

# Regionale Entwicklungsmöglichkeiten & touristische Impulse durch Nationalparke

– Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine  
nachhaltige Regionalentwicklung –

*Dipl.-Geogr. Rolf Spittler*

**AUbe – Tourismusberatung**

Dipl.-Geogr. **Rolf Spittler**

*Landschaftsökologe & Tourismusberater*

**AUbe – TOURISMUSBERATUNG**  
REGIONALENTWICKLUNG  
PROJEKTMANAGEMENT



Ihr Partner für landschaftsorientierten & nachhaltigen Tourismus

**AUbe**  
**Tourismusberatung**  
- Geschäftsführer -



**Ö.T.E.**  
Ökologischer Tourismus in Europa e.V.  
- Vorsitzender -

## Was ich ansprechen werde

- Was bringt ein Nationalpark:  
touristische Impulse – wirtschaftliche Effekte
- Rahmenbedingungen – Voraussetzungen  
für die erfolgreiche (touristische) Positionierung eines neuen  
Nationalparks in Deutschland
- Nationalpark als Startschuss für die Optimierung der Qualität  
der touristischen Infrastruktur



Rolf Spittler

Inhalt

## Hintergrund



### **Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt**

2007 durch die Bundesregierung verabschiedet

**Handlungsbereich: Naturnahe Erholung & Tourismus**

## Projekt „Tourismus fördert biologische Vielfalt“



- Verbände-Arbeitskreis:  
Einbindung Dachverbände
- Regional-Workshops:  
Umsetzung vor Ort

Dokumentation:  
[www.oete.de](http://www.oete.de)

leben.natur.vielfalt  
die Strategie

### Tourismus und Naturschutz: Gemeinsam für den Erhalt der biologischen Vielfalt

Potenziale, Rahmenbedingungen  
und Beispiele für eine Kooperation  
von Naturschutz und Tourismus

Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V.

leben.natur.vielfalt  
die Strategie

### Fachworkshop

Tourismus & biologische Vielfalt:  
Umsetzungsbeispiele zu  
Tourismus und Naturschutz

Angebotsentwicklung & Vermarktung  
von Naturerlebnis im Tourismus

Freitag, 2. Dezember 2011  
10:30 – 16:30 Uhr

Magdeburg  
IHK – Industrie- und Handelskammer

## Lösungen: Schwarz oder weiß ???



# Nationalparke als Wirtschaftsfaktor

Akademie für Umweltforschung  
und -bildung in Europa e.V. – AUBE (Weg.)

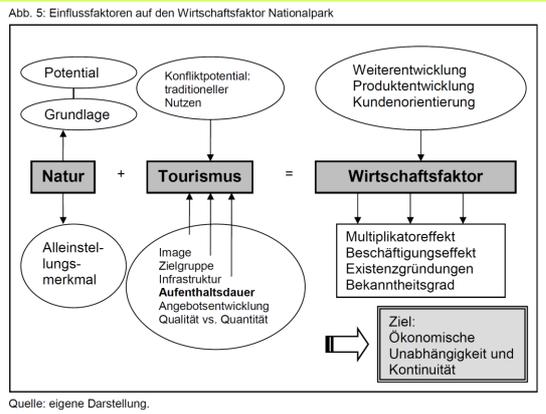
**Nationalparke als Wirtschaftsfaktor  
für eine  
nachhaltige Regionalentwicklung**

Ergebnisse der Befragung der Nationalparke in Deutschland  
und  
Erwartungen für einen potentiellen Nationalpark Senne



Akademie für Umweltforschung  
und -bildung in Europa e.V. – AUBE (Weg.)

AUBE, 2003



Rolf Spittler

Wirtschaftsfaktor

# Nationalparke als Wirtschaftsfaktor

## Regionalökonomische Effekte des Tourismus

### „Harte“ und „weiche“ Effekte des Tourismus auf regionaler Ebene

- die Schaffung und Erhaltung von **Arbeitsplätzen**
- die **Erwirtschaftung** von Löhnen, Gehältern und Gewinnen (Wertschöpfung)
- der Beitrag zum **Steueraufkommen** der Tourismusregionen (ca. 2,5% des touristischen Nettoumsatzes)
- die Bildung von **Vermögen** bei der einheimischen Bevölkerung (Wohlstand)
- die Schaffung von **Infrastruktur**, die auch der einheimischen Bevölkerung zur Verfügung steht (Wohlfahrtswirkung)
  
- **Imageeffekte** (z.B. für Regionalmarketing)
- **Identität** (Stolz auf das „Ansehen“)
- **Standortfaktor** für andere gewerbliche Ansiedlungen
- ...

Petermann, 2011



Rolf Spittler

Wirtschaftsfaktor

# Nationalparke als Wirtschaftsfaktor

## Regionalökonomische Bedeutung von Großschutzgebieten



Petermann, 2011



Rolf Spittler

Wirtschaftsfaktor

# Wirtschaftliche Effekte Grundlagenstudien

**Großschutzgebiete:** „Ökonomische Effekte von Großschutzgebieten“, *JOB et al., 2009*

- 10,5 Mio. Nationalparktouristen im engeren Sinne pro Jahr
- 431 Mio. Euro Umsatz in den Nationalparkregionen
- 51 Mio. Nationalparkbesucher im Jahr
- 2,1 Mrd. Euro Umsatz



Rolf Spittler

Wirtschaftliche Effekte

## Untersuchungen: Attraktivität

→ Naturparke als touristische Destinationen

→ 71% der Befragten würden ihren Urlaub bevorzugt dort verbringen, wo man sich für den Schutz der Natur für einen Nationalpark entschieden hat (EMNID-Studie)

→ „Für die Hälfte der Deutschen sind Großschutzgebiete bei der Urlaubswahl von Bedeutung!“  
 „Für 2/3 der Bevölkerung sind Naturerlebnisangebote vor Ort wichtig!“ (BMU/UBA 2010)



Rolf Spittler

Großschutzgebiete

## Wirtschaftliche Effekte

### Nationalparktouristen im engeren Sinne

	Nationalpark Bayerischer Wald	Nationalpark Berchtesgaden	Müritz-Nationalpark
Besucherszahl	350.000 (760.000 <sup>1</sup> )	114.000 (1.129.000 <sup>1</sup> )	167.000 (390.000 <sup>1</sup> )
Ø Tagesausgaben pro Kopf	<b>Natur alleine bringt nicht die Naturtouristen</b>		
Ø Tagesausgaben TG			
Ø Tagesausgaben UN			
Bruttoumsatz	13,5 Mio. €	9,3 Mio. € <sup>2</sup>	5,6 Mio. €
Einkommen 1. Umsatzstufe	4,3 Mio. €	3,1 Mio. €	1,9 Mio. €
Einkommen 2. Umsatzstufe	2,2 Mio. €	1,5 Mio. €	0,9 Mio. €
Einkommen 1. und 2. Umsatzstufe	6,5 Mio. €	4,6 Mio. €	2,8 Mio. €
Volkseinkommen pro Kopf	14.387 €	22.500 € <sup>3</sup>	10.918 €
Vollzeitbeschäftigungsäquivalent	456 Personen (939 <sup>1</sup> )	206 Personen	261 Personen (628 <sup>1</sup> )
			<b>Job 2008</b>

<sup>1</sup>alle Nationalparktouristen

<sup>2</sup>abweichende Berechnungsgrundlage, da unterschiedliche Erhebungsmethodik

<sup>3</sup>durchschnittliches Einkommen im Tourismussektor in Bayern (vgl. dwif 2002: 162)



Rolf Spittler

Wirtschaftliche Effekte

## Relativierung I

→ Realistischer Vergleich  
(Erwartungen mit anderen  
touristischen Marktsegmenten)

→ Förderung des ländlichen  
Tourismus: Ausgangsbasis

→ Gewachsene Tourismus-  
regionen vs. neue Destinationen  
(z.B. Nationalpark Hainich,  
Naturparke, ...)

Ökonomische Bedeutung touristischer Marktsegmente		
Marktsegment	Bruttoumsätze primär vor Ort	Bruttoumsätze inkl. Reisekosten und Investitionen
Fahrradtourismus (2008/2009)	3,869 Mrd. €	9,163 Mrd. €
Campingtourismus (DTV 2004)	3,468 Mrd. €	9,522 Mrd. €
Kanutourismus (BKT 2005)	0,409 Mrd. €	0,845 Mrd. €*
Städte- und Kulturtourismus (DTV 2006)	82,37 Mrd. €	keine Angabe möglich
Nationalparktourismus (BMU 2008)	ca. 0,5 Mrd. €	
Tagestourismus der Deutschen (dwif 2005-2007)	93,7 Mrd. €	163 Mrd. €**
Übernachtungstourismus in Deutschland (dwif 2002)	36,5 Mrd. €	49,7 Mrd. €**
Summe Tages- und Übernachtungstourismus	130,2 Mrd. €	212,7 Mrd. €**

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung      \* Inkl. Anschaffungskosten für das Kanu, aber ohne Reisekosten  
\*\* Nur inkl. Kosten der An- und Abreise, ohne Investitionskosten



Rolf Spittler

Wirtschaftliche Effekte

## Relativierung II

Starke Nutzung und große Beliebtheit  
der Nationalpark-bezogenen Angebote

nordsee\*



119.600



222.100



716.500

119.600 Menschen nahmen in 2009 an geführten Watttouren teil.

222.100 Menschen besuchten die Infozentren der Nationalparkverwaltung

716.500 Menschen besuchten Ausstellungen der Naturschutzverbände und anderer Träger, die nur oder auch den Nationalpark Wattenmeer zum Gegenstand haben.

Damit haben sich in 2009 in der Westküstenregion  
insgesamt mehr als 1 Million Menschen über den  
Nationalpark und über das Wattenmeer informiert.



Rolf Spittler

Wirtschaftliche Effekte

## Relativierung II

→ Königstuhl:  
1,5 Mio. Besucher/Jahr

→ Bastei: 2 Mio. Besucher/Jahr

→ *Aber*. Das wollen wir doch gar nicht!



Rolf Spittler

Wirtschaftliche Effekte

## Relativierung III

→ § 24 Bundesnaturschutzgesetz – BNatSchG:

→ (2) „Nationalparke haben zum Ziel, in einem überwiegenden Teil ihres Gebiets den möglichst ungestörten Ablauf der Naturvorgänge in ihrer natürlichen Dynamik zu gewährleisten. **Soweit es der Schutzzweck erlaubt, sollen Nationalparke auch der wissenschaftlichen Umweltbeobachtung, der naturkundlichen Bildung und dem Naturerlebnis der Bevölkerung dienen.**“

→ Nationalparke als Hotspots des Tourismus vs. Schutzzweck !

→ Ziel: Förderung eines nachhaltigen, naturverträglichen Tourismus



Rolf Spittler

Wirtschaftliche Effekte

## Prognose: Nationalpark Teutoburger Wald/Eggegebirge - Senne



Rolf Spittler

Prognose Wirtschaftlichkeit

## Teutoburger Wald/Eggegebirge

Roland Berger  
Strategy Consultants

### Überblick: Der regionalökonomische Effekt zeigt die Auswirkungen eines NLP auf die Wirtschaft der Region OWL

Der durchschnittliche regionalökonomische Effekt p.a. in Mio €<sup>1)</sup>

	1	2	3	4	Σ
	Forstwirtschaft	HWI (I.WSS)	Zusätzliches Tourismuseinkommen	Investitionen des Landes	
<b>Szenario 70</b> Ersatzbeschaffung zu 70% weiterhin möglich	-0,5	-2,3	+ 4,5	+ 4,2	5,9
	Der Wegfall von 23.000 EFM Laubholz führt zu negativen Einflüssen auf die Forstwirtschaft und auf die HWI.		Ein NLP erhöht das Tourismusaufkommen. NLP abhängige Investitionen des Landes fließen ebenfalls positiv mit ein.		

Der regionalökonomische Effekt beschreibt die Summe aller Auswirkungen eines möglichen NLP Teutoburger Wald auf die Region OWL. Der Effekt setzt sich aus vier Größen zusammen: Negative Effekte in der Forstwirtschaft und in der HWI, positive Effekte durch vermehrten Tourismus, sowie Investitionen des Landes

<sup>1)</sup> Über 30 Jahre



Rolf Spittler

Prognose Wirtschaftlichkeit

# Teutoburger Wald/Eggegebirge

**TOURISMUSWIRTSCHAFT**

**Regionales Zusatzeinkommen durch Nutzung zusätzlicher Tourismuspotenziale – Realistisches Szenario mit 2% Anstieg**

**Anteile der NLPs am regionalen TOURISMUSEINKOMMEN (Ø 2%)**

Region	Anteil (%)
Bayerischer Wald	3,8%
Müritz	2,5%
Eifel	2,3%
Berchtesgaden	1,8%
Hainich	1,4%
Kellerwald	0,2%
<b>Ø</b>	<b>2,0%</b>

**Annahmen für das Modell**

- Tourismusaufgaben von 380 Mio. EUR im Kreis Lippe führen zu einem Tourismuseinkommen von 212 Mio. EUR
- Drei Szenarien über den Anteil des NLPs an der touristischen Wertschöpfung gerechnet

Szenario	Steigerung Tourismuseinkommen
Pessimistisch	1%
<b>Realistisch</b>	<b>2%</b>
Optimistisch	3%

- Der volle Effekt des NLPs auf das Tourismuseinkommen wird erst im 5. Jahr realisiert; kontinuierlich ansteigend beginnend im 3. Jahr
- Das Konzept richtet sich mit seinen Bildungsthemen an eine andere Zielgruppe als klassische NLPs. Es ist anzunehmen, dass diese nicht nur größer ist, sondern auch in ihren täglichen Ausgaben näher am allgemeinen (höheren) Durchschnitt der Tagesausgaben von Touristen liegt als die sehr niedrigen Ausgaben von NLP-Touristen
- Der relative Anteil des Tourismuseinkommens von Tages- und Übernachtungsgästen bleibt unverändert, d.h. Tagesgäste haben einen Anteil von 58% und Übernachtungsgäste haben einen Anteil von 42% am zusätzlichen Tourismuseinkommen durch den Nationalpark

**AUBE – TOURISMUSBERATUNG**  
REGIONALENTWICKLUNG  
POLITIKMANAGEMENT

Rolf Spittler

Prognose Wirtschaftlichkeit

# Teutoburger Wald/Eggegebirge

**TOURISMUSWIRTSCHAFT – INVESTITIONEN**

**In den NLP wird investiert – Steigerung des Regionaleinkommens um durchschnittlich 4,2 Mio. EUR**

**KOSTENPLANUNG**  
Jahre 1-6 – Minimalausstattung [in '000 EUR]

Jahr	Initial- und Instandhaltungskosten	Betriebskosten	Gesamt
Jahr 1	3.800	1.800	5.600
Jahr 2	700	2.124	2.824
Jahr 3	1.750	2.428	4.178
Jahr 4	1.250	2.792	4.042
Jahr 5	340	2.956	3.296
Jahr 6	550	3.040	3.590

**ERLÄUTERUNGEN**

- Alle Personal und Sachkosten für die Entwicklung des Nationalparks werden vom Land NRW übernommen<sup>1)</sup>
- Die Schätzungen basieren auf Benchmarks anderer NLPs
- In Jahr 1 und 2 erfolgt der Bau des 1. NLP-Zentrums, in Jahr 4 und 5 dann NLP-Zentrum 2
- Wege- und Leitsystem benötigen jährliche Kosten, dazu Aufbau von Lehrpfaden in Jahr 1 und 5 eingeplant
- Ab Jahr 3 ist Budget für jährliche Kosten in Wechselausstellungen einkalkuliert
- Das Budget für Bildung und Forschung ist aufgrund des geplanten Themenfokus gegenüber anderen NLPs deutlich höher angesetzt. In Jahr 2 ist das Marketingbudget für die Startkommunikation leicht erhöht
- Personal in der Verwaltung wird in den ersten drei Jahren aufgebaut, bei Rangern ab Beginn Vollbesetzung, für Personal- und Sachkosten jährl. Steigerung unterstellt

**AUBE – TOURISMUSBERATUNG**  
REGIONALENTWICKLUNG  
POLITIKMANAGEMENT

Rolf Spittler

Prognose Wirtschaftlichkeit

# Teutoburger Wald/Eggegebirge

**TOURISMUSWIRTSCHAFT** **Roland Berger**  
Strategy Consultants

**Auf die Beschäftigung wirkt sich das steigende Tourismuseinkommen positiv aus – Äquivalent von 68 Arbeitsplätzen**

**Neue Arbeitsplätze im Tourismus**

	nach 3 Jahren	nach 5 Jahren
Vollzeitbeschäftigte	34	68

- > Die Zahlen wurden analog zu einer Studie der Universität Würzburg zum regionalökonomischen Effekt des Nationalparks hergeleitet<sup>1)</sup>
- > Es wurde von dem realistischen Szenario mit einer einmaligen, aber dauerhafte Anhebung des Tourismuseinkommen um 2% nach 5 Jahren ausgegangen
- > Unter der Annahme, dass sich der Tourismuseffekt 3 Jahre nach Gründung des NP bereits zu 50% positiv auswirkt

1) Job et al 2007



Rolf Spittler

Prognose Wirtschaftlichkeit

# Teutoburger Wald/Eggegebirge

**Ein gut organisiertes und umgesetztes Nationalparkvorhaben kann mehr Arbeitsplätze für die Region schaffen als verloren gehen**

**Überblick über die Auswirkungen eines NLPs auf die Beschäftigung**

Vollzeitbeschäftigte	
Forstwirtschaft	-34
1. WSS <sup>1)</sup>	-8
2. WSS	0
Tourismus	+68 <sup>2)</sup>
Nationalpark als Arbeitgeber	+33 +28 <sup>3)</sup>

- > In der Forstwirtschaft fallen durch den NLP langfristig ca. **18 Forstmitarbeiter** und **16 Forstdienstleister** (im Haupterwerb) weg. Der volle Effekt wird erst nach Ende der forcierten Nadelholznutzung eintreten (im Modell wird mit 30 Jahren gerechnet)<sup>1)</sup>
- > In der ersten Wertschöpfungsstufe fällt das **Beschäftigungsäquivalent von ca. 8 Arbeitsplätzen** weg; dies basiert auf der Annahme, dass **70%** des wegfallenden Laubholzes **wiederbeschafft** werden kann
- > Aufgrund der überregionalen Strukturen und dem **überregionalen Holzeinkauf** in den Industrien der 2. WSS wird von **keinem Arbeitsplatzeffekt** ausgegangen
- > Durch **vermehrten Tourismus** entstehen **nach 5 Jahren** etwa **68 Arbeitsplätze**; dies beruht auf der Annahme, dass der NLP das Tourismuseinkommen einmalig aber **dauerhaft um 2% erhöht**
- > Im NLP entstehen **33 Arbeitsplätze** als **Forstwirte** und **Ranger**; Daten aus dem NLP Eifel dienen als Grundlage für die Berechnung dieser Werte. Die **28** Verwaltungsstellen entstehen vornehmlich durch Versetzungen innerhalb der Forstverwaltung/des Landesbetriebes<sup>3)</sup>

1) Sägeindustrie, HWI sowie Brennholzbetriebe, Händler und Sonstiges NRW 2) Nach 5 Jahren 3) Kleine Anfrage im Landtag von NRW 386; 17.1.2011 4) Annahmen des MKULNV in NRW



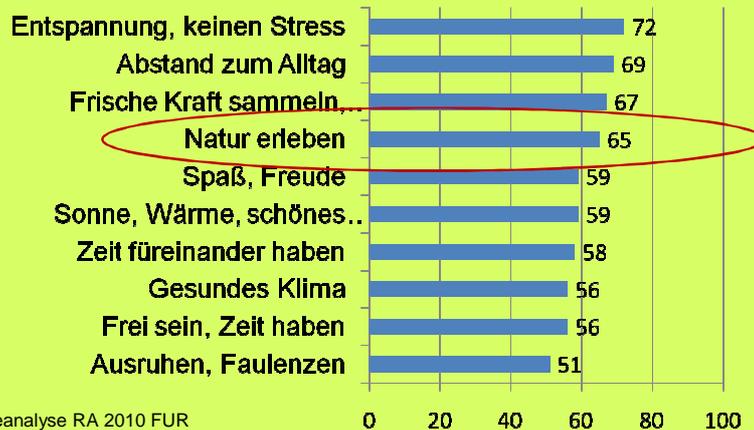
Rolf Spittler

Prognose Wirtschaftlichkeit

## Bedürfnisse Gäste

### Urlaubsreisemotive der Inlandsreisenden

(besonders wichtig/wichtig)



Quelle: Reiseanalyse RA 2010 FUR

Basis: alle Inlandsreisende (n=2.093), Angaben in %



Rolf Spittler

Bedürfnisse Gäste

## Bedürfnisse Gäste

### Urlaubsreiseart „Natur-Urlaub“

	alle Reisende, n=5.795	Reisende Inland, n=1.747
<b>Projektion (Mio.)</b>	<b>49,04</b>	<b>14,79</b>
Urlaubsreiseart „ <b>Natur-Urlaub</b> “ als Haupturlaubsreise (Mehrfachnennungen möglich)	29% (14,21 Mio.)	39% (5,92 Mio.)
Urlaubsreiseart „ <b>Natur-Urlaub</b> “ als Haupturlaubsreise <b>in erster Linie</b>	8% (3,92 Mio.)	14% (2,07 Mio.)

Daten-Quelle: Reiseanalyse RA 2010 der FUR



Rolf Spittler

Bedürfnisse Gäste

## Bedürfnisse Gäste

### Besuch von Naturattraktionen

	alle Reisenden n=5.795	Reisende Inland, n=1.747
<b>Projektion (Mio.)</b>	<b>49,04</b>	<b>14,79</b>
<b>Urlaubsaktivität</b> „Naturattraktionen besucht“ (sehr häufig)	45% (22,05 Mio.)	43% (6,36 Mio.)



Daten-Quelle: Reiseanalyse RA 2010 der FUR



Rolf Spittler

Bedürfnisse Gäste

## Bedürfnisse Gäste

### Wichtig für meine Reisezielentscheidung (stimme ganz entschieden/eher zu)



	Deutschland- Reisende	Alle Reisende
	RA 2004	RA 2004
<b>Projektion (Mio.)</b>	14,7	49,5
Möglichkeiten zu unmittelbarem <b>Naturerleben</b>	67%	55%
Möglichkeiten der <b>Tierbeobachtung</b>	41%	34%
Möglichkeiten des Besuchs eines <b>Natur-/Nationalparks</b>	37%	34%

Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, 1997/2004, RA '97/'04  
(Studie im Auftrag des Umweltbundesamtes, 2004)



Rolf Spittler

Bedürfnisse Gäste

## Beeinträchtigt Naturschutz die Gäste ?

„Wenn ich im Urlaubsgebiet auf Natur und Umwelt **Rücksicht nehmen** soll, fühle ich mich in meinem Urlaubsgefühl stark **beeinträchtigt**.“

	Deutschland-reisende	Alle Reisende
<b>Projektion (Mio.)</b>	<b>14,7</b>	<b>49,5</b>
Stimme <b>ganz und gar nicht</b> zu oder <b>eher nicht</b> zu	<b>68%</b>	<b>65%</b>
Bin <b>unentschieden</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>
Stimme <b>ganz entschieden/eher</b> zu	<b>13%</b>	<b>14%</b>

Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, 2004, RA 04



Rolf Spittler

Bedürfnisse Gäste

## „Der Naturtourist“

### **Tourismus = Spiegel der Zeit**

- Natur kommt – aber nicht allein! Inszenierung des touristischen Angebotes zunehmende Bedeutung
- Älter und individueller
- Touristen = reiseerfahren, aktiv und erlebnisorientiert
- Gesundheitsbewusstsein: natürlich aktiv und gesund
- Suche nach Authentizität und regionalen Erlebnissen
- Flexible Information und Buchung



**Profilierung der Reiseregionen vor dem Hintergrund von Natur und Landschaft**



Rolf Spittler

Bedürfnisse Gäste

## Touristisches Marketing



→ Voraussetzung: „Angebot“ an Natur ! → Nationalpark !



Rolf Spittler

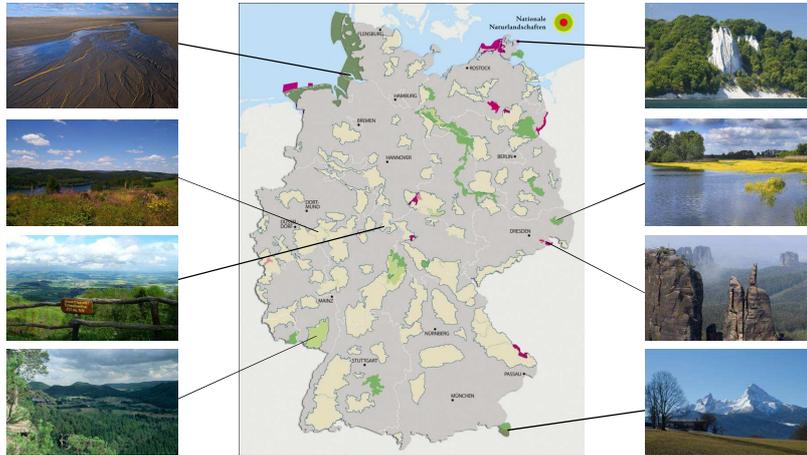
Naturtourismus

## Entwicklung der Dachmarke

Nationale  
Naturlandschaften

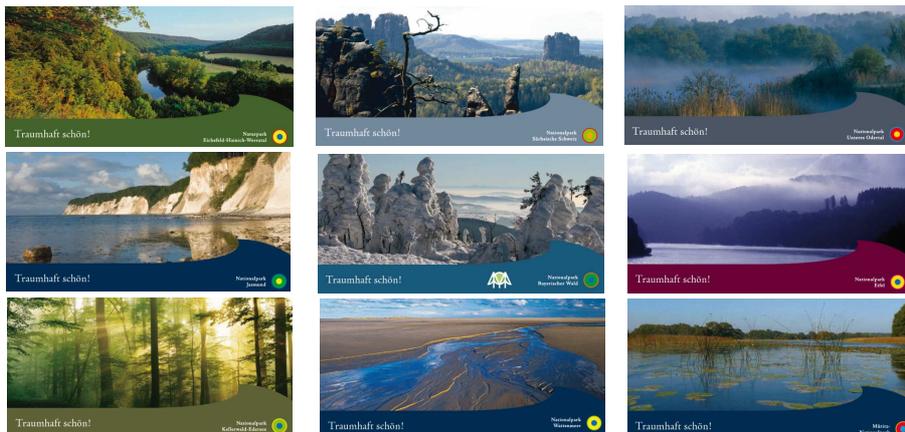


## Die Vielfalt der Nationalen Naturlandschaften



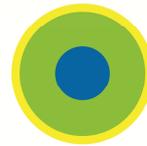
© EUROPARC Deutschland, M. Lenarduzzi, Stock/LKN-SH, NLPV Berchtesgaden, BR Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft

## Bundesweiter Auftritt in einheitlichem Design

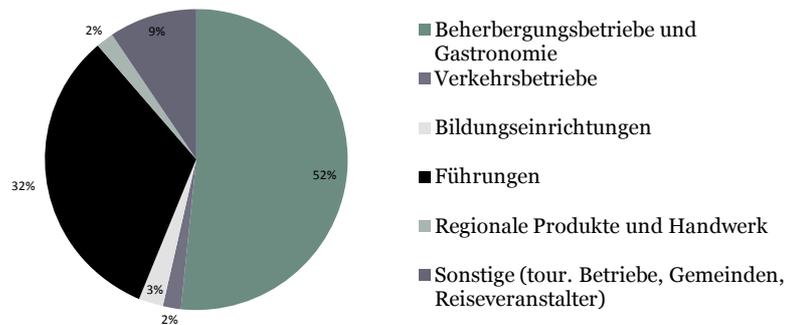


# Partner

Nationalpark  
Kellerwald-Edersee



## Partner sind Teil eines bundesweiten Netzwerks Verteilung der Partnerbetriebe nach Branchen



## Touristisches Angebot

→ Nationalpark als **Startschuss** für die Optimierung der Qualität der touristischen Infrastruktur in der Region (Beispiel: Nationalpark Eifel)

→ Optimierung **Infrastruktur** Wandertourismus, Fahrradtourismus, nachhaltige Qualifizierung Gastgeber (Viabono)

→ Focussierung Naturtourismus: **Angebote**: Entwicklung spezifischer „Natur-Angebote“

## Natur im Tourismus

### Heißt nicht (mehr):

Lehrpfad einrichten, Vogelbeobachtung anbieten

### Heißt vielmehr:

- Emotionen wecken
- Erlebnisse vermitteln
- Verstehen helfen
- nicht nur von außen, sondern auch mittendrin



Rolf Spittler

Qualität – Natur – Nachhaltigkeit

## Produktanforderungen

- 1 Zielgruppenfokus: Kundenbedürfnisse erfüllen
- 2 Alleinstellung - Stärken der Region, des Ortes, des Anbieters einsetzen
- 3 Qualitätsversprechen als Basis
- 4 Naturtouristische Erlebnisqualität
- 5 Der rote Faden



Rolf Spittler

Produktanforderungen

## → Bedürfnisse & Angebote ...

**1 Servicequalität**

**2 Erlebnisqualität**

→ *ausgefallen, einzigartig, besonders* → **unvergesslich**

**3 Einblicke**

→ *besonderer Blick, hinter Kulissen ...*

**4 Zusatzangebot**

→ Mehrwert

**5 Verlässlichkeit**

→ **Erlebnisgarantie**



Rolf Spittler

Produktanforderungen

## Welche Produkte wollen wir?

Vier Angebotsbereiche für Naturtourismus –  
für die Breite des besonderen naturtouristischen Erlebnisses

Bereiche



**1 „Naturbildung“**

- Naturlehrpfade
- Führungen / Kurse
- Umweltbildung

**2 „Naturbeobachtung“**

- Birdwatching
- Exkursionen
- Beobachtungsstationen
- Wildniserfahrung



**3 „Naturaktivitäten“**

- Fahrrad
- Wandern
- Reiten
- Kanu
- Segeln

**4 „Gesund in der Natur“**

- Fastenwandern
- Meditation
- Entschleunigung
- Körper, Geist und Seele



Rolf Spittler

Produktanforderungen



## Kooperation - Zusammenarbeit

**Zusammenarbeit mit potenziellen Gegnern ???**

**Tourismus vs. Naturschutz**

→ **durch Kooperation gemeinsam aktiv werden & mehr erreichen !!!**

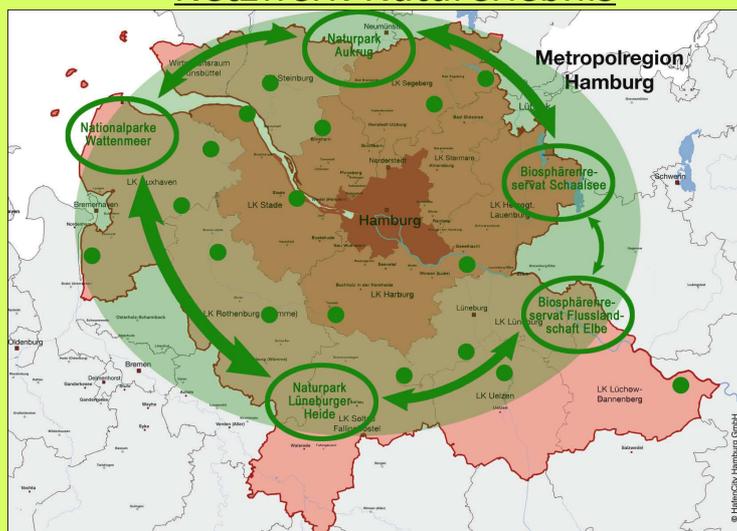
→ **aber: unterschiedliche Arbeitsweisen und Ziele berücksichtigen !!!**



Rolf Spittler

Netzwerk

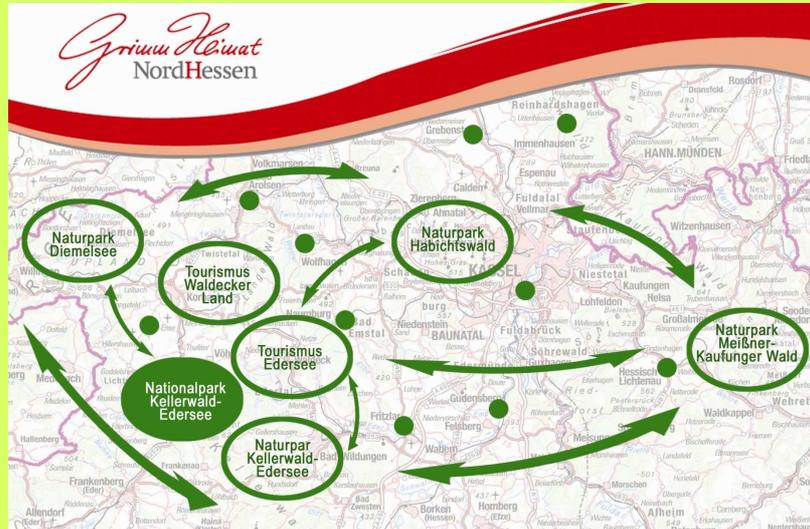
## Netzwerk Naturerlebnis



Rolf Spittler

Netzwerk

## Netzwerk Naturerlebnis



Rolf Spittler

Netzwerk

Dipl.-Geogr. **Rolf Spittler**

[www.AUbE-Tourismus.de](http://www.AUbE-Tourismus.de)  
[www.facebook.com/AUbEtourismus](https://www.facebook.com/AUbEtourismus)

AUbE – TOURISMUSBERATUNG  
REGIONALENTWICKLUNG  
PROJEKTMANAGEMENT



Ihr Partner für landschaftsorientierten & nachhaltigen Tourismus

August-Bebel-Str. 16-18  
33602 Bielefeld  
Tel. 0521 – 61370  
[Rolf.Spittler@AUbE-Umweltakademie.de](mailto:Rolf.Spittler@AUbE-Umweltakademie.de)