

Rapperswiler Tag vom 2. Februar 2007: Pärke, Regionen, Landschaften

Vorbildlandschaften im ländlichen Raum – Naturpärke im internationalen Vergleich

(Dr. Dominik Siegrist, HSR Hochschule für Technik Rapperswil, Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft, Institut für Landschaft und Freiraum)

Was können wir in der Schweiz von anderen Alpenregionen mit Naturpärken lernen? Welche Potenziale ergeben sich mit den Naturpärken für eine nachhaltige Regionalentwicklung? Der Vortrag versucht auf diese Fragen Antworten zu geben, indem Stärken und Schwächen der unterschiedlichen Naturpark-Ansätze miteinander verglichen werden. Davon ausgehend werden Erfolgsfaktoren und einige Schlussfolgerungen für die Schweiz formuliert.

In unseren Nachbarländern werden recht unterschiedliche Naturpark-Politiken verfolgt, die von eher Naturschutz-bezogenen bis zu Regionalentwicklungs-orientierten Ansätzen reichen. Dennoch fällt der Beitrag der Naturpärke für die Regionalentwicklung in allen Alpenländern ähnlich aus: Förderung der regionalen Zusammenarbeit, z.B. zwischen den Gemeinden untereinander und mit Privaten; Mobilisierung von regionalen AkteurInnen und Ressourcen für die nachhaltige Entwicklung; Sensibilisierung der Bevölkerung und der Gäste für die Besonderheiten der Natur, Kultur und Landschaft; Verbesserung und Ökologisierung der Erholungsmöglichkeiten und der Tourismusangebote.

Für die Planung und Umsetzung der Naturpärke sind eine Reihe von kritischen Erfolgsfaktoren von besonderer Bedeutung. Dazu gehören qualitativ gute Gesetzesgrundlagen sowie eine langfristig gesicherte personelle und finanzielle Ausstattung. Wichtig ist die Umsetzung einer integrativen Managementphilosophie, welche den Naturpark einerseits als Natur- und Landschaftswert, andererseits aber auch als Element und Chance einer nachhaltigen Regionalentwicklung begreift. Als zentrales Anliegen sollte dabei die Kooperation mit den handelnden regionalen AkteurInnen (Gemeinden, Tourismus, Land- und Forstwirtschaft, Naturschutz usw.) miteinbezogen werden. Zudem sollen Bottom-up-Strategien mit Schwerpunkt Kommunikation unter Einbezug der breiten Bevölkerung und relevanter Kreise in der Naturparkregion (Landwirtschaft, Tourismus, Gewerbe, Kultur usw.) eine besondere Bedeutung beigemessen werden.

In touristischer Hinsicht ist die Entwicklung von starken Produkten und qualitativen Dienstleistungsketten und dabei die Integration des Naturparks als eigenständiges Produkt in die jeweilige touristische Destination zwecks Aufbau eines professionellen Marketings (Angebotsentwicklung, Vermarktung, Information) von zentraler Bedeutung. Auf übergeordneter Ebene sollte eine inhaltliche Differenzierung zwischen den verschiedenen Naturpärken bezüglich Alleinstellungsmerkmalen, besonderen Attraktionen und Produkten sowie die Erarbeitung touristischer Naturpark-Strategien erfolgen.