

POSITIONSPAPIER



Tourismus in Österreichs Nationalparks

Nachhaltigkeit als Chance für erfolgreichen Naturschutz
und Entwicklung der Regionen

Mit Unterstützung von Bund und Europäischer Union

 Bundesministerium
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie

 LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



Zusammenfassung

Vom Status eines Nationalparks als Schutzgebiet können und sollen sowohl Naturschutz als auch die örtliche Bevölkerung sowie die Tourismuswirtschaft profitieren.

Vorrangiges Ziel der Nationalparks ist es, das zu schützen und zu erhalten, was den Wert eines Nationalparks ausmacht. Zugleich haben sie einen klaren Auftrag in den Bereichen Tourismus und Umweltbildung. Deshalb haben Nationalparks auch eine besondere Verantwortung in der Entwicklung von naturverträglichem Tourismus in der Nationalparkregion.

Die österreichischen Nationalparks als Repräsentanten des österreichischen Naturerbes, setzen sich dafür ein, dass dieses Erbe in den Tourismusstrategien auf allen Ebenen ebenso prominent Berücksichtigung findet wie das Kulturerbe Österreichs.

Die Nationalparks stehen grundsätzlich allen Besucherinnen und Besuchern offen und bieten natur- und erlebnisorientierte sowie umwelpädagogische Angebote für unterschiedlichste Zielgruppen.

Partnerschaften zwischen Betrieben in den Nationalparkregionen und den Nationalparks sollen zu Win-win-Situationen führen.

Die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und sanfte Mobilität innerhalb der Region entsprechen der Philosophie der Nationalparks.

Die Nationalparkregionen sind Motoren einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

Präambel

Das vorliegende Positionspapier von Nationalparks Austria befasst sich mit Tourismus in den österreichischen Nationalparks und Nationalparkregionen. Es stellt Positionen der österreichischen Nationalparks zum Tourismus in den Nationalparkregionen vor. Die Inhalte des Positionspapiers stimmen mit den Zielen der Österreichischen Nationalpark-Strategie 2020+ überein und konkretisieren diese. Es bietet den Nationalparkverwaltungen und den touristischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern Orientierungs- und Entscheidungshilfen auf strategischer und auf praktischer Ebene. Ansprechpartner für die Nationalparks sind dabei die touristischen Dienstleister in den Nationalparkregionen und im Nationalpark, wie z.B. die Hütten- und Wegehalter, das regionale Destinationsmanagement und die Landes Tourismusorganisationen sowie die Österreich Werbung. Das Naturerbe Österreichs ist von seiner touristischen Bedeutung her gleichwertig wie das Kulturerbe Österreichs. Die Kombination von Natur- und Kulturerbe auf engem Raum ist weltweit herausragend und einzigartig. Daher ist es gerechtfertigt und konsequent, das Naturerbe und die österreichischen Nationalparks, die dieses Erbe repräsentieren, in einer österreichweiten Tourismusstrategie – dem „Plan T-Masterplan für Tourismus“ des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT) – ebenso prominent wie das Kulturerbe zu berücksichtigen.

„Natur und Landschaft“ gehören zu den am häufigsten genannten Gründen für touristische Besuche in unserem Land (Österreich Werbung, 2015): Drei von vier Urlauberinnen und Urlaubern suchen „Natur und Ruhe“ (Marketagent.com, 2016). Die spektakulären, ursprünglichen Landschaften der Nationalparks gehören zu den schönsten und wertvollsten Österreichs. Sie sind diejenigen Gebiete, in denen Natur und Wildnis für den Gast unmittelbar spür- und erlebbar sind. 85 % der österreichischen Bevölkerung kann sich vorstellen in einer Nationalparkregion Urlaub zu machen. Diese Regionen erzeugen hohe Zufriedenheit bei ihren Gästen: Fast alle (97 %) würden die österreichischen Nationalparks zur Erholung und für Einblicke in die Natur weiterempfehlen (Marketagent.com, 2016).

Die Bedeutung des Tourismus in den österreichischen Nationalparkregionen zeigt sich auch dadurch, dass 11 % der in den Nationalparkregionen wohnhaften Personen im Kernbereich des Tourismus, also in Beherbergungsbetrieben und in der Gastronomie, beschäftigt sind (Nationalparks Austria, 2018). Im Jahr 2017 generierten die Nationalparkregionen mehr als 9,5 Mio. Nächtigungen, das sind fast 7 % der gesamten österreichischen Nächtigungen.¹

Die österreichischen Nationalparks haben einen intensiven Bezug zu den Menschen, die in den Nationalparkregionen leben und auch zu denen, die sie besuchen und diese besonderen Orte schätzen. Die Erwartung der Gäste an die Naturbelassenheit und Ursprünglichkeit ihrer Urlaubsgebiete wächst. Damit wird es auch aus Sicht der Tourismuswirtschaft wichtiger diese verbliebenen Naturräume zu erhalten.

Die österreichischen Nationalparks sind Schutzgebiete nach der IUCN-Kategorie II². Sie haben als solche die Herausforderung, die ihnen anvertrauten Ökosysteme zu schützen und für kommende Generationen zu bewahren und darüber hinaus auch die Aufgabe, als Katalysatoren für Nachhaltigkeit und Entwicklung auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene zu wirken. Ein nachhaltiger Tourismus trägt nicht nur dazu bei, das Naturerbe dauerhaft zu schonen, sondern stärkt auch die lokale kulturelle Identität und schafft langfristige Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung.

In diesem Sinne nehmen die österreichischen Nationalparks, nachhaltigen Tourismus als Chance und Potential für eine dauerhaft erfolgreiche Entwicklung der Regionen wahr und sehen in den Betrieben und der Tourismuswirtschaft wichtige Partner für eine nachhaltige Regionalentwicklung in den Nationalparkregionen.

¹ Ergebnisse einer Erhebung im Zuge der Erstellung des Positionspapiers.

² Die IUCN (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources) hat ein siebenstufiges weltweit eingesetztes Kategorisierungssystem für Schutzgebiete entwickelt. Kategorie II steht für Nationalparks.

Ziele der Kooperation zwischen *Nationalparks und Tourismus*

Vom Status eines Nationalparks als Schutzgebiet können und sollen sowohl Naturschutz als auch die örtliche Bevölkerung sowie die Tourismuswirtschaft profitieren.

Die Nationalparks sind die „Kerngebiete“ der Nationalparkregionen. Eine klare Abgrenzung zwischen Nationalpark und Region ist im Sinne des Naturschutzes wichtig. In der Praxis ist zu berücksichtigen, dass die Gäste wenig zwischen Schutzgebiet und Nationalparkregion unterscheiden. Die Naturschätze der Nationalparks können als touristischer USP der jeweiligen Region genutzt werden. Um diesem Potential gerecht zu werden und um glaubwürdig zu sein, sollten Nationalparkregionen sowohl in ihrem Gesamtauftritt das Image der Nationalparks widerspiegeln und die Nationalpark-Philosophie für stringente touristische Angebote nutzen.

Naturschutz und nachhaltiger Tourismus müssen in den Nationalparkregionen Hand in Hand gehen. Ihre Verbindung basiert auf gegenseitiger Wertschätzung, Verständnis, Erfahrungen und der aktiven Einbeziehung aller Beteiligten. Unser Ziel als Schutzgebietsverwaltungen ist es, dass die Menschen, die die Nationalparkregionen besuchen, und jene, die dort leben und/oder arbeiten, sich der außergewöhnlichen universellen Werte und der einzigartigen Landschaften bewusst sind und diese wertschätzen. Sie sollen Mitverantwortung für den Schutz übernehmen und sich für den Erhalt dieser Werte zum Nutzen der heutigen und künftiger Generationen engagieren. Das Verständnis der Einheimischen für die hohe Naturqualität und die Philosophie der Nationalparks sowie die Kenntnis der Angebote und Erlebnismöglichkeiten in den Schutzgebieten ist die Basis für eine entsprechende Kommunikation mit den Gästen.

Hochwertige Angebote erfüllen die ökologischen Anforderungen an die Nationalparkregionen. Sie tragen so zu einem einheitlichen Gesamtbild bei, das für die umweltsensiblen Nationalparkgäste wichtig ist. Davon profitieren örtliche Unternehmen und die Bevölkerung wirtschaftlich und gesellschaftlich.

Wir, die österreichischen Nationalparks, liefern die Grundlagen um die Potentiale der positiven Bilder, die Nationalparks weltweit bei den Erholungssuchenden erzeugen, touristisch zu nutzen. Diese Nutzung ist mit der Achtung der Nationalpark-Werte durch den Tourismussektor verbunden. Im Idealfall fließen die Nationalpark-Werte in die Markenwerte der jeweiligen Destination ein. Dafür ist eine kooperative, abgestimmte Vorgehensweise zwischen Nationalparks, Tourismusverbänden und touristischen Anbietern notwendig. Eine gemeinsame Strategie kann dabei die langfristige Basis für eine erfolgreiche Kommunikations- und Marketingarbeit bilden, in der der Tourismus eine konsistente Kommunikations- und Marketingarbeit leistet und die qualitätsvollen Tourismusangebote der Nationalparks mitbewirbt. Die Nationalparks unterstützen diese Kommunikations- und Marketingmaßnahmen nach ihren Möglichkeiten. Enge Kooperation zwischen Nationalparks und Tourismus und Abstimmung der Programm- und Angebotsgestaltung wie auch der Marketingaktivitäten ist wichtig, um aus dem belastenden Tagestourismus einen wertschöpfenden Nächtigungstourismus zu machen. Insgesamt können und sollen sowohl Naturschutz als auch die örtliche Bevölkerung sowie die Tourismuswirtschaft vom Status der Nationalparks als Schutzgebiet profitieren. Ziel ist der Aufbau einer gemeinsamen Identität als Nationalparkregion.

Nationalparkverwaltungen in den Tourismusstrukturen

Die österreichischen Nationalparks als Repräsentanten des österreichischen Naturerbes, setzen sich dafür ein, dass dieses Erbe in den Tourismusstrategien auf allen Ebenen ebenso prominent Berücksichtigung findet wie das Kulturerbe Österreichs.

Die aktuelle Einbindung der Nationalparkverwaltungen in die regionalen touristischen Entscheidungsstrukturen ist sehr unterschiedlich. Sie gestalten sich formal vom Gesellschafter der regionalen Tourismus GmbH bis zum Arbeitsgruppenmitglied mit oder ohne formale Mitgliedschaft im Tourismusverband. Die Tourismusverbände sind wichtige Partner der Nationalparks in der Vermarktung der Nationalparkidee und -philosophie innerhalb der Nationalparkregionen – hin zu den touristischen Betrieben und Dienstleistern. Es geht um Kooperation: Die Nationalparks verstehen sich als Hüter und Entwickler der Werte, die der Nationalparkidee zugrunde liegen und bieten mit ihren Rangerinnen und Rangern und Einrichtungen hochqualitative Angebote, die ihrem Schutz- und Bildungsauftrag entsprechen. Eine Integration dieser Angebote in die Marketingaktivitäten der Tourismusregionen und eine Nutzung zum Aufbau des touristischen Images der Region als nachhaltige, naturfokussierte Destination bietet die Chance für unverwechselbare Alleinstellungsmerkmale. Durch weitere touristische Produkte, die auf diesen Werten basieren, und eine gemeinsame Kommunikationslinie (Bildsprache, etc.) auf Basis der Dachmarke Nationalparks Austria (Nationalparks Austria, o.D.) können die Nationalparks mit ihren jeweiligen Destinationen einheitlich auftreten. Dieses kohärente touristische Erscheinungsbild führt zu deutlicherer Wahrnehmung und Erfolg auf den touristischen Märkten. Eine partizipative Einbindung in wesentliche touristische Entscheidungen schafft Win-win-Situationen. Vertreterinnen und Vertreter der Nationalparks bieten ihre Mitarbeit an touristischen Strategien für die Nationalparkregionen an. Ziel dabei ist eine touristische Entwicklung, welche gemäß dem Konzept des nachhaltigen Tourismus auf die ökologischen und sozialen Bedürfnisse der Region abgestimmt ist und gleichzeitig wirtschaftlichen Profit in die Region bringt. Somit werden die Interessen der Bevölkerung berücksichtigt und der Nationalpark sowie die umliegende Region optimal entwickelt.

Gegenseitiges Vertrauen, inhaltliche Kooperation und regelmäßige Kommunikation sind dabei ebenso wichtig wie eine formale Einbindung in die touristischen Strukturen der Destinationen.

Angestrebt wird eine stärkere Betonung der ökologischen und touristischen Werte der Nationalparks in den Aktivitäten der Österreich Werbung. Die österreichischen Nationalparks als Repräsentanten des österreichischen Naturerbes, setzen sich dafür ein, dass dieses Erbe in der Umsetzung des ‚Plan T - Masterplan für Tourismus‘ und in den Tourismusstrategien auf allen Ebenen ebenso prominent Berücksichtigung finden wie das Kulturerbe Österreichs.

Grenzen *touristischer Nutzung*

Vorrangiges Ziel der Nationalparks ist es, das zu schützen und zu erhalten, was den Wert eines Nationalparks ausmacht. Zugleich haben sie einen klaren Auftrag in den Bereichen Tourismus und Umweltbildung. Deshalb haben Nationalparks auch eine besondere Verantwortung in der Entwicklung von naturverträglichem Tourismus in der Nationalparkregion.

Die touristische Infrastruktur innerhalb der verschiedenen Nationalparkregionen ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Die Nationalparks liegen in ländlichen Regionen, die es in ihrer Entwicklung ermöglicht haben, ihre eigenen Ökosysteme langfristig zu bewahren und damit die Auszeichnung zum Nationalpark zu erhalten.

Dennoch gibt es in diesen Räumen auch Orte oder Gebiete, die an ihre ökologischen Belastungsgrenzen stoßen oder diese überschritten haben. Ursachen dafür sind die teilweise Nähe zu städtischen Ballungsräumen, der damit verbundene Freizeit- und Tagestourismus, einzelne touristische Attraktionen und Aktivitäten innerhalb bzw. am Rand der Nationalparks und die Sensibilität einiger Ökosysteme. Natürliche Prozesse können an diesen Stellen durch touristische Aktivitäten massiv gestört werden. Zu diesen Aktivitäten gehören – in unterschiedlicher Ausprägung – u.a. Mountainbiking auf nicht freigegebenen Routen, Betreten von Verbotszonen (z.B. Feuchtgebieten), Skitourengehen in Winterruhegebieten oder Flüge mit Helikoptern oder anderen Fluggeräten. Probleme entstehen oft durch Regelverstöße, vor allem bei leichter Erreichbarkeit und Zugänglichkeit der geschützten Gebiete.

Diese Belastungsgrenzen sind immer (jahres-)zeitlich und räumlich differenziert zu betrachten. Es obliegt den Nationalparkverwaltungen und ihren Expertinnen und Experten, diese Belastungsgrenzen zu definieren sowie Maßnahmen zu entwickeln, die die entsprechenden Ökosysteme und ihre Arten langfristig sichern. Gemeinsam mit den Nationalparkverwaltungen und den Rangerinnen und Rangern halten die touristischen Anbieter und Gäste den hohen ökologischen Wert von Natur und Landschaft und damit den Naturerlebniswert aufrecht. Die Kommunikation mit allen relevanten Akteurinnen und Akteuren in den Nationalparkregionen soll die höchst mögliche Akzeptanz für diese Maßnahmen erreichen.

Zielgruppen und Angebote

Die Nationalparks stehen grundsätzlich allen Besucherinnen und Besuchern offen und bieten natur- und erlebnisorientierte sowie umweltpädagogische Angebote für unterschiedlichste Zielgruppen.

Die Nationalparks stehen allen Besucherinnen und Besuchern offen. Die Angebote der Nationalparkverwaltungen sprechen vor allem naturinteressierte Individualgäste jeder Altersschicht, jeglicher Herkunft und aller sozialer Schichten an. Auch Schulen und andere Gruppen sind wichtige Zielgruppen. Großes Augenmerk wird auf Angebote für die Einheimischen aus den Nationalparkregionen gelegt. Sie sind die wesentlichsten Meinungsträger und Multiplikatoren zu den Gästen.

Das herausragende Merkmal der Nationalparks ist die unberührte Natur. Diese ist die Grundlage zur Gestaltung spannender touristischer Produkte in Form entschleunigender Erlebnis- und Bildungsangebote. Diese Angebote bedingen oftmals einen längeren Aufenthalt der Gäste. Die Nationalparks bieten auch spontane, kurze Erlebnisse, um Aufmerksamkeit auf die Natur zu lenken und Motivation für eine umfassendere Beschäftigung mit dem Schutzgebiet zu erzielen.

Mit den Angeboten entstehen vielerorts Anreize, mehrere Tage in den Nationalparkregionen zu verbringen, um so die regionale Wertschöpfung zu steigern.

Alle österreichischen Nationalparks sind in unterschiedlicher Form selbst touristische Anbieter im eigenen Kompetenzbereich: Durch die Besucherzentren mit Ausstellungen, Seminarräumlichkeiten und Unterkünften, Themenwege, Zeltplätze und Nationalparkcamps, sowie generell durch die Angebote im Rahmen der Bildungsprogramme mit Rangerinnen und Ranger entstehen Freizeit- und Tourismusangebote für unterschiedlichste Zielgruppen. Oftmals sind diese Angebote durch ihre Mehrsprachigkeit auch für internationale Gäste von hohem Interesse.

Die eigenen touristischen Angebote entsprechen dabei den hohen Qualitätsstandards der Nationalparks und setzen diese durch konstante Qualitätssicherung, z.B. durch Umweltzeichen, ISO-Zertifizierungen, u.Ä. um. Wo es möglich ist, sollen barrierefreie Angebote im eigenen Bereich etwaige vorhandene barrierefreie Mobilitätsangebote der Verkehrsträger ergänzen.

Die Nationalparks unterstützen ausschließlich nationalparkkonforme Angebote und Events in den Regionen und sind bereit, mit den Tourismusverbänden an einer gemeinsamen Strategieentwicklung zu arbeiten. So kann ein Gesamtportfolio der Nationalparkregion erreicht werden, das die Werte und Ziele der Schutzgebiete stimmig widerspiegelt.

Partnerbetriebe der Nationalparks

Partnerschaften zwischen Betrieben in den Nationalparkregionen und den Nationalparks sollen zu Win-win-Situationen führen.

Das erfolgreiche Engagement lokaler Unternehmen ist für die effektive Entwicklung und das Management von nachhaltigem Tourismus wie auch für die Akzeptanz des Nationalparks in der Region entscheidend. Partnerschaften zwischen Betrieben und den Nationalparks führen zu Win-win-Situationen: Die Betriebe profitieren von einem generellen Imagetransfer und von konkreten Marketingvorteilen. Die Schutzgebiete finden Multiplikatoren und Kommunikatoren der Nationalpark-Werte.

Partnerbetriebe der Nationalparks können touristische Betriebe aus Gastronomie und dem Beherbergungsgewerbe, touristische Attraktionen, landwirtschaftliche und andere Produzenten, Direktvermarkter und weitere Dienstleister vor Ort sein.

Die genaue Ausformulierung von Kriterien für Nationalpark-Partnerbetriebe und die konkrete Ausgestaltung der Kooperation liegt in den Händen jedes einzelnen Nationalparks bzw. Nationalparkregion. Gemeinsam ist den Partnerbetrieben, dass

- sie sich der Nationalparkidee und den Werten der Nationalparks verpflichtet fühlen;
- sie die Nationalpark-Programme und Angebote intensiv bewerben, kommunizieren und sofern relevant auch selbst nutzen;
- sie relevante Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterien in ihrer Betriebsführung erfüllen;
- sie enge Beziehungen mit den Schutzgebietsverwaltungen und anderen Partnerbetrieben aufrechterhalten.

Die Nationalparks bzw. Nationalparkregionen organisieren Netzwerke der Partnerbetriebe und tragen über die eigenen Kommunikationskanäle zum Marketing der Betriebe bei.

Die Partnerschaften werden seitens der Nationalparks bzw. Nationalparkregionen regelmäßig einer Qualitätssicherung und Evaluation unterzogen, um langfristigen Nutzen für beide Seiten zu gewährleisten.

Touristische Mobilität in den Nationalparkregionen

Die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und sanfte Mobilität innerhalb der Region entsprechen der Philosophie der Nationalparks.

Die Forcierung sanfter Mobilität mit eigener Muskelkraft und öffentlichen Verkehrsmitteln unter gleichzeitiger Reduktion des Individualverkehrs entspricht der Philosophie der Nationalparks.

Überwiegend sind alle österreichischen Nationalparkregionen gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Die Mobilität innerhalb der Nationalparkregionen ist teilweise noch optimierungsbedürftig.

Die Bereitstellung von Mobilitätsangeboten und Transportdiensten liegt außerhalb der Aufgaben und dem Verantwortungsbereich der Nationalparks. Hier bedarf es regionaler und überregionaler Lösungsansätze, die sowohl Einheimischen wie Gästen gleichermaßen von Nutzen sind.

Die Nationalparks sind bereit, ihre Möglichkeiten zur Entwicklung und Umsetzung regionaler sanfter Mobilitätskonzepte einzubringen. Angebote der Nationalparks für Besucherinnen und Besucher sollten auf die Standorte und Fahrpläne der öffentlichen Verkehrsmittel abgestimmt werden. In den Informationsmedien der Nationalparks wird die öffentliche Anreise präferiert beworben.

Die Nationalparks begrüßen barrierefreie Angebote der Verkehrsträger und den Ausbau von umwelt- und klimafreundlichen Mobilitätsalternativen in den Nationalparkregionen.

Beiträge zur Regionalentwicklung

Die Nationalparkregionen sind Motoren einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

Ein deklariertes Ziel der Österreichischen Nationalpark-Strategie ist die starke Einbettung eines jeden Nationalparks in dessen Region. Damit einher geht die Zusammenarbeit der Nationalparks mit der lokalen Wirtschaft, der Landwirtschaft, der Bevölkerung und den Behörden in Form nachhaltiger Regionalinitiativen.

Die Nationalparks schaffen Arbeitsplätze, bringen öffentliche Mittel und Förderungen in die Regionen und tragen mit ihrer Infrastruktur einen Teil zum Gesamtangebot bei. Partnerschaftliche Kooperationen stiften Nutzen für beide Seiten und dienen der gemeinsamen Weiterentwicklung. Nachhaltigkeit in allen Sektoren, insbesondere dem Erhalt der biologischen Vielfalt sowie des kulturellen Vermächtnisses der Region, soll einen Schwerpunkt in der Entwicklungsstrategie von Nationalparkregionen darstellen.

Nationalparks sind zusammen mit unterschiedlichen lokalen Partnern in zahlreichen gemeinschaftlichen Projekten ländlicher Regionalentwicklung engagiert. Tourismus und die Entwicklung erlebnisorientierter Produkte haben in diesen Projekten, die oftmals durch EU-Mittel kofinanziert werden, einen hohen Stellenwert.

Einen wichtigen Baustein der nachhaltigen Entwicklung stellt die Vermarktung regionaler Produkte dar. In Österreich unterstützen die Nationalparks viele derartige Kooperationen in den Nationalparkregionen, wobei die Ausgestaltung der Partnerschaften zur Entwicklung und Vermarktung regionaler Produkte im Verantwortungsbereich jedes einzelnen Nationalparks gemeinsam mit den Destinationen und relevanten regionalen Akteurinnen und Akteuren liegen. Damit liegen auch allfällige Auszeichnungen mit Logos oder Zertifizierungen in der Hand jedes Schutzgebiets.

Mit all diesen Maßnahmen und Möglichkeiten werden die Regionen der Nationalparks zu Modellregionen. Sie stellen mit der Bevölkerung Motoren einer nachhaltigen Regionalentwicklung dar.

Wien, Oktober 2019

Erarbeitet von den österreichischen Nationalparkdirektorinnen und – direktoren sowie dem Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK), Abteilung Nationalparks, Natur – und Artenschutz, unter Begleitung von Christian Baumgartner, response & ability, Oktober 2018.

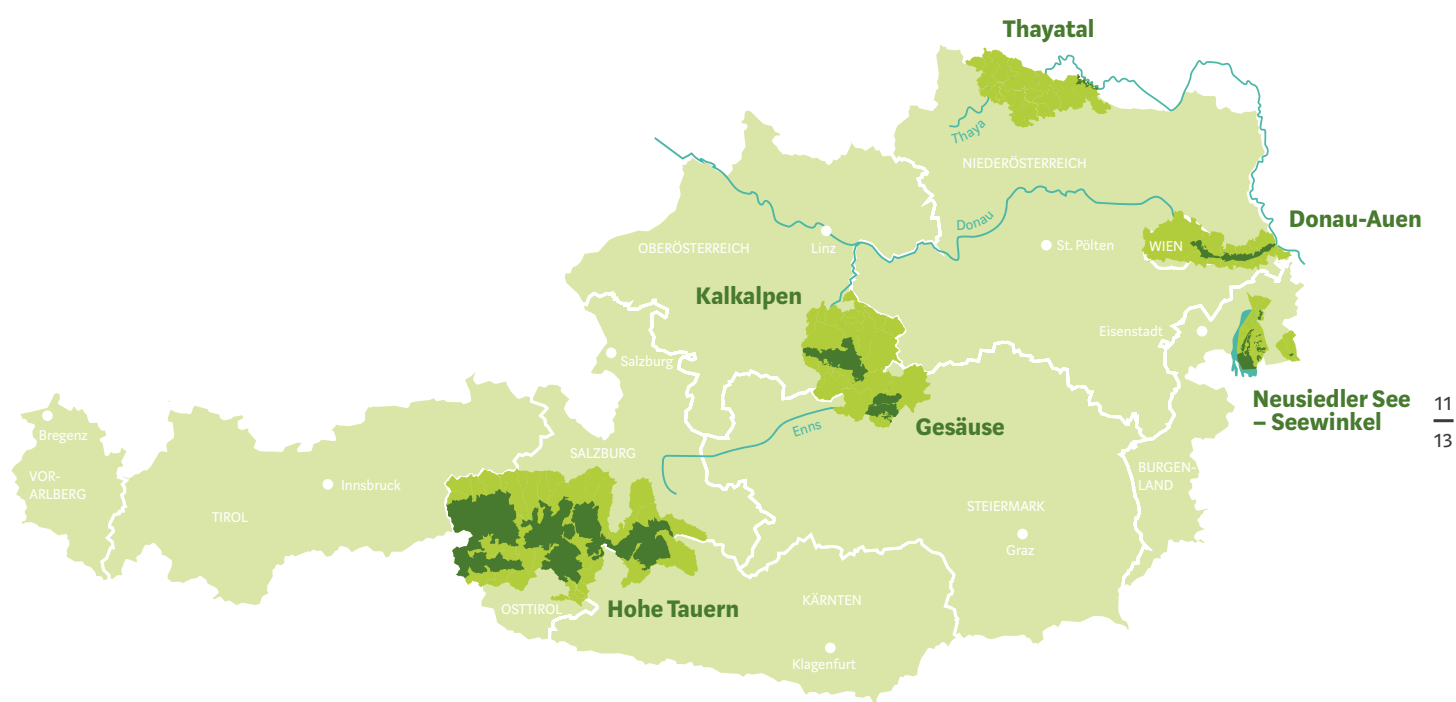
Beschlossen im Nationalparks Austria Beirat, Wien, Oktober 2019.

Eigentümer & Herausgeber:

Verein Nationalparks Austria | Schlossplatz 1, 2304 Orth an der Donau | www.nationalparks-austria.at | Inhalt: Verein Nationalparks Austria und Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie | Titelfotos: Nationalpark Gesäuse, (c) Leitner | Layout: Satzfehler nicht ausgeschlossen. Orth an der Donau.

Die Österreichischen Nationalparks

und ihre Regionen



- Nationalparks
- Nationalparkregionen

Quelle: Nationalparks Austria,
Stand: Juli 2020

Anhang 1

Quellenangaben:

Bundesministerium für Land-und Forstwirtschaft,
Umwelt und Wasserwirtschaft (2017):
Nationalpark-Strategie Österreich 2020+

Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (2019, nunmehr BMLRT):
Plan T – Masterplan für Tourismus

Europarc Federation (o.D.):
Sustainable Tourism in Protected Areas

Marketagent.com (2016):
Nationalparks Austria

Nationalparks Austria (2018):
Allgemeines - Chance für regionalen und naturnahen Tourismus.
<https://www.nationalparksaustria.at/de/pages/allgemeines-55.aspx>

Nationalparks Austria (o.D):
Dachmarke Nationalparks Austria

Österreich Werbung (2015):
Natur im Urlaub: Zahlen, Daten, Fakten

Statistik Austria (2018):
Anteil der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich am Bruttoinlandsprodukt von 2007 bis 2017
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/295575/umfrage/beitrag-der-tourismus-und-freizeitwirtschaft-in-oesterreich-zum-bip/>

United Nations World Tourism Organisation (2018):
UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition

Anhang 2

Begriffserklärungen

Freizeitaktivitäten: Im Gegensatz zum Tagestourismus bewegen sich Freizeitaktivitäten im näheren und etwas weiteren Wohnumfeld; sie dienen ebenfalls nicht beruflichen oder Ausbildungszwecken bzw. der Versorgung mit Artikeln des täglichen Bedarfs.

Nachhaltiger Tourismus: Nachhaltiger Tourismus bietet den Besucherinnen und Besuchern ein sinnvolles Qualitätserlebnis, schont natürliche und kulturelle Werte, unterstützt die lokale Wertschöpfung und die Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner und ist wirtschaftlich rentabel.

Nationalpark: Nationalparks sind Schutzgebiete der Kategorie II der IUCN (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources): „Schutzgebiete, die umfangreiche Naturräume mitsamt den vorkommenden Arten und Ökosystemen langfristig schützen sollen. Diese sollen auch – umweltverträglich und mit örtlicher Akzeptanz – für seelische Bedürfnisse, Wissenschaft, Forschung und Bildung, und für Naherholung und Besichtigung zur Verfügung stehen.“

Nationalparkregion: Der Begriff der Nationalparkregion wird in den einzelnen Nationalparkgesetzen im Detail unterschiedlich definiert. Er beschreibt das Umfeld des eigentlichen Schutzgebietes, meist die Flächen der Anteilsgemeinden am Nationalpark, manchmal auch die Anrainergemeinden. In den Nationalparkregionen findet der Hauptanteil der touristischen Aktivitäten sowie der Großteil der touristischen Wertschöpfung statt. Eine Karte der österreichischen Nationalparkregionen findet sich im Anhang.

Plan T - Masterplan für Tourismus: Das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (nunmehr BMLRT) präsentierte im März 2019 den Plan T - Masterplan für Tourismus. Im Rahmen von neun Zukunftswerkstätten und Expertengruppen wurden Lösungs- und Handlungsoptionen für die Herausforderungen in den tourismuspolitischen Kernthemen wie Vernetzung von Landwirtschaft und Tourismus, Marketing, Tourismusfinanzierung, Indikatoren, touristische Rahmenbedingungen, Arbeitsmarkt sowie Aus- und Weiterbildung erarbeitet.

Schutzgebiet: Schutzgebiete im Natur- und Landschaftsschutz sind abgegrenzte Gebiete, in denen der Schutz von Ökosystemen, bestimmten Arten, Lebensgemeinschaften und Landschaftstypen im Vordergrund steht. Es gibt unterschiedliche Schutzgebietskategorien, z.B. die Natura 2000-Gebiete auf Grund der EU-Richtlinien oder die IUCN (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) Schutzgebietseinteilung.

Tourismus: Tourismus (touristischer Reiseverkehr) umfasst die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination bzw. dem Bereisen einer anderen Region verbunden sind. Das Kriterium der Bewegung außerhalb des üblichen Arbeits- und Wohn-umfeldes ist allein begriffsbestimmend.

Tagestourismus: Unter Tagestourismus werden Bewegungen über 40 km verstanden, bei denen das Wohnumfeld verlassen aber nicht übernachtet wird, die nicht beruflichen oder Ausbildungszwecken, bzw. der Versorgung mit Artikeln des täglichen Bedarfs dienen oder regelmäßig stattfinden.

Umweltbildung und Bildung für Nachhaltige Entwicklung: Umweltbildung bzw. Bildung für Nachhaltige Entwicklung dient der Sensibilisierung und Wissensvermittlung bezüglich Natur und Umwelt sowie der Mensch-Natur-Beziehungen. Bildung für Nachhaltige Entwicklung fördert eine kritische Reflexion der eigenen Lebenswirklichkeit, der gesellschaftlichen Zustände, der vorherrschenden Denkmodelle und Werturteile und zielt auf Verantwortung und Mündigkeit der/des Einzelnen ab. Umweltbildungsangebote gehören zu den Kernaufgaben der Nationalparks. Viele Angebote der Umweltbildung sind – abhängig von der Zielgruppe – gleichzeitig touristische Angebote.