. von Inlandsgästen (vgl. Tab. 6). Es liegen keine Informationen vor, wie hoch der Anteil der anwesenden Sommergäste ist, die wegen des Naturparks in die Region kamen oder ihn besuchten. Es kann aber unterstellt werden, dass der Anteil wesentlich bescheidener ist als in den Nationalparkregionen. Weiters ist anzunehmen, dass in den „jungen“ Naturparks in Tirol und Kärnten, die in sehr tourismusintensiven Gebieten situiert sind (63,5 % aller Naturpark-Sommernächtigungen im Jahr 2003 wurden hier erzielt), der Anteil geringer ist als in den übrigen Naturparkgemeinden Österreichs.

Unterstellt man, dass in den Naturparkgemeinden Niederösterreichs, der Steiermark, des Burgenland, Oberösterreichs und Salzburgs rund 10 %, in Tirol und Kärnten etwa 3 % der Logiernächtigungen des Sommers 2003 durch die Naturparks generiert wurden (engster und erweiterter Kreis), dürften etwa rund 175.000 naturparktouristische Logiernächte in Österreich erzielt worden sein.

6.423 Besucher in den übrigen Schutzgebieten

Die vier Ramsar-Gebiete und der Biosphärenpark Großes Walsertal werden aufgrund ihrer Lage und naturräumlichen Ausstattung im beachtlichen Ausmaß von Erholungssuchenden/Tagesgästen frequentiert. Im Ramsar-Gebiet Waldviertler Teich, Moor- und Flusslandschaft liegen zudem vier stark frequentierte Naturparks (Blockheide Gmünd, Heidenreichsteiner Moor, Nordwald und Schremser Hochmoor), die laut „Naturparkumfrage“ jährlich von 510.000 Erholungssuchenden frequentiert werden (ohne Frequenzangaben vom Schremser Hochmoor).

Da über die Anzahl der jährlichen Schutzgebietsbesucher keine Angaben vorliegen, können lediglich Annahmen getroffen werden. Betrachtet man z.B. in

den Naturparks das Verhältnis zwischen Besuchern und Sommernächtigungen, so ergibt sich in den stark besuchten Nationalparks Niederösterreichs ein Verhältnis von durchschnittlich etwa 1 : 4, ohne Berücksichtigung des stark frequentierten Naturparks Föhrenberge eines von etwa 1 : 3, in den übrigen Naturparks (mit Frequenzangaben) ein Verhältnis von 1 : 1. Das heißt, in Niederösterreich kommen auf eine Nächtigung drei Tagesbesucher (ohne Föhrenberge), die übrigen Naturparks werden von einer gleichen Anzahl an Tagesbesuchern frequentiert, die den Sommernächtigungen entspricht.

Legt man den Ramsar-Gebieten (ohne vier Gemeinden im Gebiet Waldviertler Teich, Moor- und Flusslandschaft, die bereits bei den Frequenzen der Naturparks inkludiert sind) und dem Biosphärenparks Großes Walsertal ein eher konservatives Verhältnis Sommernächtigungen zu Tagesbesuchern von 1 : 1 zugrunde, so kann von folgender Anzahl an Tagesbesuchern pro Jahr ausgegangen werden:

+ Ramsar-Gebiete	195.000 Besucher
+ Biosphärenpark Großes Walsertal	90.000 Besucher

Urlaubsgäste

Im Sommer 2003 wurden im Biosphärenpark Großes Walsertal rund 86.700, in den Ramsar-Gebieten (ohne den vier Naturparkgemeinden) 195.100 Nächtigungen erzielt. Unterstellt man, dass in den Ramsar-Gebieten 3 %, im Biosphärenpark Großes Walsertal 10 % der Sommerlogiergäste wegen des Schutzgebietes in die Region kamen, dürften demnach in den

+ Ramsar-Gebieten	5.900
und im	
+ Biosphärenpark Großes Walsertal	8.700

schutzgebietstouristische Logiernächte erzielt worden sein.

6.424 Die schutzgebietstouristische Gesamtnachfrage

Fasst man die Frequenzen in den behandelten Schutzgebieten zusammen, zeigt sich folgendes Ergebnis:

- + Die Besucherzahl in den Schutzgebieten beträgt etwa 5,1 Mio. pro Jahr.
- + Rund 1,7 Mio. schutzgebietstouristische Logiernächte werden in Österreich erzielt. Das heißt, mehr als ein Fünftel (21 %) aller Sommernachtungen in den Schutzgebietsregionen, gehen auf Besucher zurück, die wegen des vorhandenen Schutzgebietes in die Region kommen.

Tabelle 13: Besucher und schutzgebietsspezifische Nchtigungen in ausgewählten Schutzgebieten 2003

Schutzgebiet	Besucher	Sommernachtungen von „Schutzgebietstouristen“
Nationalparks	1.250.000	1.500.000
Ramsar-Gebiete	195.000	5.900
Biosphärenpark Gr. Walsertal	90.000	8.700
Naturparks	3.600.000	175.000
insgesamt	5.135.000	1.689.600

Quelle: ITR-Berechnungen

6.43 Schutzgebietstouristische Umsätze und Wertschöpfung

6.431 Übernachtungstourismus

Umsatz

Ausgehend von dem im Kapitel 4.622 ermittelten gesamten nächtigungswirksamen Tourismusumsatz (Tabelle 10) und den geschätzten schutzgebietsspezifischen Nchtigungen (Tab.13) kann der schutzgebietstouristische Gesamtumsatz und für die einzelnen Schutzgebietskategorien abgeleitet werden.

Demnach betrug der gesamte schutzgebietstouristische Umsatz im Sommer 2003 rund 213 Mio. €.

Mit fast 194 Mio. € Umsatz erwirtschafteten die sieben Nationalparks 91 % des gesamten Umsatzes. In den 39 Naturparks betragen die naturparkspezifischen Nächtigungsumsätze knapp über 17 Mio. €. Relativ bescheiden sind dagegen die Umsätze in den Ramsar-Gebieten mit 0,7 Mio. € und im Biosphärenpark Großes Walsertal mit 1,2 Mio. €.

Wertschöpfung

Ausgehend vom direkten schutzgebietstouristischen Umsatz (Primärumsatz) in der Höhe von 213 Mio. € lässt sich eine direkte und indirekt induzierte Wertschöpfung von 130 Mio. € ableiten. Aufgrund von Multiplikatorenwirkungen³⁷ erhöhen sich die Wertschöpfungseffekte um weitere 35 Mio. €.

Damit beläuft sich die direkte, indirekte und induzierte schutzgebietstouristische Wertschöpfung auf insgesamt 165 Mio. €.

Tabelle 14: Umsätze und Wertschöpfung durch die schutzgebietsspezifischen Nächtigungen in ausgewählten Schutzgebieten

Schutzgebiet	Umsatz Sommer 2003 in 1.000 €	Wertschöpfung Sommer 2003 in 1.000 €
Nationalparks	193.800	150.140
Ramsar-Gebiete	650	500
Biosphärenpark Gr. Walsertal	1.230	950
Naturparks	17.380	13.460
Insgesamt	213.060	165.050

Quelle: ITR-Berechnungen

³⁷ Da die durch die direkten und indirekten Wertschöpfungswirkungen der schutzgebietstouristischen Nachfrage entstehenden Einkommen weitgehend wieder für Konsumzwecke verausgabt werden und daraus wieder Einkommen entstehen, die wieder zum Teil in den Konsum fließen ist letztlich nach Abschluss dieses Multiplikatorprozesses das durch die Schutzgebietenachfrage geschaffene Einkommen größer als am Beginn des Kreislaufes. Der

Beitrag zur regionalen Beschäftigung

Nach den letztverfügbaren Berechnungen des WIFO bzw. des Instituts für Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik (ifip) der TU Wien kann pro erzieltem Tourismusumsatz von 72.673 € bzw. pro Umsatz-Million ATS ein durchschnittlicher Beschäftigungseffekt von 1,8 Beschäftigten abgeleitet werden.

Auf den schutzgebietstouristischen Gesamtumsatz in der Höhe von 213 Mio. € bezogen, bedeutet dies, dass der Schutzgebiets-Nächtigungstourismus etwa 5.300 Ganzjahresarbeitsplätze sichert.

6.432 Schutzgebietsbesucher - Tagestouristen

Umsatz

Die Zahl der Schutzgebiets-Tagesbesucher wird für die Sommersaison auf mindestens 5,1 Mio. veranschlagt (vgl. Tab. 13). Da über das Ausgabeverhalten von Tagestouristen in den einzelnen Schutzgebieten keine Angaben zur Verfügung stehen, wird angenommen, dass die Besucher im Durchschnitt pro Person 30 € in der Schutzgebietsregion ausgeben. Dieser Wert ist vorsichtig angesetzt.³⁸ Die 5,1 Mio. Tagestouristen in den Schutzgebiets-Regionen generierten somit einen direkten Umsatz von insgesamt 154 Mio. € im Sommer 2003.

Tabelle 15: Umsätze und Wertschöpfung durch Schutzgebiets-Tagestouristen in ausgewählten Schutzgebieten

Schutzgebiet	Umsatz Sommer 2003 in 1.000 €	Wertschöpfung Sommer 2003 in 1.000 €
Nationalparks	37.500	29.051
Ramsar-Gebiete	5.850	4.532
Biosphärenpark Gr. Walsertal	2.700	2.092
Naturparks	108.000	83.668
Insgesamt	154.050	119.343

Quelle: ITR-Berechnungen

Wertschöpfungsmultiplikator ist nach WIFO-Untersuchungen / Berechnungen in einer Größenordnung von 0,27 anzusetzen.

³⁸ In der Untersuchung „Regionalwirtschaftliche Auswirkungen von Natura 2000-Schutzgebieten in Österreich“ (2001), wurden die Tagesausgaben der Besucher zwischen 35,2 bis 51,5 € angesetzt, die als sehr hoch einzustufen sind. Die durchschnittlichen Tagesausgaben der Nationalpark-Tagestouristen im engeren Sinne im Nationalpark Berchtesgaden lagen im Jahr 2002 bei 19,9 €, wobei die Schwankungsbreite von knapp unter 10 bis über 50 € reicht.

Auf die 39 Naturparkregionen entfielen 108 Mio. €, in den sieben Nationalparkregionen wurden 37,5 Mio. € durch die Tagesgäste umgesetzt.

Wertschöpfung

Zur Abschätzung der Wertschöpfung wurden dieselben Multiplikatoren wie für den Übernachtungstourismus verwendet.

Damit resultieren aus den Schutzgebiets-Tagestourismus eine Wertschöpfung von insgesamt 119 Mio. €.

Beschäftigung

Der aus dem Schutzgebiets-Tagestourismus erzielte Gesamtumsatz von 154 Mio. € sichert etwa 3.800 Ganzjahresarbeitsplätze.

6.44 Zusammenfassung

In der Sommersaison 2003 generierten die Schutzgebietstouristen in den Regionen einen Umsatz in der Höhe von 367 Mio. € (5 Mrd. ATS). Daraus wurde eine Wertschöpfung bzw. ein Einkommen von 284 Mio. € (3,9 Mrd. ATS) erzielt und rund 9.100 Arbeitsplätze gesichert.

Der Großteil (63 %) der schutzgebietstouristischen Wertschöpfung entfällt auf die sieben Nationalparkregionen, die eine nationalparktouristische Wertschöpfung von fast 180 Mio. € (2,5 Mrd. ATS) erreichen, wobei 84 % davon auf den wertschöpfungsintensiveren Übernachtungstourismus entfällt. In den Naturparkgebieten ist die Situation umgekehrt, hier werden 86 % der Wertschöpfung durch den Tagestourismus erwirtschaftet. Dies hängt auch damit zusammen, dass in den Naturparkgebieten die Gästebettendichte weitaus geringer ist als in den Nationalparkregionen, wo derzeit im Durchschnitt 44 Betten pro 100 Einwohner angeboten werden. In den Naturparkgebieten liegt dieser Wert nur bei 6 Betten/100 Einwohner (ohne Berücksichtigung der vier Naturparke in Tirol, Salzburg und Kärnten).

Tabelle 16: Gesamtumsätze und Wertschöpfung durch den Schutzgebietstourismus in ausgewählten Schutzgebieten

Schutzgebiet	Gesamtumsatz Sommer 2003 in 1.000 €	Gesamtwertschöpfung Sommer 2003 in 1.000 €
Nationalparks	231.300	179.191
Ramsar-Gebiete	6.500	5.032
Biosphärenpark Gr. Walsertal	3.930	3.042
Naturparks	125.380	97.128
Insgesamt	367.110	284.393

Quelle: ITR-Berechnungen

Werden die regionalwirtschaftlichen Effekte des Nationalparktourismus betrachtet, so liefern die Nationalparks aus der Sicht der öffentlichen Hand ein „Return on Investment“ in bemerkenswertem Umfang: Mit Aufwendungen/Ausgaben von geschätzten 30 Mio. € für die sieben Nationalparks, die vom Bund und den Ländern bereitgestellt werden, wurden im Sommer 2003 rund 179 Mio. € an Einkommen bzw. Wertschöpfung in den Nationalparkregionen gesichert. Das bedeutet auch, dass ein investierter Euro der öffentlichen Hand in den Nationalparkregionen 6,0 Euro an Einkommen sichert.

Diese Gegenüberstellung ist zwar eine grobe Vereinfachung, sie zeigt aber deutlich, dass der Nationalparktourismus i.e.S. in den Regionen ein Vielfaches an Einkommen bringt gegenüber den Mitteln, die vom Bund und den Ländern in die Nationalparkbetriebe hineinfließen.

Beispiel Schweiz: Mit Aufwendungen von 2,2 Mio. Fr. des Bundes für den Schweizerischen Nationalpark wurde 1998 eine nationalparktouristische Wertschöpfung von 17 Mio. Fr. erzielt. Hier sicherte somit ein vom Bund investierter Franken 7,7 Franken an Einkommen in der Nationalparkregion.³⁹

GETZNER et al. (2001, S 169) kommen in ihrer Studie zum Schluss, dass die Vermutung, dass die Einrichtung von Schutzgebieten eine herausragende regionalwirtschaftliche Bedeutung für die betroffenen Regionen hat, teilweise bestätigt wird, da in den ausgewählten Modellregionen hinsichtlich der Errichtung von Natura 2000-Schutzgebieten in Österreich geringfügige bis durchaus

³⁹ Kúpfer (2000) a.a.O., S 121

bedeutende positive regionale Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte zu erwarten sind.

Fazit

Wie in der Untersuchung über die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus im Schweizerischen Nationalpark festgestellt wurde, sind auch in Österreich die Nationalparks aus regionalpolitischer Sicht als eine sehr erfolgreiche Institution zu betrachten. Es ist aber zu berücksichtigen, dass die Nationalpark-Regionsgemeinden mit ihren vielfältigen touristischen Infrastrukturen und ihren 75.800 Gästebetten die entsprechenden Voraussetzungen mitbringen, einen solchen Erfolg erst zu ermöglichen.

Festzustellen ist auch, dass die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus stärker ist als der Parkbetrieb, bei dem jeder investierte Euro, einen weiteren Euro bewegt.

Weiters ist zu berücksichtigen, dass die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung errechnete schutzgebietstouristische Wertschöpfung sich nur auf die Sommersaison beschränkt (54 % Nächtigungsanteil), den behandelten Schutzgebieten aber auch in den übrigen Saisonen eine regionalwirtschaftliche touristische Bedeutung beizumessen ist. Die ermittelten wirtschaftlichen Effekte des Schutzgebietstourismus sind daher als Untergrenze zu betrachten.

7. ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN SCHUTZGEBIETS- VERWALTUNGEN UND TOURISMUS

7.1 Touristische Organisationen

In den großflächigen Schutzgebieten bzw. Nationalparkregionen Österreichs war noch vor einigen Jahren eine Vielzahl von lokalen, Klein- und überregionalen Tourismusorganisationen mit Marketing und Managementaufgaben befasst. Der regionale Organisationsgrad des Tourismus hat sich aber in Österreich in den letzten Jahren mit der stärkeren Durchsetzung des Destinationsmanagements spürbar verändert. Der tourismusorganisatorische Trend zur Gründung von beweglicheren und effizienteren geschäftsfähigen Tourismusgesellschaften, welche die traditionellen Tourismusverbandstrukturen, die administrative Kräfte

der Geschäftsführungen stärker gebunden haben, ablösen, findet auch in den Schutzgebiets-Regionen statt. Das Organisationsniveau des Tourismus in den Schutzgebietsregionen ist entsprechend des touristischen Entwicklungsstandes bzw. Stellenwertes aber unterschiedlich.

Beispiel Nationalparks

Betrachtet man die Nationalparkregionen, so gibt es auf regionaler Ebene derzeit folgende Tourismusverbände/-organisationen, in denen Nationalpark-Gemeinden bzw. deren Tourismusvereine oder Nationalparkverwaltungen Mitglieder sind:

Nationalpark Hohe Tauern

Die früher sehr unterschiedliche und verschachtelte regionale Organisationsstruktur im **Salzburger Teil** hat sich durch die im Jahr 2001 erfolgte Gründung der alle NP-Gemeinden umfassenden „Ferienregion Hohe Tauern GmbH“ verbessert. Gesellschafter sind zu 30 % die Salzburger Land Tourismus GmbH, zu 10 % der Nationalpark und zu 60 % die NP-Gemeinden.

Im **Osttiroler Teil** des Nationalparks wurden kürzlich die ehemals sieben Tourismusverbände in die „Nationalparkregion Hohe Tauern“ zusammengeschlossen, zumindest auf der Organisationsebene nun eine weit bessere Ausgangsbasis geschaffen.

Auch im **Kärntner Teil** sind die Nationalparkgemeinden, die früher verschiedensten regionalen Tourismusorganisationen angehörten, seit 2003 in der „Nationalpark Tourismus GmbH“, in der auch die Kärnten Werbung mit einbezogen ist, zusammengeschlossen.

Nationalpark Kalkalpen

Durch Neuformierung der touristischen Organisationsebenen gibt es nur mehr zwei Verbände in der Region, nämlich die touristisch bedeutsamere Destination Phym-Priel GmbH und den Tourismusverband Steyr-Ennstal.

Nationalpark Gesäuse

In der Region um den Nationalpark gibt es den Tourismusverband Gesäuse, dem vier Nationalparkgemeinden angehören. Nationalparkgemeinden sind auch beim Naturpark Steirische Eisenwurzten und beim Regionalverband Steirisches Oberland Mitglieder.

Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel

Die Nationalparkgemeinden gehören, wie alle Seengemeinden (inklusive Eisenstadt), der 1997 gegründeten „Neusiedler See Tourismus GmbH“ (insgesamt 25 Gemeinden) an.

Nationalpark Donau-Auen

Die (Tourismus)Gemeinden des Nationalparks sind in einem räumlich ziemlich großen Verband organisiert: Von den 13 NP-Gemeinden bilden einige den Kernbereich der rund 40 Gemeinden zählenden „Tourismusregion March-Donauland“. Eine Mitarbeit des Nationalparks erfolgt auch im „neuen“ Tourismusverband Donaudestination, die den Großteil der NÖ Donauregion abdeckt.

Nationalpark Thayatal

Die Nationalparkgemeinde Hardegg ist in der Tourismusregion „Waldviertel Tourismus“ vertreten, eine Zusammenarbeit besteht auch mit der regionalen Vermarktungsgesellschaft „Retzer Land“.

Fazit

Die in den letzten Jahren bzw. in jüngster Zeit stattgefundenen Um- und Neuorganisationen der Tourismusverbände bzw. Vermarktungsgesellschaften in den Nationalparkregionen sind im Hinblick auf die Professionalität bzw. Effizienz des touristischen Marketings positiv zu bewerten, sie zeigen aber auch, dass die Nationalparks regionale Identitätsstifter und Initiatoren von zeitgemäßen touristischen Vermarktungsstrukturen sind.

7.2 Formen der Zusammenarbeit

7.21 Vorbemerkungen

Die Berührungspunkte zwischen Tourismus und Naturschutz sind traditionell groß, das Verhältnis der Schutzgebiets-Verwaltungen und der regionalen/lokalen Tourismusorganisationen bzw. -wirtschaft wird aber in den großflächigen Schutzgebieten in Österreich von beiden Seiten im allgemeinen mehrheitlich als gut und kooperativ bezeichnet, wobei der jeweilige regionale touristische Entwicklungsstand und das Gründungsdatum des Schutzgebietes von Bedeutung sind. Während in tourismusintensiven Regionen das Schutzgebiet bzw. der

Nationalpark die Stellung mehr als Zusatznutzen/-angebot denn als Alleinstellungsmerkmal im Tourismusmarketing einnimmt, ist in wenig tourismusintensiven Regionen das Schutzgebiet bzw. der Nationalpark die primäre Imagekomponente im Marketing.

Zum Teil hat sich die gute Kommunikationsatmosphäre erst nach einer gewissen Anlaufzeit herausgebildet, da vor allem in Errichtungsphasen von großflächigen Schutzgebieten bzw. Nationalparks von konträren Standpunkten und Interessen geprägt waren bzw. sind. Hilfreich ist dabei das in Österreich angewandte und in Planungskonzepten fortgeschriebene Prinzip, ein Schutzgebiet oder einen Nationalpark nicht gegen den Willen der Bevölkerung durchzusetzen, sondern Überzeugungsarbeit zu leisten. Also nicht über die Köpfe der Leute hinweg zu planen und damit „Betroffene“ zu schaffen, sondern eine möglichst breite lokale Zustimmung zu finden. Dem entspricht auch die Vorgehensweise, dass Schutzgebietsflächen freiwillig eingebracht werden. Die entsprechenden Prozesse erfordern allerdings einen längeren Zeitraum und mediatives Geschick der Schutzgebiets-Planer.

Oft rascher als auf betrieblicher bzw. lokaler Ebene hat das Umdenken bei regionalen Tourismusorganisationen eingesetzt und wurden die Vorteile eines Schutzgebietes für den Tourismus erkannt. Die Überlappung der beiderseitigen Interessen sind nämlich groß: Ohne Tourismus könnte die Besucherinformation bzw. die Bildungsaufgabe mangels „Kunden“ ihre Ziele nicht erreichen – schlecht für den Naturschutz. Und ohne Schutzgebiete bzw. Nationalparks und ihre spezifischen, vielfältigen Angebote kämen deutlich weniger Touristen (Urlauber, Tagesgäste) in die Schutzgebiets-Regionen – schlecht für den Tourismus.

7.22 Formen der Zusammenarbeit

Die touristische Zusammenarbeit in den großflächigen Schutzgebieten bzw. Nationalparkregionen ist sehr vielfältig. Folgende Formen können unterschieden werden:

1. Zusammenarbeit mit regionalen bzw. überregionalen Tourismusorganisationen

- Durchführung von gemeinsamen Veranstaltungen, Roadshows u.a.m., mit Tourismusorganisationen (regionale, Landestourismus-Organisationen)

- Mitarbeit der Schutzgebietsverwaltung in überregionalen Tourismusorganisationen, z.B. im Marketingbereich
- Angebotserstellung und -koordination
- Gestaltung von Prospekten und Werbemittel

2. Zusammenarbeit mit touristischen Anbietern

Zu nennen sind folgende erfolgreiche Beispiele (best practice):

- **Angebotsgruppe Urlaub am Bergbauernhof im Nationalpark Hohe Tauern, Osttiroler Teil**

Im Osttiroler Virgental schlossen sich 21 Bergbauernhöfe zu einer Angebotsgruppe (ARGE mit eigenen Statuten und Musskriterien) zusammen. Neben der Erarbeitung eines auf den Nationalpark bezogenen Wochenprogramms wurden auch einige AnbieterInnen zu Natur- und LandschaftsführerInnen ausgebildet. Der Urlaub am Bergbauernhof ist ein erfolgreiches Produkt und gilt als vorbildliches Projekt einer „nationalparkregionalen Allianz“ von unternehmerisch denkenden Bäuerinnen.

- **Nationalparkwirte – Leitbetriebe regionaler Gastronomie**

Die „Gastwirte Nationalparkregion Hohe Tauern“ sind ein Zusammenschluss von 15 Wirten im Pinzgau. Nach außen sind sie erkennbar durch die Auszeichnung mit der Nationalpark Regionalmarke. Die zentralen Bereiche dieser Kooperation sind die Verwendung regionaler Bioprodukte, die Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Hohe Tauern und Familienfreundlichkeit im Restaurant.

- **Naturparkgaststätten**

Im Naturpark Grebenzen wurde ein Angebotsverbund „Naturparkgaststätten“ geschaffen, in dem mehrere Gastronomiebetriebe ihr Angebot um Qualitätsprodukte der heimischen Naturparkbauern erweitern.

- **Ja! Natürlich-Urlaub**

Seit 2000 gibt es in der Nationalparkregion Hohe Tauern dieses Ja!Natürlich-Urlaub Kooperationsprojekt, in dem 60 Vermieter- und 15 Exkursionsbauern sowie 11 Nationalparkwirte involviert sind. Bereits im ersten Jahr wurden rund 5.300 Gästenächtigungen erzielt.

- **Wanderspezialisten im Nationalpark**

In den attraktiven Wandergebieten der Nationalparkregion Kalkalpen wird das Potenzial durch ein gemeinsames Projekt der Nationalparkverwaltung und der Angebotsgruppe der 48 „Wanderspezialisten Nationalpark Kalkalpen“ mit den touristischen Destinationen Steyr- Ennstal und Phyrn-Priel verstärkt genutzt. Auf betrieblicher Ebene wird ein breites Spektrum abgedeckt, es reicht vom kleinen bis größeren Beherbergungsbetrieb. Die Nationalparkregion Kalkalpen wurde dadurch zum 1. Wanderkompetenzzentrum in Oberösterreich. Durch die „Wanderspezialisten“ werden die Nationalpark-Botschaften transportiert. Durch gemeinsame Marketingmaßnahmen und Aktivitäten für die Nationalparkgäste tragen sie zur Steigerung der Nächtigungen, Wertschöpfung nicht nur für den Betrieb, sondern für die gesamte Region bei.

Die Nationalparkregion Kalkalpe ist die erste Destination in Oberösterreich, die Kompetenz im Thema „Wandern“ beweist und damit Vorreiter für andere Wanderdestinationen in Oberösterreich, die noch im Entwicklungsstadium sind.

- **Partnerbetriebe Biosphärenpark Großes Walsertal**

34 Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe (Stand 2002), die zahlreiche Muss- und Kann-Kriterien erfüllen müssen, bieten spezielle Biosphären-Qualität, auch im Tal produzierte und verfügbare Produkte, den Gästen an.

- **Gästekarten**

Gästekarten ermöglichen die Vernetzung vieler, oft auch sehr unterschiedlicher touristischer Betriebe bzw. Einrichtungen. In zwei Nationalparkregionen gibt es bereits Gästekarten, in einer ist sie in Vorbereitung.

Neusiedler See Card (NSC)

Neben rund 700 Beherbergungsbetrieben und 40 Leistungsträgern ist auch der Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel ein Partner dieser regionalen Marketing-Kooperation. Seit dem Jahr 2000 wird den Logiergästen in den 700 Beherbergungsbetrieben die Card gratis angeboten. Nationalparkinteressierte Gäste können damit kostenlos z.B. an Führun-

gen bzw. Exkursionen der Nationalparkverwaltung teilnehmen. Die „Card“ wird von der Nationalparkverwaltung als eine „gute Sache“ bezeichnet.

Naturerlebnis Phym-Priel Card

Auch hier wird seit 2003 die Card für den Gast in der Nationalparkregion kostenlos für die Aufenthaltsdauer zur Verfügung gestellt, wobei 34 Gratisleistungen genutzt werden können, darunter auch Nationalparkeinrichtungen bzw. –angebote. Seit Mai 2004 ist neben der Naturerlebnis Card eine weitere Karte am Markt, die Erlebnis Phyrn-Priel Card, eine Saisonkarte für Einheimische und Tagesausflugsgäste der Region. Auch mit dieser Card können Besucher z.B. an geführte Erlebniswanderungen des Nationalparks Kalkalpen kostenlos teilnehmen.

Nationalpark Hohe Tauern, Teil Kärnten

Im Kärntner Teil des Nationalparks Hohe Tauern ist eine Card in Vorbereitung, die die Kärnten Card mit dem Nationalpark topt. Für die Logiergäste von 40 Beherbergungsbetrieben werden eine Reihe von nationalparkspezifischen Leistungen gratis angeboten.

3. Produktvermarktungen

Zu den Initiativen, die für die regionale Identität und Entwicklung im Sinne einer ganzheitlichen Auffassung einer Nationalpark- bzw. anderen Schutzgebietsregion beachtliche Bedeutung haben, zählen landwirtschaftliche und gewerbliche Produktions- und Vermarktungsinitiativen mit hochwertigen bzw. biologischen Qualitätsprodukten, wie

- die „Biomarke Ja! Natürlich“ des Billa-Konzerns als Hauptpartner in der wirtschaftlichen Weiterentwicklung der Nationalparkregion Hohe Tauern. Neben dem schon seit 1994 laufenden Biomilchprojekt wurde diese Produktvermarktung in den letzten Jahren auf den Fleischbereich ausgeweitet und auch das Handwerk (Holz, Leder, Wolle) der Nationalparkregion einbezogen. Dabei wird die Qualität mit Gütesiegeln und entsprechenden regelmäßigen Kontrollen dokumentiert, die Direktvermarktung nicht nur an Gäste sondern besonders auch an lokale Tourismusbetriebe forciert.

- **Biosphärenpark-Menüs**

Als Attraktivitätssteigerung für den Qualitätstourismus im Biosphärenpark Großes Walsertal wurden bereits umgesetzt: Biosphärenpark-Menüs (mit Produkten vorwiegend aus der Region) oder „Die köstliche Kiste“ mit Produkten aus der Region.

- **Naturparkspezialitäten**

Auch in den Naturparks wird im Bereich Landwirtschaft die zusätzliche Möglichkeit in der Direktvermarktung sowie durch die gemeinsame Vermarktung von Naturparkspezialitäten erkannt. In Zukunft soll eine österreichweite landwirtschaftliche Produktlinie aus Naturparks dazu beitragen, dass typische österreichische Kulturlandschaften geschützt und in ihrer Vielfalt erhalten bleiben.

Seit drei Jahren vermarktet der Verband der Naturparke Österreichs die „Weihnachtskisten“ – Geschenkpakete mit einer breiten Palette verschiedener Spezialitäten aus den Naturpark-Regionen

4. Projektbezogene Zusammenarbeit

Gemeinsame Umsetzung von Projekten, bei der jeder Partner seine Stärken, sein Wissen einbringt. Ein Beispiel dafür ist die Errichtung der „Nationalpark Rast“ auf der stark frequentierten Phyrnautobahn in der Nationalparkregion Kalkalpen, die gemeinsam mit der Tourismusregion Phym-Priel und dem OÖ. Tourismus errichtet und betrieben wird (Info- und Buchungsstelle). Daneben gibt es noch andere gemeinsame Informationsstellen von Schutzgebieten und Tourismus.

Als weitere projektbezogene Zusammenarbeit ist zu nennen:

- Zusammenarbeit mit den Gemeinden der Schutzgebietsregionen und den Tourismusverbänden beim Ausbau und der Verbesserung des mitunter sehr umfangreichen Wander- und Radwegenetzes
- Qualitätsverbesserungen bei Unterkünften, Stützpunkten auf Almen.
- Kooperationen mit Tourismusorganisationen durch gemeinsames Marketing, Service und Package-Entwicklung.

- Ausarbeitung von touristischen Marketingkonzepten oder Leitbildern für Nationalparkregionen um längerfristige Perspektiven für die Schutzgebiete festzulegen.
- Aufbau eines Netzwerkes von „Nationalpark-Partnern“ (Hotellerie, Gastronomie, Gewerbe) im Nationalpark Gesäuse (in Vorbereitung).
- Durchführung von Ausstellungen, Veranstaltungen vor allem im Kulturbereich.

5. Grenzüberschreitende Zusammenarbeit

Dies betrifft vor allem die Nationalparks Thayatal (mit Tschechien) und Neusiedler See – Seewinkel (mit Ungarn), die ein gutes Verhältnis in der Zusammenarbeit bestätigen.

7.3 Dienstleistungsqualität

7.31 Vorbemerkungen

Für die Zufriedenheit der Gäste in einer Schutzgebiets- bzw. Nationalparkregion sind eine Vielzahl schutzgebietstouristischer **Leistungsträger** verantwortlich:

- Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe (Hard- und Software),
- Touristisch relevante Infrastruktureinrichtungen (z.B. Museen),
- Verkehrsträger,
- Tourismus-Informationsstellen,
- Nationalpark-/Schutzgebiets-Informationszentren,
- Geführte Wanderungen/Exkursionen, Rad- und Trekkingtouren, Kutschfahrten u.a.m.
- Ausstellungen, Veranstaltungen.

Ziel der Schutzgebietsregionen/-verwaltungen und der regionalen Tourismusorganisationen ist es, die Gäste durch eine hohe Service-/Dienstleistungsqualität zu befriedigen. Die Leistungserwartung ist aber nicht nur von einzelnen Leistungsträgern abhängig, sondern auch von den individuellen Erwartungen, Bedürfnissen und bisherigen Erfahrungen der Gäste selbst, dem Image der Schutzgebietsregionen, den Informationen aus Bekanntenumfeld der Gäste und dem eigenen Wissen von alternativen Reise-/Besuchszielen. Dazu kommt, dass

die Leistungswahrnehmung subjektiv durch die Qualität der tatsächlich erlebten Dienstleistungen erfolgt, wobei sich das Qualitätsverständnis im Laufe der Zeit verändert bzw. stetig erhöht.

In den Nationalparkregionen ist der Umfang der Angebote und der damit zusammenhängenden unterschiedlichen Dienstleistungen stark gestiegen. Damit wuchsen auch die Anforderungen an reibungslose Abläufe und an die schutzgebiets-stimmige(n) Dienstleistungskette bzw. Leistungsträger. Kommt es bei der schutzgebietstouristischen Leistungserstellung in einem Bereich zu Defiziten bzw. einer Unzufriedenheit, hat dies Auswirkungen auf die anderen Anbieter und Leistungen in der Schutzgebietsregion.

Um die Gäste dazu zu bringen sich über eine bestimmte Destination/ein Schutzgebiet zu informieren, ein Package zu buchen, die Region aufzusuchen, dort einen Urlaub zu verbringen, sich dort wohl zu fühlen, sich zu erholen, die Natur kennen zu lernen u.a.m., bedarf es nicht nur zahlreicher Leistungsträger und ein fehlerfreies Servicemanagement, sondern die Schutzgebiets-Destination ist von den Schutzgebietsverwaltungen und Tourismusorganisationen als eine **touristische Wettbewerbseinheit** aufzufassen.

Die Qualität bzw. Wettbewerbsfähigkeit einer Schutzgebiets-Destination ist erst dann gut, wenn es ihr gelingt, alle Teilelemente/Leistungsträger so zu vernetzen, dass die Qualität des Gesamtproduktes einen hohen Standard erreicht, wobei anzumerken ist, dass die verschiedenen Qualitätsstandards in der Regel von den Gästen vorgegeben werden.

7.32 Dienstleistungsqualität am Beispiel der Nationalparkregionen

Im Rahmen einer Diplomarbeit am Fachhochschul-Studiengang für Tourismus-Management MODUL in Wien wurde die Dienstleistungsqualität der Nationalparkregionen mit Hilfe von Mystery Shopping gemessen, die interessante Ergebnisse bietet.⁴⁰

Mit Hilfe von verschiedenen Anfragen über den Telefon-, Fax-, Post-, E-Mail-Weg (Deutsch, Englisch) an die Nationalparkverwaltungen, lokale, regionale bzw. landesweite Tourismusorganisationen, eines Beschwerdeschreibens und der Anwesenheit Vorort wurden insgesamt 165 sehr detaillierte und nachvollziehbare

⁴⁰ Ostermann, E. (2004): Benchmarking und dessen Anwendbarkeit zur Messung der Dienstleistungsqualität mit Hilfe von Mystery Shopping am Beispiel Nationalpark Kalkalpen. Diplomarbeit am Fachhochschul-Studiengang für Tourismus-Management MODUL, Wien.

Bewertungsbogen vom Autor ausgewertet, die über die Servicequalität der Nationalparks und des touristischen Umfeldes und deren Nationalpark-Kooperationsbereitschaft in der Pre-Phase (vor Antritt eines Nationalparkbesuches), der In-Phase (während des Besuches) und in der After-Phase (nach einem Nationalparkbesuch; Beschwerdeschreiben) Auskunft geben.

Ausgewählte Ergebnisse

Gesamtbewertung

Die Nationalparkregionen konnten im Rahmen der verschiedenen Bewertungsrunden insgesamt 6.000 Punkte erreichen, was den Benchmark darstellt. Sie erreichten in Summe 3.697 Punkte, woraus abzuleiten ist, dass die Nationalparks einen durchschnittlichen Erfüllungsgrad von 62 % der möglichen Punkte erreichen. Dieser erzielte Erfüllungsgrad in Prozent des Benchmarks ist als **durchschnittlich** einzustufen und weist auf ein beachtliches Verbesserungspotential hin, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Betrachtet man die einzelnen Nationalparkregionen, so erreicht die **beste Region** einen Erfüllungsgrad des Benchmarks von 82 % der möglichen Punkte, was als **sehr gut/hoch** einzustufen ist. Die Nationalparkregion mit dem niedrigsten Erfüllungsgrad erzielt dagegen 53 % der möglichen Punkte, d.h. nur knapp die Hälfte des Benchmarks.

Bewertung nach Kommunikationsweg

Am besten schneiden die Nationalparkregionen „**Vorort**“ ab. In diesem Bereich werden 86 % des Benchmarks erreicht.

Bei den „**Post**“- und „**Telefonanfragen**“ erzielen die Nationalparks mit 80 % der möglichen Punkte einen sehr guten Wert, einen guten bei den E-Mailanfragen in deutscher Sprache (72 %).

Der Erfüllungsgrad bei den „**Beschwerdeschreiben**“ an die Nationalparkregionen beträgt 60 %, die E-Mailanfragen in englischer Sprache (Rücklaufquote 63 %) nur 55 %, beide sind somit als **durchschnittlich/bescheiden** einzustufen.

Als **bescheiden** ist auch die Kategorie „**Touristisches Umfeld**“ (Kooperation) einzustufen, sie erreicht einen Erfüllungsgrad von nur 45 % des Benchmarks.

Einzelergebnisse

Die Bewertungsergebnisse der einzelnen touristischen Phasen eines Besuchs in den Nationalparkregionen weichen mitunter sehr stark voneinander ab und zeigen damit das **regionale Verbesserungspotential** in der Dienstleistungsqualität bzw. in der Kundenzufriedenheit auf.

7.4 Zur Frage einer Reisebürokonzession für Nationalparks

7.41 Vorbemerkungen

Da die Einzigartigkeit der Nationalparks oder anderer attraktiver großflächiger Schutzgebiete das primäre Motiv für den potentiellen Besucher ist, wendet sich der potentielle Gast großteils direkt (Mail, Post, Telefon, Fax) an die Nationalparkverwaltungen/-zentren und im geringeren Ausmaß an die lokalen oder regionalen touristischen Vermarktungsorganisationen. Die Nationalparks stehen durch das starke und auch zunehmende Interesse der Besucher auch zunehmend vor der Frage, wie sie den Interessenten, den potentiellen Gast ein schutzgebietspezifisches buchbares, maßgeschneidertes Angebot rasch und problemlos offerieren können.

Da die Nationalparks spezifische Produkte nach den Bedürfnissen der Gäste in vielfältigster und regionsspezifischer Weise erstellen und anbieten und diese auch mit entsprechenden Marketingmaßnahmen bereits erfolgreich am Markt platzieren, zählt eine solche Aktivität zu den privatwirtschaftlichen Bereichen. Die Nationalparkverwaltungen zeigen damit auch, dass sich das Aufgabenfeld um die **Vermarktungsfunktion** erweitert, sie sind grundsätzlich in der Lage das Profil eines Dienstleisters anzutreten, mit dem Ziel, Neukunden, zusätzliche Gäste zu gewinnen und die Wertschöpfung anzuheben, Stammgäste zu pflegen, die Aufenthaltsdauer der Gäste zu erhöhen, das Image der Schutzgebietsregion zu verbessern, den Bekanntheitsgrad zu steigern u.a.m.

Je nach Bedarf, Marktsituation bzw. den regionalen touristischen Rahmenbedingungen könnten somit die Nationalparkverwaltungen als Unternehmer auftreten, wie dies auch in Einzelfällen bereits geschieht. Die

entsprechende Organisationsform GmbH ist bereits vorhanden (gemeinnützige, wirtschaftliche).

7.42 Voraussetzungen

Grundsätzlich ist bei Vorhandensein einer GmbH bei den Nationalparks und die Ausübung einer eingeschränkten oder vollen Reisebürokonzession **kein Widerspruch**. Die Zugangsvoraussetzungen für das reglementierte Gewerbe der Reisebüros sind in der „Reisebüro-Verordnung“ festgelegt.⁴¹

Benötigt wird dazu ein **Gesellschafterbeschluss** der Nationalpark GmbH zur Ausübung einer Reisebürokonzession und das Vorhandensein einer Person, die die **gewerblichrechtliche Befähigung** / fachliche Qualifikation zum Antritt des Gewerbes der Reisebüro erfüllt. Die Konzession könnte zweckmäßigerweise auf das Incoming bzw. die Nationalparkregion „eingeschränkt“ werden.

Welche fachliche Qualifikation für die Ausübung einer Reisebürokonzession erfüllt sein muss, ist im Anhang⁴¹ (Seite 101) im Detail beschrieben. Je nach Bedarf bzw. Zielsetzungen kann eine für die Reisebürotätigkeit befähigte Person somit in der Nationalpark-Gesellschaft als Teil- oder Vollzeitkraft beschäftigt werden.

Liegt eine gemeinnützige Gesellschaft mbH vor, so sind steuerliche Aspekte abzuklären, wobei gegenüber der Finanzbehörde zu argumentieren ist, dass das Nationalparkgebiet ein wirtschaftlich benachteiligte periphere Region ist. Auch wenn in einem Unternehmensbereich des Nationalparks Gewinne erzielt werden, bleibt der Nationalpark immer noch ein Subventionsempfänger.

7.43 Bedarf

Nach Auskunft von Vertretern der Nationalparkverwaltungen bezüglich eines Bedarfes an einer Reisebürokonzession ergibt sich folgende Situation:

- Einige Nationalparkverwaltungen stehen einer Reisebürokonzession sehr positiv gegenüber, sie würden sie sogar „dringend brauchen“. Argumente: Sie können derzeit keine Nationalpark-Pauschalen bzw. Angebotspakete anbieten. Vor allem für Gruppenreisende (auch Schulgruppen) bietet dies Vorteile, diese sind auch bereit, einen Pauschalpreis zu bezahlen. Eine

⁴¹ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich. 76. Verordnung: Reisebüro-Verordnung, ausgegeben am 28. Jänner 2003, Teil II

Reisebürokonzession trägt auch dazu bei, die Qualität der anderen tourismusrelevanten Leistungsträger in der Region zu verbessern.

- Für einige Verwaltungen stellt sich derzeit diese Frage nicht, es sind Incoming-Gesellschaften in der Region vorhanden, sie wollen nicht ins Kreuzfeuer der Kritik geraten und forcieren eher die Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen. Zitat: „Incoming sollen jene machen, die davon etwas verstehen“.
- Es gibt auch Nationalparkverwaltungen, die sich „gegen eine Reisebürokonzession nicht wehren“, sie aber derzeit nicht ins Auge fassen, man ist mit den Führungen, Exkursionen, Veranstaltungen bzw. den Nationalparkaufgaben schon genug ausgelastet.

Fazit

Bei dieser Frage zeigen sich somit bei den Nationalparkverwaltungen sehr voneinander abweichende Meinungen bzw. Einstellungen, die z.T. vom derzeitigen touristischen Entwicklungsstand in der Nationalparkregion bzw. vom Organisationsniveau der Tourismusregion geprägt sind. Grundsätzlich ist aber das Vorhandensein einer Reisebürokonzession bei Nationalparkverwaltungen bzw. -gesellschaften als eine durchaus zweckmäßige Option einzustufen.

8. ZUSAMMENFASSUNG UND FOLGERUNGEN

8.1 Hauptergebnisse

Österreich verfügt über sehr viele Schutzgebiete. Rund 1.300 naturschutzrechtlich geschützte Gebiete in unterschiedlichster Flächenausdehnung gibt es, die rund ein Viertel des Bundesgebietes einnehmen. Im internationalen Vergleich besitzt Österreich somit über zahlreiche, auch großflächige Schutzgebiete. Viele Schutzgebiete liegen in oder an hochentwickelten Tourismusregionen oder besitzen die Funktion als großstadtnahes Erholungsgebiet. Die touristische Nutzung in den Schutzgebietsgemeinden ist daher zum Teil bereits beachtlich, Schutzgebiete geben somit auch wichtige Impulse für die regionale Wirtschaft und sind in vielen Gebieten zu einem wichtigen Bestandteil des regionalen Wirtschaftsgefüges geworden.

Im Rahmen der Untersuchung wurden vier Schutzgebietskategorien ausgewählt, nämlich die sieben **Nationalparks**, vier großflächige **Ramsar-Gebiete**, der **Biosphärenpark** Großes Walsertal und die vorhandenen 39 **Naturparks**, um einen vergleichenden Überblick über die tourismusrelevante Ausgangssituation in den Schutzgebietsregionen, die Besucherzahlen, erste Angaben zur touristischen Wertschöpfung und Informationen über die Zusammenarbeit zwischen Schutzgebietsverwaltungen und Tourismus zu erhalten. Die ausgewählten 51 Schutzgebiete umfassen insgesamt 252 Gemeinden⁴², d.s. mehr als zehn Prozent aller Gemeinden Österreichs.

Bevölkerung

Mit über 634.000 Einwohnern leben fast 8 % der österreichischen Bevölkerung in den Schutzgebietsgemeinden. Das Bevölkerungswachstum zwischen 1991 und 2001 betrug insgesamt 2 %, es war damit geringer als der Österreich-Durchschnitt (3,5 %). Schutzgebiete mit überdurchschnittlicher Bevölkerungsentwicklung weisen entweder bereits einen hohen touristischen Entwicklungsstand auf oder befinden sich im Nahbereich von Agglomerationen. Mehrere Schutzgebiete, die von ihrer Lage als periphere Gebiete zu bezeichnen sind, zeigen dagegen Bevölkerungsabnahmen.

⁴²

Ohne Doppelzählungen; in einigen Gemeinden sind verschiedene Schutzgebietsstrategien vorhanden.

Tourismusangebot

In den ausgewählten Schutzgebietsregionen werden derzeit (2003) über 130.500 Gästebetten bereitgestellt (12,5 % von Österreich), davon rund die Hälfte in der Hotellerie. Das Gesamtbettenvolumen der Schutzgebiete hat sich gegenüber 2000 mit -4,5 % stärker reduziert als in Österreich insgesamt (-3,9 %). Das Beherbergungsangebot zeigt nicht nur mitunter stark voneinander abweichende Unterkunfts- und Qualitätsstrukturen, es sind auch gegenüber der gesamtösterreichischen Angebotsstruktur und Qualitätsdynamik Differenzierungen bzw. Defizite festzustellen.

In den Schutzgebieten hat sich in den vergangenen Jahren eine breite Palette spezifischer Einrichtungen entwickelt. Vor allem in den Nationalparks stellen die bereits vorhandenen und noch weiter im Ausbau begriffenen Angebote, Besucherprogramme und Einrichtungen eines der am stärksten ziel- bzw. neigungsgruppenspezifisch orientierten Angebote im österreichischen Sommertourismus dar. Sie haben den Charakter überregionaler Alleinstellungsmerkmale und besitzen somit ein noch großes Entwicklungspotential. Aber auch in den anderen Schutzgebieten wird dem Besucher der Wert der Natur und die Notwendigkeit des Schutzes der Natur durch zahlreiche geführte Wanderungen, Exkursionen, Vorträgen, Ausstellungen u.a.m. vermittelt.

Nachfragestruktur, Tendenzen, Wirtschaftlichkeit

Mit 14,7 Mio. Gästenächtigungen im Tourismusjahr 2002/03 besitzt der Schutzgebietstourismus einen beachtlichen Stellenwert in der österreichischen Tourismuswirtschaft. Jede achte Gästenächtigung in Österreich wird in den Schutzgebietsgemeinden erzielt. Der Großteil des Nächtigungstourismus wird in den sieben Nationalparkregionen registriert (8,5 Mio.), aber auch in den 39 Naturparkgebieten wird mit 5,7 Mio. Nchtigungen ein beachtliches Nchtigungsvermögen erreicht.

Der zweiseisonalen Tourismus in den Schutzgebieten insgesamt ist eine wesentliche Stärke, die Saisonalität ist aber in den einzelnen Gebieten sehr unterschiedlich, in der Mehrzahl der Schutzgebiete dominiert der Sommertourismus. Rund ein Drittel der Sommerlogiergäste sind Inlands-, zwei Drittel Auslandsgäste. Die Aufenthaltsdauer der 1,4 Mio. Sommergäste ist in den Schutzgebieten mit 5,5 Tagen deutlich länger als in Österreich insgesamt (4,0), wobei die Schwan-

kungsbreite in den ausgewählten Gebieten zwischen rund 2 und fast 7 Tagen liegt.

Die Gesamtnachfrage in den letzten Jahren zeigt in den Schutzgebietsgemeinden einen deutlich positiveren Verlauf als in Österreich insgesamt. Im Zeitabschnitt 2000 bis 2003 konnten die Schutzgebiete im Sommertourismus eine Nächtigungssteigerung um 4,6 % erzielen (Österreich 2,6 %), im gesamten Tourismusjahr betrug der Zuwachs 6,4 % (Österreich 4,4 %). Diese Fakten deuten zumindest derzeit darauf hin, dass Schutzgebiete aufgrund des steigenden Umweltbewusstseins und ihrer spezifischen Angebote ein Attraktivitätsfaktor ist, der eine stärker steigende Tourismusnachfrage nach sich zieht. Die stärksten Nächtigungszuwächse in der Sommersaison 2000 bis 2003 erzielten dabei die Nationalparkregionen mit fast 5 %.

Die Jahresauslastung der 64.400 Gästebetten in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotellerie) liegt mit 132 Tagen (36 %) fast gleich auf mit dem Österreich-Durchschnitt (135 Tage). Im Vergleich zum Jahr 1999/00 konnte die Belegsdauer in den Schutzgebieten um durchschnittlich zwei Wochen, und damit stärker als in Österreich (10 Tage), angehoben werden.

Die Einnahmen bzw. Umsätze durch den Sommer-Nächtigungstourismus in den Schutzgebietsgemeinden lagen in der Saison 2003 bei etwa 1,2 Mrd. €, davon entfielen 0,58 Mrd. € auf die Nationalparks. Die erzielte Wertschöpfung betrug insgesamt 0,94 Mrd. €. Rund 1.500 € betrug im Sommer 2003 der durchschnittliche Einkommenseffekt pro Einwohner in den Schutzgebieten.

Volkswirtschaftliche Effekte von Schutzgebieten

Die wirtschaftlichen Effekte durch die Errichtung und den Betrieb der Schutzgebiete sind beachtlich. Die Gesamtausgaben für die ausgewählten Schutzgebiete können jährlich mit rund 34 Mio. € veranschlagt werden (einmalige und laufende Ausgaben), wobei der Großteil auf die Nationalparks entfällt (ca. 30 Mio. €). Daraus resultiert ein jährlicher Bruttoproduktionswert des „Sektors Schutzgebiete“ von fast 50 Mio. €.

Rund 730 Personen finden durch die Schutzgebiete eine direkte und indirekte Beschäftigung. Aus den erzielten Bruttoproduktionswert kann pro 1 Mio. € ein Beschäftigungseffekt von rund 15 Personen abgeleitet werden.

Wirtschaftliche Effekte des Schutzgebietstourismus

Konkrete schutzgebietsbedingte Besucherzahlen der zahlreichen Schutzgebietsregionen liegen zwar nicht vor, durch Recherchen, Marktforschungsergebnissen bzw. Detailinformationen ist nicht nur ein beachtliches Besuchsvolumen abzuleiten, das sich aus jenen Personen zusammensetzt, die wegen des Schutzgebietes in die Region kommen (engster und erweiterter Kreis der Schutzgebietstouristen), sondern auch stark steigende Tendenz aufweist.

Die schutzgebietstouristische Gesamtnachfrage erreicht derzeit folgende Größenordnung:

- Die Besucherzahl in den ausgewählten Schutzgebieten Österreichs beträgt etwa 5,1 Mio. pro Jahr, davon entfallen 1,25 Mio. auf die sieben Nationalparks und 3,6 Mio. auf die 39 Naturparks.
- Rund 1,7 Mio. schutzgebietstouristische Logiernächte werden in Österreich erzielt. Das heißt, mehr als ein Fünftel (21 %) aller Sommernächte in den Schutzgebietsregionen gehen auf Gäste zurück, die wegen des vorhandenen Schutzgebietes in die Region kommen. Mit 1,5 Mio. Sommernächte von „Schutzgebietstouristen“ erreichen die Nationalparks den größten Anteil.

In der Sommersaison 2003 generierten die Schutzgebietstouristen in den Regionen einen Umsatz in der Höhe von 367 Mio. € (5 Mrs. ATS). Daraus wurde eine Wertschöpfung bzw. ein Einkommen von 284 Mio. € (3,9 Mrd. ATS) erzielt und rund 9.100 Arbeitsplätze gesichert.

Der Großteil (63 %) der schutzgebietstouristischen Wertschöpfung entfällt auf die Nationalparkregionen, die eine nationalparktouristische Wertschöpfung von fast 180 Mio. € (2,5 Mrd. ATS) erreichen, wobei 84 % davon auf den Wertschöpfungsintensiveren Übernachtungstourismus entfällt. In den Naturpark-Gebieten ist die Situation umgekehrt, hier werden 86 % der Wertschöpfung durch den Tagestourismus erwirtschaftet.

Aus regionalpolitischer Sicht sind die Nationalparks als eine sehr erfolgreiche Institution zu betrachten. Mit jährlichen Aufwendungen / Ausgaben von etwa 30 Mio. € für die sieben Nationalparks, die vom Bund und den Ländern bereitgestellt werden, wurden im Sommer 2003 rund 179 Mio. € an Einkommen bzw. Wertschöpfung in den Nationalparkregionen gesichert. Das bedeutet auch, dass

ein investierter Euro der öffentlichen Hand in den Nationalparkregionen sechs Euro an Einkommen sichert, wobei anzumerken ist, dass die Nationalpark-Regionsgemeinden mit ihren touristischen Infrastrukturen und ihren fast 76.000 Gästebetten die entsprechenden Voraussetzungen mitbringen, einen solchen Erfolg erst zu ermöglichen.

Zusammenarbeit zwischen Schutzgebieten und Tourismus

Die in den letzten Jahren stattgefundenen Um- und Neuorganisationen der Tourismusverbände bzw. Vermarktungsgesellschaften in den Schutzgebiets-/Nationalparkregionen sind im Hinblick auf die Professionalität bzw. Effizienz des touristischen Marketings positiv zu bewerten. Die Nationalparks sind dabei regionale Identitätsstifter und Initiatoren von zeitgemäßen touristischen Vermarktungsstrukturen. Die Zusammenarbeit bzw. das Verhältnis der Schutzgebietsverwaltungen und der regionalen Tourismuswirtschaft wird im allgemeinen mehrheitlich als gut und kooperativ bezeichnet, wobei der regionale touristische Entwicklungsstand von Bedeutung ist.

Die touristische Zusammenarbeit in den großflächigen Schutzgebieten ist sehr vielfältig und umfasst primär folgende Formen:

- Zusammenarbeit mit regionalen Tourismusorganisationen, z.B. bei Durchführung von gemeinsamen Veranstaltungen, bei Angebotserstellungen und –koordination, bei Gestaltung von Prospekten und Werbemittel.
- Zusammenarbeit mit touristischen Anbietern, die bereits eine Reihe von erfolgreichen Beispielen (best practice) hervorbrachte, wie die Angebotsgruppe „Urlaub am Bergbauernhof“ oder die „Nationalparkwirte“ im Nationalpark Hohe Tauern, der Angebotsverbund „Naturparkgaststätten“ im Naturpark Grebenzen oder die Angebotsgruppe der „Wanderspezialisten Nationalpark Kalkalpen“.

Dazu zählen auch „Gästekarten“ in Nationalparkregionen, mit denen die Logiergäste und z.T. Tagesbesucher auch Nationalparkeinrichtungen bzw. –angebote gratis nutzen können.

- Produktvermarktungen von hochwertigen bzw. biologischen Qualitätsprodukten aus den Schutzgebieten.

- Gemeinsame Umsetzung von Projekten, bei der jeder Partner seine Stärken, sein Wissen einbringt.

Die bisherigen Erfahrungen bzw. die zahlreichen erfolgreichen Beispiele der touristischen Zusammenarbeit sind in Summe positiv zu bewerten, die Dienstleistungsqualität einer Schutzgebiets-Destination ist aber erst dann gut, wenn alle touristischen Leistungsträger so vernetzt sind, dass die Qualität des Gesamtproduktes einen hohen Standard erreicht.

Wie aus Untersuchungsergebnissen über die Dienstleistungsqualität der Nationalparkregionen hervorgeht, gibt es diesbezüglich noch Unterschiede und weist damit auf regionale Verbesserungspotentiale hin.

8.2 Folgerungen bzw. Empfehlungen

1. Marktanalysen und Trendstudien weisen für den Schutzgebietstourismus trotz derzeitiger allgemeiner Konsumflaute mittel- bis langfristig erfreuliche Wachstumspotenziale aus

Inland: Vor allem die Nationalparks haben bei den ÖsterreicherInnen eine hohe Bekanntheit, aber immerhin etwa die Hälfte der Österreicher über 14 Jahre war noch nicht in den Nationalparks.

2. Die Konkurrenzsituation im Sommertourismus ist allerdings hart: Nur eine durchgängig hohe Produkt- und Servicequalität, die Erfüllung individueller Wünsche, vielfältige Erlebnismöglichkeiten sowie kurzfristig verfügbare Informations- und Buchungswege sichern die Wettbewerbsfähigkeit.

3. Großflächige Schutzgebiete haben im Tourismus schon jetzt österreichweit einen sehr wichtigen Stellenwert und geben wichtige Impulse für die regionale Wirtschaft. Diese Position muss gefestigt und ausgebaut werden.

Die Bereitstellung ausreichender Finanzmittel für die Schutzgebietsregionen ist daher für die Gestaltung eines umweltverträglichen Tourismus von großer Bedeutung.

4. Schutzgebiete müssen ihre touristischen Stärken und ihre spezifischen Profile fördern und ausbauen.

Allerdings müssen die Schutzgebietsregionen auch die Schwächen angehen, die die nachhaltige Tourismusentwicklung noch hemmen.

Am touristischen Angebotssektor sind erforderlich:

- Weitere Anhebung der Qualitätsstruktur und des -niveaus der lokalen bzw. regionalen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Hier liegt in vielen Fällen noch ein beachtliches Verbesserungspotential vor.

Qualitätssteigerung, zielgruppengenaue Angebote und stärkere Serviceorientierung sind die Gebote der Stunde.

- Urlaub am Bauernhof

Aufgrund der Bedeutung für die Erhaltung der Kulturlandschaft sollen landwirtschaftliche Betriebe mit touristischen Zusatzangeboten in Schutzgebietsregionen besonders gefördert werden.

- Verbesserung, Abrundung und gezielte Ausrichtung der Aktivitätseinrichtungen gemäß dem Trend zu sanften erlebnisreichen Sportaktivitäten.

Jede Sportaktivität an jedem Ort kann aber nicht das Ziel sein. Zeitgemäße, gesunde und zugleich natur- und landschaftsverträgliche Sportangebote sollen die Attraktivität von großflächigen Schutzgebieten weiter erhöhen und zur Schärfung des Profils beitragen.

5. Schutzgebiete müssen die sich im Tourismus abzeichnenden Trends nutzen.

Folgende Trends auf der Nachfrage- und Angebotsseite sind in den Schutzgebietsregionen zu berücksichtigen.

Die Touristen wollen:

- Optionen: Ein vielfältiges, jederzeit verfügbares Angebot von naturnahen Erlebnismöglichkeiten im Schutzgebietstourismus heißt vor allem Originales, Ursprüngliches und Authentisches.
- Qualität: Eine stetig wachsende Reiseerfahrung hat aus den Touristen kompetente, anspruchsvolle Kunden gemacht. Die Qualität von Infrastruktur und Service ist ebenso wichtig wie die intakte Natur.
- Low Budget oder Luxus: Der Trend geht weg vom Durchschnittsprodukt zu Durchschnittspreisen. Gefragt sind entweder prestigeträchtige Spitzenangebote oder einfache, aber preiswerte Offerte.

- Kurzfristigkeit: Der Trend geht zu spontan gebuchten Kurzreisen; kurzfristige Informations- und Buchungsmöglichkeiten kommen diesem Bedürfnis auch im Schutzgebietstourismus entgegen.
 - Individualität: Angebote für individuelle, spezifische Reisebedürfnisse und Anlässe ganz bestimmter Zielgruppen werden immer wichtiger. Auch in Schutzgebietsdestinationen wünschen sich die BesucherInnen, dass ihre Bedürfnisse wahrgenommen und (über-) erfüllt werden und ihnen mit Aufmerksamkeit und Freundlichkeit begegnet wird. Mehr denn je bestimmen diese Qualitätsaspekte die Zufriedenheit mit der Reise, die Botschaften an Kollegen, Verwandte und Bekannte und schließlich den erneuten Besuch.
6. Für die schutzgebietspezifische Tourismuswirtschaft und auch Verwaltung heißt das:
- Neue Vertriebswege: Internet, GästeCards, Direktmarketing und außergewöhnliche Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen gewinnen immer mehr an Bedeutung.
 - Nationalpark - GästeCard

Wo noch keine regionalen GästeCards vorhanden sind, soll durch Schaffung einer NationalparkCard - entweder zu einem günstigen Pauschalpreis oder für Logiergäste auch gratis - den Besuch der wichtigsten Einrichtungen, Sehenswürdigkeiten und Angebote in der Region ermöglicht, weitere Besuchsanreize geschaffen werden.
 - Marken: Klare Images und Qualitätsprodukte vermitteln Sicherheit.
 - Markttransparenz: Gefragt sind rasche vollständige Informationen und Buchungsmöglichkeiten zu allen Angeboten und Einrichtungen der Schutzgebiete.
 - Verbesserung des Internet-Auftrittes

Für die Erstinformation über ein Zielgebiet bzw. Schutzgebiet wird das Internet immer wichtiger. Einem professionellen, aktuellen und serviceorientierten Internet-Auftritt der Schutzgebietsregionen kommt daher erhöhte Bedeutung zu.
 - Kurzer Weg zum Produkt

Eine schnelle Bearbeitung von Anfragen aller Art (von Telefon-,E-Mail- bis Fax-Anfragen) sollten selbstverständlich sein. Hier liegt noch ein mitunter beachtliches Verbesserungspotential vor.

Es ist zu prüfen, ob und in welcher Form eine zentrale Auskunft- und Informations- bzw. Anlaufstelle für die österreichischen Nationalparks zweckmäßig ist.

- Kooperation: Der Schutzgebietstourismus kommt nur dann nachhaltig voran, wenn die Akteure kooperativ und arbeitsteilig zusammenwirken.

Um nachfragegerechte regionale Angebote/Pauschalen zu erstellen, ist Kooperation statt Konkurrenzdenken gefragt.

- Pauschalangebote, Reisebürokonzession

Immer mehr Gäste wünschen Reisen aus einer Hand und einen möglichst unkomplizierten Zugang zum Produkt. Attraktive schutzgebietstouristische Pauschalangebote mit individuellen Bausteinen finden daher starken Zuspruch, besonders dann, wenn sie auch online buchbar sind. Derzeit ist z.B. kein „Gesamtpaket Nationalpark xy“ buchbar.

Je nach Bedarf bzw. den regionalen Rahmenbedingungen ist in dieser Hinsicht daher das Vorhandensein einer Reisebürokonzession bei Nationalparkverwaltungen bzw. -gesellschaften als eine durchaus zweckmäßige Option einzustufen.

- Kundenbindung: Es ist nach wie vor einfacher und kostengünstiger, zufriedene Gäste durch Kundenbindung zu halten, als völlig neue Kundenkreise zu erschließen. Kundenbindung bedeutet, dafür Sorge zu tragen, dass der Gast mit dem Produkt mehr als „zufrieden“ ist, den Einsatz von Instrumenten wie Mailings, aber auch einen professionellen Umgang mit Beschwerden.
- Laufende, systematische Marktforschung, Gästebefragung, Besucherzählung.

9. ANHANG

76. Verordnung des Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit über die Zugangsvoraussetzungen für das reglementierte Gewerbe der Reisebüros (Reisebüro-Verordnung)

Auf Grund des § 18 Abs. 1 der Gewerbeordnung 1994, BGBl. Nr. 194, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. 1 Nr. 111/2002, wird verordnet:

Zugangsvoraussetzungen

§ 1. (1) Durch die im Folgenden angeführten Belege ist die fachliche Qualifikation zum Antritt des Gewerbes der Reisebüros (§ 94 Z 56 GewO 1994) als erfüllt anzusehen:

1. das Zeugnis über die erfolgreich abgelegte Befähigungsprüfung oder
2. a) Zeugnisse über den erfolgreichen Besuch einer Fachakademie für Tourismus oder eines mindestens Lehrveranstaltungen im Ausmaß von 600 Unterrichtsstunden umfassenden Universitätslehrganges, dessen schwerpunktmäßige Ausbildung im Bereich des Tourismus liegt, oder eines Fachhochschul-Studienganges, dessen schwerpunktmäßige Ausbildung im Bereich des Tourismus liegt, oder einer wirtschaftswissenschaftlichen Studienrichtung an einer Universität, sofern hiebei eine besondere betriebswirtschaftliche Ausbildung auf dem Gebiet des Tourismus absolviert wurde, und
b) eine nachfolgende, mindestens einjährige fachliche Tätigkeit oder
3. a) Zeugnisse über den erfolgreichen Abschluss einer berufsbildenden höheren Schule oder deren Sonderformen, deren Ausbildung im Bereich Tourismus mit einem für das reglementierte Gewerbe spezifischen Schwerpunkt liegt, und
b) eine nachfolgende, mindestens eineinhalbjährige fachliche Tätigkeit oder
4. a) das Zeugnis über die erfolgreich abgelegte Lehrabschlussprüfung im Lehrberuf Reisebüroassistent und
b) eine nachfolgende, mindestens zweijährige fachliche Tätigkeit oder
5. a) Zeugnisse über den erfolgreichen Besuch einer mindestens dreijährigen berufsbildenden Schule, mit einem für das reglementierte Gewerbe spezifischen Schwerpunkt, und
b) eine nachfolgende, mindestens zweijährige fachliche Tätigkeit oder
6. Zeugnisse über die Absolvierung folgender Tätigkeiten:
 - a) ununterbrochene dreijährige einschlägige Tätigkeit als Selbstständiger oder als Betriebsleiter, wenn für die betreffende Tätigkeit eine Ausbildung wie in Z 2a, 3a, 4a, oder 5a, die aber mindestens dreijährig gewesen sein muss, nachgewiesen wird, oder
 - b) ununterbrochene dreijährige einschlägige Tätigkeit als Selbstständiger oder als Betriebsleiter, wenn für die betreffende Tätigkeit eine Ausbildung wie in Z 2a, 3a, 4a, oder 5a, die aber mindestens dreijährig gewesen sein muss, nachgewiesen wird, oder
 - c) ununterbrochene vierjährige einschlägige Tätigkeit als Selbstständiger oder als Betriebsleiter, wenn für die betreffende Tätigkeit eine Ausbildung wie in Z 2a, 3a, 4a,

- oder 5a, die aber mindestens zweijährig gewesen sein muss, nachgewiesen wird, oder
- d) ununterbrochene dreijährige einschlägige Tätigkeit als Selbständiger oder als Betriebsleiter, wenn für die betreffende Tätigkeit eine mindestens fünfjährige einschlägige Tätigkeit als Unselbständiger nachgewiesen wird, oder
 - e) ununterbrochene fünfjährige einschlägige Tätigkeit als Unselbständiger, wenn für die betreffende Tätigkeit eine Ausbildung wie in Z 2a, 3a, 4a, oder 5a, die aber mindestens dreijährig gewesen sein muss, nachgewiesen wird, oder
 - f) ununterbrochene sechsjährige einschlägige Tätigkeit als Unselbständiger, wenn für die betreffende Tätigkeit eine Ausbildung wie in Z 2a, 3a, 4a, oder 5a, die aber mindestens zweijährig gewesen sein muss, nachgewiesen wird.
- (2) Die Befähigung für eine auf Teiltätigkeiten, ausgenommen die Veranstaltung von Pauschalreisen gemäß Art. 2 Z1 der Richtlinie des Rates vom 13. Juni 1990 über Pauschalreisen (90/314/EWG), eingeschränkte Ausübung des Reisebürogewerbes ist nachzuweisen durch
- 1. Zeugnisse über eine der im Abs. 1 Z 1 bis 6 genannten Ausbildungsarten, wobei die Dauer der fachlichen Tätigkeit jeweils ein halbes Jahr weniger beträgt, oder
 - 2. das Zeugnis über die erfolgreich abgelegte Befähigungsprüfung für die eingeschränkte Ausübung des Reisebürogewerbes.

Übergangsbestimmungen

- § 2. Zeugnisse über bestandene Befähigungsnachweisprüfungen gemäß § 5 und gemäß § 32 Abs. 2 der Reisebürogewerbe-Befähigungsnachweisverordnung, BGBl. Nr. 451/1994, sowie gemäß § 3 der Reisebürogewerbe-Befähigungsnachweisverordnung, BGBl. II Nr. 95/1999, gelten als Zeugnisse über die Befähigungsprüfung gemäß § 1 Z 1. Ebenso gelten Zeugnisse gemäß § 7 in Verbindung mit Zeugnissen gemäß § 11 der Reisebürogewerbe-Befähigungsnachweisverordnung als Zeugnisse über die Befähigungsprüfung gemäß § 1 Z. 1.

10. LITERATURVERZEICHNIS

Ahrens, S. u. Gruber, A. (2004): Come-back zu Fuß. In: bulletin. Das Fachmagazin der Österreich Werbung, Sept. 04, Wien

Biosphärenpark Großes Walsertal (2002): Partnerbetrieb Biosphärenpark, Thüringenberg

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich. 76. Verordnung: Reisebüro-Verordnung, ausgegeben am 28. Jänner 2003, Teil II

EMNID - Institut (1999): Nationalparke – Bundesweite EMNID-Umfrage Mai 1998. In: Die Bedeutung von Nationalparken für den Tourismus. Umweltstiftung WWF-Deutschland, Reihe Nationalparke, Nr. 7

F.U.R. Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen e.V. (2000): Die Reiseanalyse – Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren Reiseanalyse, Hamburg

Feige, M. und Hansen, Th. (1999): Wie wichtig sind Nationalparke für den Tourismus? Wissensstand und Handlungsbedarf aus der Markt- und Meinungsforschung. In: Die Bedeutung von Nationalparken für den Tourismus. Umweltstiftung WWF-Deutschland, Reihe Nationalparke, Nr. 7

Fessel-GfK (2000): Nationalparks in Österreich. Im Auftrag des BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien

Fleischhacker, V. (2003): Nationalparks und Tourismus. In: Mitteilungen des Österreichischen Alpenvereins, Nr. 1 / 03, S. 21-23, Innsbruck

Getzner, M.; Jost, S. & Jungmeier, M. (2001): Regionalwirtschaftliche Auswirkungen von Natura 2000-Schutzgebieten in Österreich. Studie i. Auftrag WWF Österreich, Klagenfurt

Gruber, A. (2004): Geh-Feuer. In: bulletin. Fachmagazin der Österreich Werbung, April 04, Wien

GWC Wirtschaftsforschung GmbH (1995): Ergebnisse der Besucherbefragung im Nationalpark Harz (Herbst 1995), Unveröff., zitiert in: Knolle, F. (1998): Einflüsse von Umweltbildungseinrichtungen auf Tourismus und Naturschutz in der Nationalparkregion Harz. Vortragsmanuskript ANU-Bundesfachtagung 1998

Information zur Pressekonferenz am 09.09.04 zum Thema „Wandergipfel im Phym-Priel-Gebiet“

Institut für touristische Raumplanung (ITR): TourismusProfile für Gemeinden. Eine Stärken- und Schwächencharakteristik des Ist-Zustandes und der Entwicklungstendenzen des Tourismus, Tulln-Wien

Institut für touristische Raumplanung (V. Fleischhacker) (1995): Nationalparks und Tourismus in Österreich. Stellung, Struktur und Tendenzen der Tourismuswirtschaft sowie Perspektiven und Grenzen der Tourismusnutzung in

den Nationalparkregionen. Im Auftrag des BM für Wirtschaft und Arbeit, Tulln-Wien

Institut für touristische Raumplanung (V. Fleischhacker) (2001): Nationalparks und Tourismus in Österreich 2001. Im Auftrag des BM für Wirtschaft und Arbeit, Tulln

Kletzan, D., Kraterna (1999): Evaluierung der ökonomischen Effekte von Nationalparks. Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung (WIFO), Wien

Kölbl, J. (2001): Österreichweite Naturparkumfrage. Studie i. Auftrag des BMLFUW, Marienhof

Küpfer, I. (2000): Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Geographisches Institut Universität Zürich. In: Nationalpark-Forschung in der Schweiz, Nr. 90, Zemez

Laimer, P. u. Schreiber, K. (2001): Urlaubsreisen der Österreicher im Jahr 2000, Stat. Nachrichten, 9/2001, Wien

Laßberg, D. von (1997): Urlaubsreisen und Umwelt – Eine Untersuchung über die Ansprechbarkeit der Bundesbürger auf Natur- und Umweltaspekte im Zusammenhang mit Urlaubsreisen. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, Ammerland

Lehar, G. (Institut für Verkehr und Tourismus) (2004): Besucherzählung, Motiv- und Wertschöpfungserhebung im Nationalpark Hohe Tauern (Kurzfassung), Innsbruck

Market-Institut (Beutelmeyer, W.) (2003): Ergebnisse der Nationalpark-Umfrage. Information zur Pressekonferenz am 4. April 2003, Linz

Messerli, P. (2002): Natur- und Landschaftsschutz in der Regionalentwicklung, Bern

Metzler, D. und Job, H. (2003): Regionalökonomische Effekte des Tourismus im Nationalpark Berchtesgaden. In: Jahrbuch für Fremdenverkehr 2003, dwif-München

Meyer-Cech, K. u. Fischer, T. (IRUP) (2003): Entwicklung von Naturtourismus im Ramsar-Gebiet Lafnitztal. Studie im Auftrag d. Weidevereins Ramsar-Gebiet Lafnitztal, Universität für Bodenkultur Wien

Nationalpark Thayatal (2004): Fünf Jahre Nationalpark Thayatal. Ein Tätigkeitsbericht, Hardegg

OGM-Österreichische Gesellschaft für Marketing (2002): Studie Nationalparks. Zusammenfassung der Hauptergebnisse. Im Auftrag des BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien

Opaschowski, H. (2001): Wie wir morgen arbeiten und leben - Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, Hamburg

Österreichischer Alpenverein (2002): Best Practice Guide. Beispiele für eine erfolgreiche Nationalparkentwicklung in den Hohen Tauern. Alpine Raumordnung Nr. 22, Innsbruck

Pressemitteilung des BMLFUW vom 04.10.01 und 06.03.03

Prognos AG (2003): Zukunft des Tourismus in Europa bis 2010: Weichenstellung in der Tourismusbranche. Medienmitteilung, Basel

Rösner, H. und Hofeditz, F. (2002): Fazit: Stand und Perspektiven der Besucherinformationen in den deutschen Nationalparks. In: Naturschule Nationalpark: Besucherinformation in deutschen Nationalparks – Beispiele und Perspektiven für die Zukunft. Reihe Nationalparke des WWF Deutschland, Band 13

Scherer, R. u. Schnell, K. (2003): Tourismuskonzept Biosphärenpark Großes Walsertal, Konstanz

Schittenhelm, C. (1999): Social Impacts im Tourismus. Am Beispiel Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel. Magisterarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien

Schönege, H. (2004): Megatrend Walking. Jetzt geht's los. In: FIT FOR FUN, 9/04

Universum Magazin (2003): Zehn Jahre Nationalparks in Österreich, Nr. 6/2003, S. 32ff

Verband der Naturparke Österreichs (2004): Wer macht's, wer zahlt's, was bringt's? Naturparke und Regionalentwicklung, Graz

Verband Deutscher Naturparke e.V. (2002): Nachhaltiger Tourismus in Naturparks. Ein Leitfaden für die Praxis, Bisingen

Verband Deutscher Naturparke e.V. (2003): Naturparkplanung in der Region. Eine Untersuchung unter Berücksichtigung der Beziehung zwischen Naturpark und Kommunen, Bisingen

Wellness. Wettrüsten? In: bulletin. Fachmagazin der Österreich Werbung, Oktober 2004, Wien

World Commission on Protected Areas (WCPA) (2002): Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management, IUCN Publications, Cambridge

Zumtobel, M. (1999): Leitbild des Biosphärenparks Großes Walsertal, Dornbirn