

16

Nationalpark und Tourismus

Statistische Analyse einer Besucherbefragung
im Nationalpark Hunsrück-Hochwald



Im Nationalpark Hunsrück-Hochwald (NLP HH) wurde im Jahr 2022 eine Besucherbefragung durchgeführt, um verschiedene Parameter der touristischen Besucherstruktur beschreiben zu können und weiterführend Aussagen über die Akzeptanz und Zufriedenheit der Besucher*innen zu gewinnen. Zu diesem Zweck wurden anhand eines standardisierten Fragebogens von Mai bis September 2022 insgesamt 1.647 Besucher*innen zu ihrer Meinung befragt. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die meisten Besucher*innen aus einem Umkreis von 100 km für einen Tagesausflug mit dem Auto anreisen. Ein Großteil der Besucher*innen fühlt sich gut über den Nationalpark informiert, akzeptiert die Regeln und Verbote und nennt, abgesehen von Müll, keine wesentlichen Störfaktoren. Zahlreiche organisatorische Aspekte, wie z. B. die Beschilderung der Wanderwege, werden sehr positiv bewertet. Die einzige Ausnahme bildet das, als noch ausbaufähig eingestufte, Gastronomieangebot. Zentrales Ergebnis der Studie ist die Erkenntnis, dass die Wahrnehmung des Nationalparks durch seine Besucher*innen im Großen und Ganzen sehr positiv ist.

Der Autor

David Schlicht studierte BioGeoWissenschaften im Bachelor an der Universität Koblenz. Seine Bachelorarbeit schrieb er 2023 über die statistische Analyse der Besucherbefragung im Nationalpark Hunsrück-Hochwald. Er selbst war seit Beginn des Projekts als Interviewer tätig und sprach mit zahlreichen Besucher*innen über ihre Wahrnehmung des Nationalparks.



Einleitung

Ein Nationalpark ist in erster Linie ein Schutzgebiet, dessen Ziel es ist, den möglichst ungestörten Ablauf der Naturvorgänge zu gewährleisten. Doch soweit es der Schutzzweck erlaubt, sollen Nationalparke laut Bundesnaturschutzgesetz ebenfalls dem Naturerlebnis der Bevölkerung dienen (BNatSchG 2022, § 24).

Die Frage, wie viel Naturerlebnis der Schutzzweck tatsächlich erlauben kann, bleibt zunächst offen. Außerdem bringt der Verzicht auf eine wirtschaftliche Nutzung der Nationalparkfläche in einem Land mit hoher Siedlungsdichte wie Deutschland häufig Akzeptanzprobleme mit sich (Stoll-Kleemann 2001). Eine touristische Erschließung des Gebietes bietet allerdings die Möglichkeit, wirtschaftliche Nachteile der Schutzgebietsausweisung zu kompensieren. Die regionalökonomischen Vorteile eines Nationalparks werden daher nicht selten als zentrales Argument für die Ausweisung angeführt (Woltering 2012). Problematisch in Bezug auf den eigentlichen Schutzzweck ist allerdings, dass insbesondere die räumliche und saisonale Konzentration des Tourismus häufig für eine ökologische Belastung der wertvollsten Lebens-

räume Deutschlands sorgt (Ströher et al. 2016). Die Verwaltung eines Nationalparks steht folglich vor der Herausforderung, die Ziele des Naturschutzes mit den Interessen des Tourismus in Einklang zu bringen.

Den Handlungsrahmen für dieses Ziel liefert der Nationalparkplan. Er gilt als Managementplan der Nationalparkverwaltung und muss gemäß gesetzlicher Vorgaben innerhalb von fünf Jahren nach Gründung des Nationalparks für eine Laufzeit von zehn Jahren erstellt werden. Darin behandelt werden zahlreiche Handlungsfelder, wie z. B. das Wegekonzept, eine nachhaltige touristische Ent-

wicklung sowie Umweltbildung und Naturerleben (Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald 2020).

Für die Arbeit der Nationalparkverwaltung ist es folglich unabdingbar, die Einstellung der Besucher*innen zu kennen und bei planerischen Entscheidungen zu berücksichtigen. Somit bestand die wesentliche Zielsetzung dieser Studie darin, verschiedene Parameter der touristischen Besucherstruktur quantitativ zu beschreiben und weiterführend qualitative Aussagen über die Akzeptanz und Zufriedenheit der Besucher*innen zu gewinnen.



Abb. 1: Befragungsstand A) am Keltenpark, B) am Hunsrückhaus mit C) typischen Giveaways und D) am Gipfel des Erbeskopfes, Quelle: Eigene Fotos, 2022

Methodik

Als Grundlage für die Ausarbeitung des Fragebogens diente der Informationsbedarf der Nationalparkverwaltung, der sich aus der Auswertung des Nationalparkplans ergab. Die Auswahl der insgesamt 13 Befragungsstandorte erfolgte anhand der Besucherzahlen des Jahres 2021. Geliefert wurden diese Daten von fest installierten Zählgeräten, die an zentralen Punkten im Nationalpark das Besucheraufkommen erfassen. An hochfrequentierten Standorten, wie z.B. den Nationalparktoren, wurden dementsprechend auch häufiger Befragungsstände errichtet. Ein idealtypischer Befragungsstand umfasste dabei einen Tisch mit zwei Bänken, die von einem hellgrünen Marktzelt der Nationalparkverwaltung überdacht wurden (vgl. Abb. 1). Die Besucherbefragung erfolgte mithilfe eines standardisierten Fragebogens, den die Teilnehmenden selbstständig bearbeiten sollten. Die Aufgabe der Interviewer*innen war es lediglich, vorbeigehende Besucher*innen des Nationalparks für die Teilnahme an der Umfrage zu gewinnen. Im Anschluss erhielten die Teilnehmenden als Dankeschön ein Give-away des Nationalparks.

Insgesamt wurden an 36 Tagen im Zeitraum vom 07. Mai 2022 bis zum 24. September 2022 Befragungen durchgeführt. Dabei konnten 1.647 auswertbare Fragebögen erzielt werden. Bei einer angenommenen Grundgesamtheit von $N = 500.000$ Besucher*innen pro Jahr gilt für die Auswertung der Studie folglich ein Konfidenzniveau von 95% mit einer Fehlerspanne von $< 3\%$.

Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

Im folgenden Kapitel werden die zentralen Fragestellungen der Studie beantwortet und basierend auf diesen Ergebnissen Handlungsempfehlungen für die Zukunft ausgesprochen.

Woher kommen die Besucher*innen, wie lange bleiben sie und mit welchem Verkehrsmittel reisen sie an?

Der Nationalpark Hunsrück-Hochwald kann als touristisches Reiseziel von bundesweiter Bekanntheit angesehen werden. Der wesentliche Großteil der Besucher*innen stammt allerdings aus einem Umkreis von 100 km um den Nationalpark (vgl. Abb. 2). Der NLP HH erfüllt damit vorrangig die Funktion als Naherholungsgebiet für die Bevölkerung aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Für viele Besucher*innen dauert die Anreise daher auch nicht länger als eine Stunde. Eine weitere wichtige Erkenntnis ist, dass die allermeisten Besucher*innen mit dem Auto in den Nationalpark fahren und bevorzugt nur für einen Tagesausflug bleiben (vgl. Abb. 3). Dabei sind die Befragten sehr zufrieden mit den Parkmöglichkeiten und sagen, dass sie die Region gut erreicht haben. Die meisten Besucher*innen haben sich bei ihrer Reiseplanung nicht mit dem ÖPNV-Angebot der Region auseinandergesetzt.

Handlungsempfehlungen: Da es im Nationalparkplan verankert ist, eine verbesserte Anbindung an den ÖPNV zu erreichen, um eine umweltfreundliche Anreise zu ermöglichen, sind diese Ergebnisse sehr auffällig. Das Problem scheint insbesondere darin zu bestehen, dass die meisten Besucher*innen eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln gar nicht erst in Erwägung ziehen. Verbesserungen der ÖPNV-Anbindung drohen daher nur wenig Beachtung zu finden. Folglich ist es neben dem eigentlichen ÖPNV-Ausbau von elementarer Bedeutung, die Menschen verstärkt auf die Möglichkeit einer umweltfreundlichen Anreise aufmerksam zu machen. Es soll an dieser Stelle allerdings gesagt sein, dass die beschriebene Thematik nicht allein auf die Anreise in den NLP HH beschränkt ist, sondern allgemein und deutschlandweit ein Umdenken erfordert.

Wo befindet sich Ihr Wohnort? – In Deutschland. Meine PLZ lautet ...

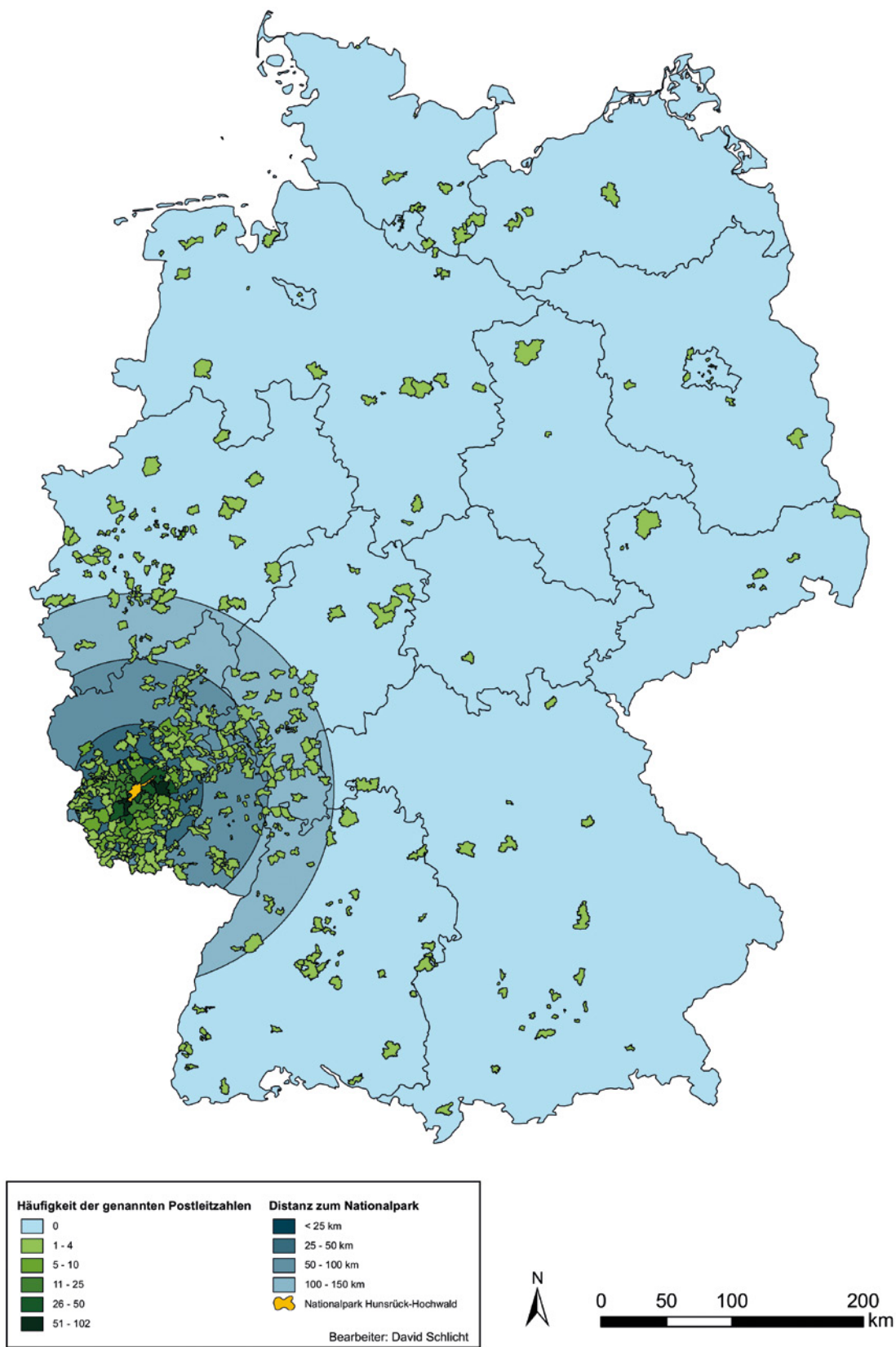


Abb. 2: PLZ-Gebiete der Befragten, Übersicht BRD, Symbole abgestuft nach Häufigkeit der Nennung, n = 1.481

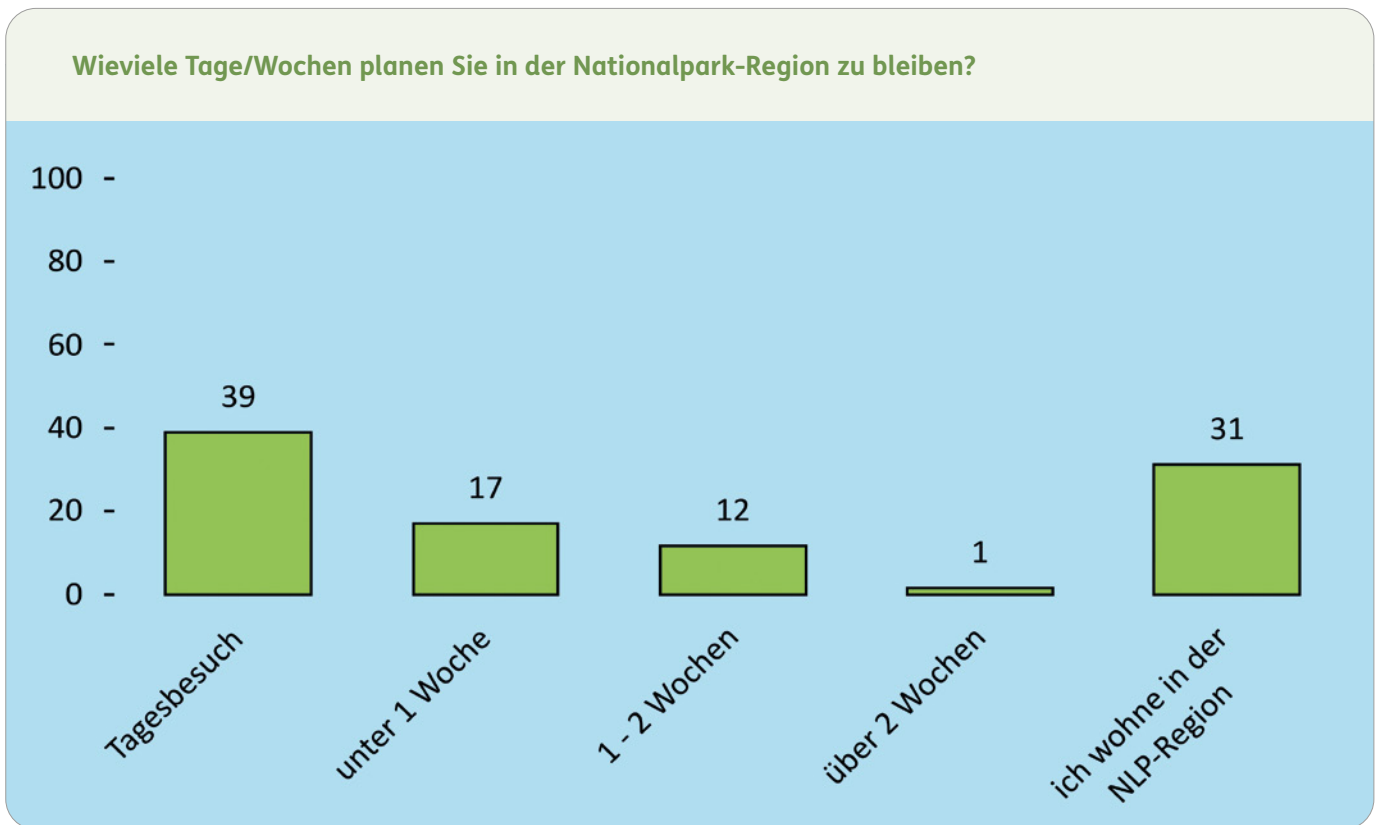


Abb. 3: Dauer des Aufenthalts, n = 1.602, Angaben in Prozent

Welche Medien werden allgemein als Informationsquelle für Freizeitangebote genutzt und wie gut fühlen sich die Besucher*innen über den Nationalpark informiert?

Die meisten Befragten nutzen das Internet, um sich über Freizeitangebote zu informieren, aber auch gedruckte Medien werden häufig verwendet. Soziale Medien hingegen werden von einem Großteil der Befragten nur mäßig bis selten genutzt. Insgesamt fühlen sich die Besucher*innen gut über den Nationalpark informiert. Themen, über die dennoch mehr informiert werden könnte, wären geschützte Tier- und Pflanzenarten sowie geschützte Lebensräume. Des Weiteren darf gesagt werden, dass die Besucher*innen die Informationstafeln im NLP als informativ, interessant gestaltet und gepflegt bewerten.

Handlungsempfehlungen: Die Öffentlichkeitsarbeit des Nationalparks sollte sich insbesondere auf das Internet und Gedrucktes (Zeitungen, Flyer und Broschüren) fokussieren, da diese Medien am häufigsten verwendet werden. Aber auch die sozialen Medien sollten Berücksichtigung finden, da die in dieser Studie ermittelte, geringe Bedeutung auf die Altersstruktur der Befragten zurückzuführen sein könnte. Umgekehrt kann angenommen werden, dass die Präsenz in den sozialen Medien auch jüngere Generationen auf den NLP aufmerksam machen würde. Der Wunsch der Befragten, es solle mehr über geschützte Tier- und Pflanzenarten sowie ihre Lebensräume informiert werden, könnte durch den Einsatz neuer Informationstafeln erfüllt werden. Da diese sehr positiv bewertet wurden und viele Besucher*innen Informationstafeln allgemein als bedeutsam einstufen, bietet sich diese Möglichkeit sehr gut an.

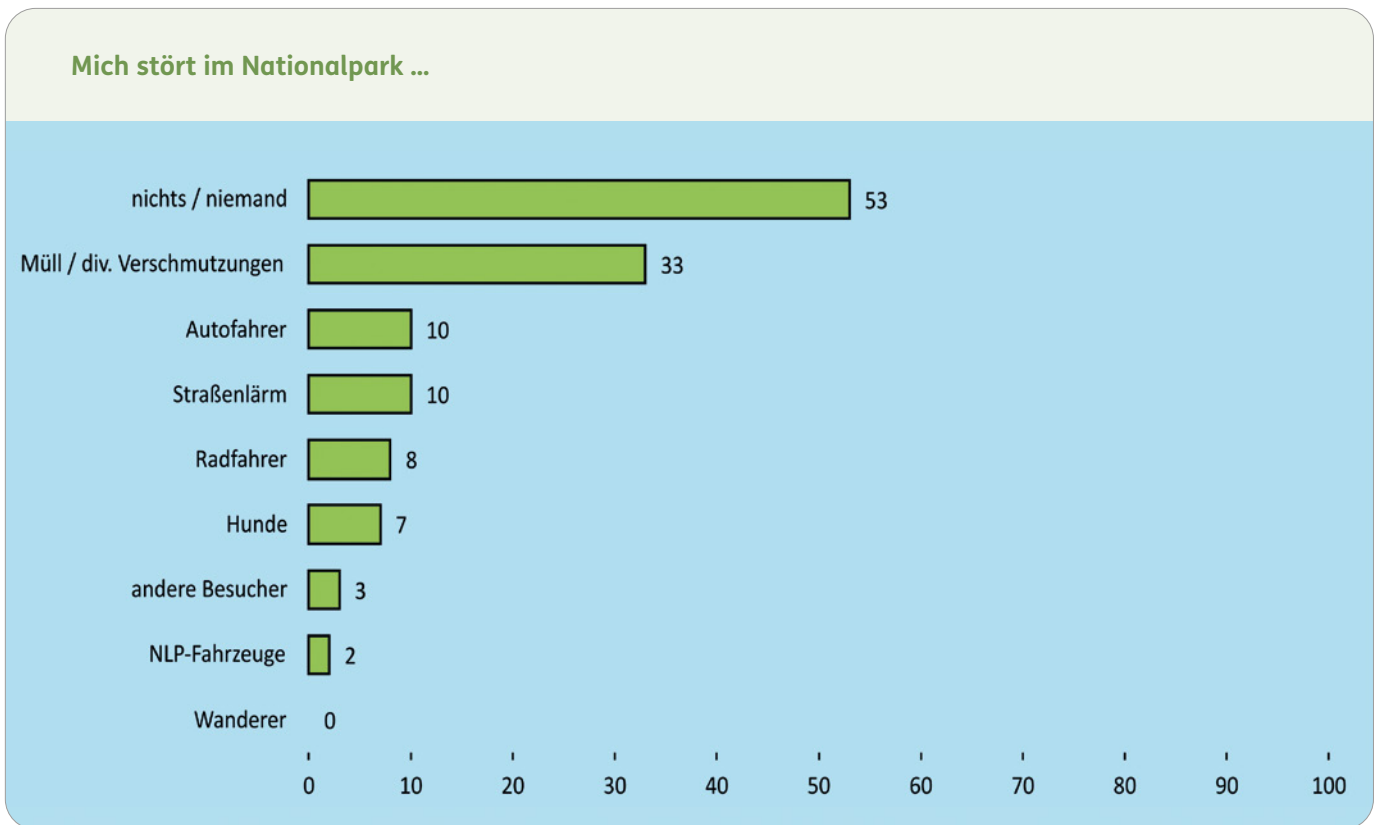


Abb. 4: Störfaktoren im Nationalpark (Mehrfachnennungen möglich), n = 1.521, Angaben in Prozent

Wovon fühlen sich die Besucher*innen gestört und werden die Verbote akzeptiert?

Die Hälfte aller Befragten fühlt sich im NLP von nichts bzw. niemandem gestört (vgl. Abb. 4). Wenn es aber einen wesentlichen Störfaktor gibt, dann ist es herumliegender Müll. Störungen, die durch die Interaktion mit anderen Besucher*innen hervorgerufen werden, sind insgesamt sehr selten. Die Regeln und Verbote im Nationalpark werden größtenteils akzeptiert. Allerdings ist auffällig, dass ein verhältnismäßig hoher Anteil der Befragten keine Bewertung der Verbote abgegeben hat, da diese vermutlich nicht bekannt waren. Es findet eine breite Zustimmung, dass totes Holz liegengelassen wird.

Handlungsempfehlungen: Achtlos weggeworfener Müll wird nicht nur von anderen Besucher*innen als störend empfunden, sondern ist auch aus naturschutzfachlicher Perspektive ein ernst zu nehmendes Problem. Es sollte daher darauf geachtet werden, dass an vielbesuchten Standorten (insbesondere an den Nationalparktoren) ausreichend Mülleimer zur Verfügung stehen und diese auch regelmäßig geleert werden. Darüber hinaus sollten die Besucher*innen stärker für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Müll sensibilisiert werden. Allgemein sollte der Nationalpark verstärkt auf seine Regeln aufmerksam machen, da diese einem nennenswerten Anteil der Befragten nicht bekannt waren.

Wie gut können die Besucher*innen sich im Nationalpark orientieren?

Die Besucher*innen sind sowohl mit der Beschilderung der Wanderwege als auch mit deren Zustand sehr zufrieden. Eventuelle Umleitungen wurden ebenfalls positiv bewertet. Als mögliche weitere Orientierungshilfe ist die Starterkarte bekannter als die NLP-App. Insgesamt gaben nur wenige Besucher*innen an, eine Navigations-App im NLP zu benutzen, selbst wenn sie eine solche grundsätzlich besitzen (vgl. Abb. 5). Es kann geschlossen werden, dass die hilfreiche Beschilderung der Wanderwege im NLP die Nutzung einer App nicht notwendig macht.

Handlungsempfehlungen: In Bezug auf die Beschilderung und den Zustand der Wanderwege darf gesagt werden, dass es keine Verbesserungsvorschläge zu äußern gibt. Auch wenn Navigations-Apps im NLP eher selten benutzt werden, ist es trotzdem wichtig zu wissen, dass Komoot die am häufigsten genutzte App darstellt. Da Nationale Naturlandschaften e. V. und Komoot bei der digitalen Besucherlenkung und Wissensvermittlung kooperieren, bieten sich nämlich zahlreiche Möglichkeiten. So kann der NLP beispielsweise eigene Tourenempfehlungen online stellen und damit nicht nur europaweit mehr Aufmerksamkeit generieren, sondern auch eine gezielte Lenkung der Besucher*innen erreichen.

Wie zufrieden sind die Besucher*innen mit der Barrierefreiheit, der Familienfreundlichkeit, dem Gastronomieangebot usw.?

Im Gesamtbild können die meisten organisatorischen Aspekte im NLPHH eine sehr große Zufriedenheit verzeichnen. Besonders hervorzuheben sind dabei die Parkmöglichkeiten sowie der Zustand und die Beschilderung der Wanderwege. Einige Aspekte wurden von einem Großteil der Befragten nicht bewertet, da hierbei keine persönliche Betroffenheit gegeben war. Dies gilt für die Barrierefreiheit, die Hundefreundlichkeit, die Möglichkeiten zur Fahrradnutzung, die Übernachtungsmöglichkeiten und die ÖPNV-Anbindung. Die größte Unzufriedenheit herrscht bezüglich des Gastronomieangebotes.

Handlungsempfehlungen: Das insgesamt sehr positive Meinungsbild dient als Bestätigung der bisherigen Arbeit der Nationalparkverwaltung. Alleiniger Verbesserungsbedarf läge im Ausbau des Gastronomieangebotes. Da bisher nur das Nationalparktor am Erbeskopf hierfür genutzt werden kann, fehlt es im übrigen Gebiet an Einkehrmöglichkeiten. In der Planung der zukünftigen Nationalparktore am Keltenpark und an der Wildenburg sollte die Eröffnung einer Gastronomie daher definitiv angestrebt werden.

Innenring: Ich nutze hier heute eine Smartphone-App zur Planung oder Orientierung im NLP.

Außenring: Ich nutze die App ...

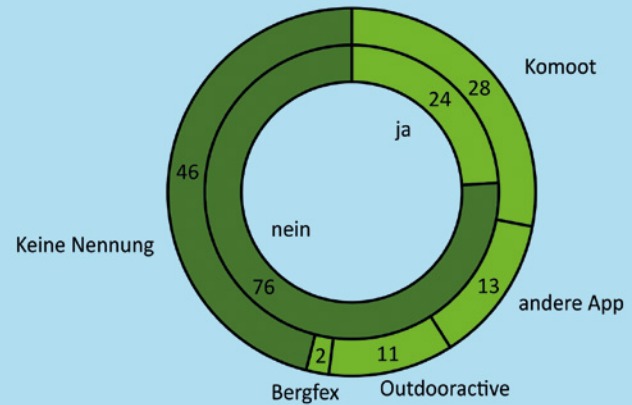


Abb. 5: Nutzung einer Smartphone-App zur Orientierung, n = 1.596, Angaben in Prozent

Im Überblick

Die meisten Nationalparkbesucher*innen ...

- reisen aus einem Umkreis von 100 km mit dem Auto für einen Tagesausflug an und gehen zu zweit wandern.
- fühlen sich manchmal von achtlos weggeworfenem Müll gestört und wünschen sich einen Ausbau des Gastronomieangebotes.
- sind mit der Beschilderung und dem Zustand der Wanderwege sehr zufrieden und finden, dass der Nationalpark im Großen und Ganzen gut für die Region ist.
- würden den Nationalpark Hunsrück-Hochwald definitiv noch einmal besuchen und ihn auch ihren Freunden und Verwandten weiterempfehlen.



Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen.

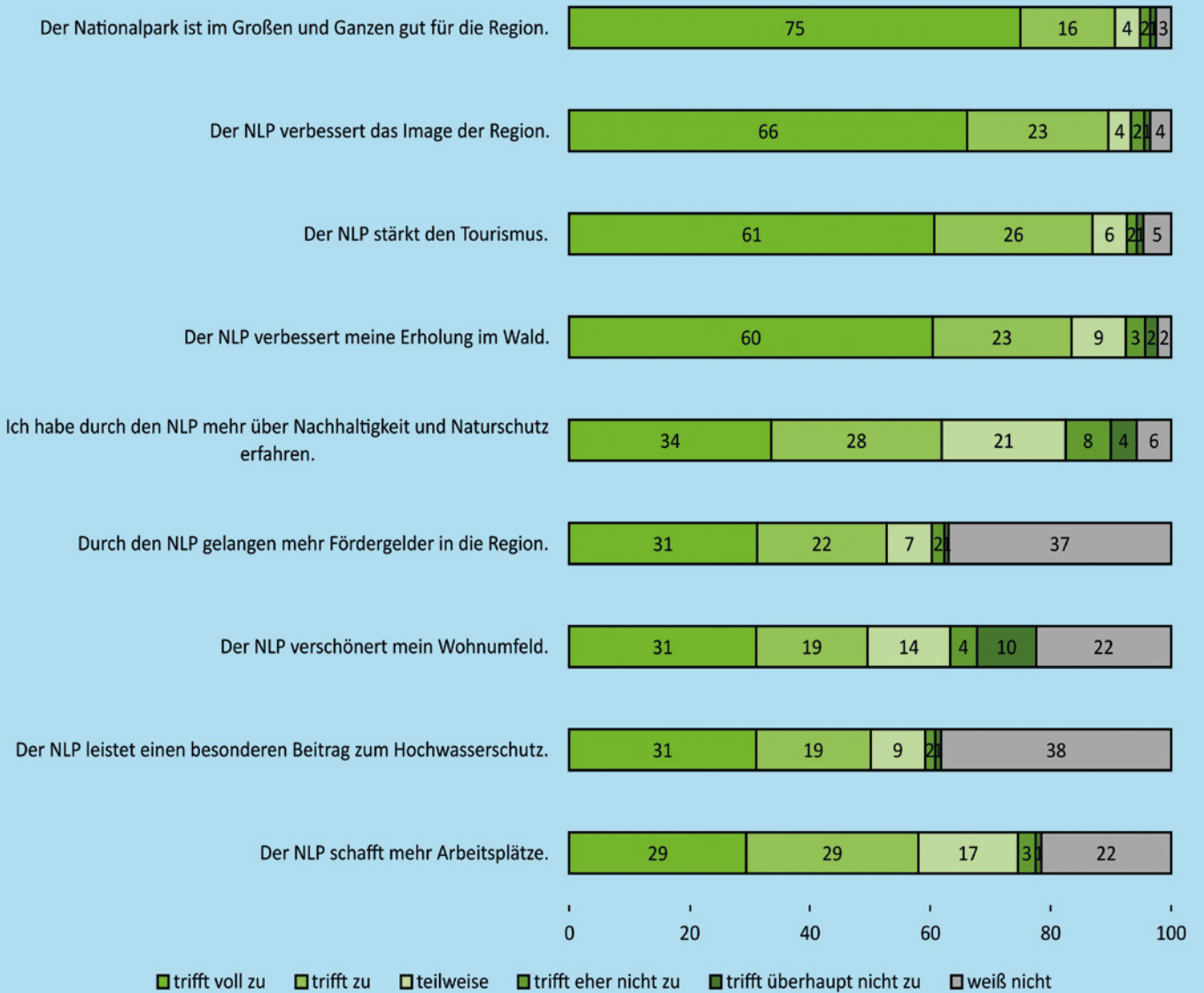


Abb. 6: Bewertung des Nationalparks im Großen und Ganzen, von oben nach unten: n = 1.630; 1.635; 1.630; 1.631; 1.611; 1.603; 1.586; 1.594; 1.610, Angaben in Prozent

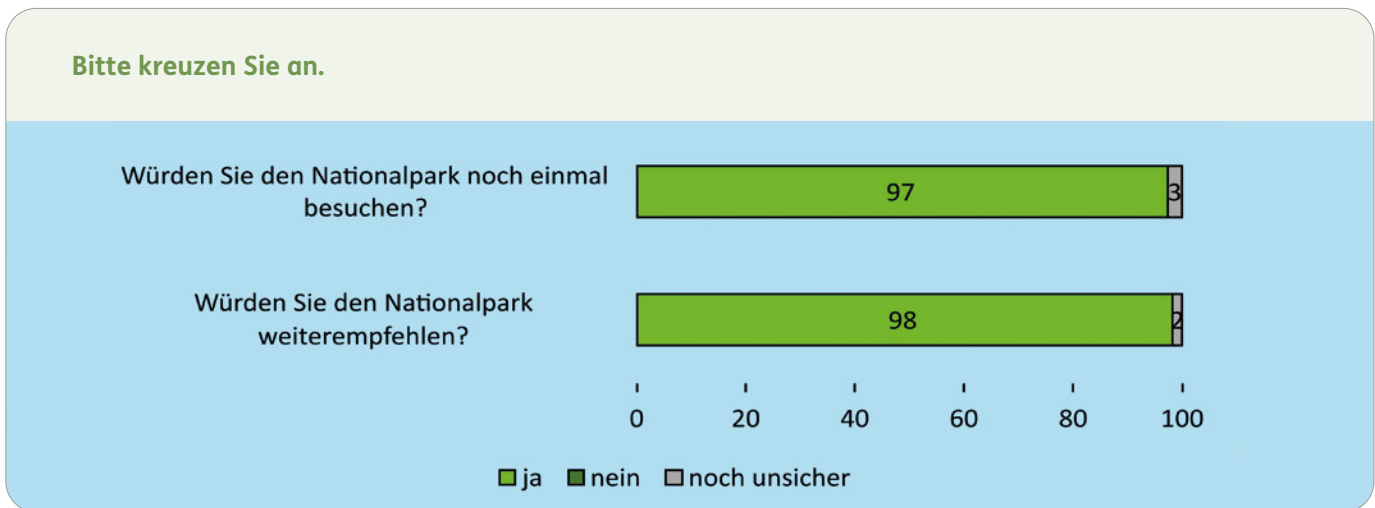


Abb. 7: Finales Urteil, von oben nach unten: n = 1.607; 1.607, Angaben in Prozent

Wie wird der Nationalpark im Großen und Ganzen wahrgenommen?

Der Großteil der Befragten findet, dass der Nationalpark im Großen und Ganzen gut für die Region ist und außerdem ihr Image verbessert (vgl. Abb. 6). Wörter, mit denen die Besucher*innen den Nationalpark beschreiben, sind überwiegend positiv und beziehen sich insbesondere auf die eigene Erholung und das Naturerleben im Wald. Der Nationalpark scheint sich für seine Besucher*innen also vor allem über seinen Erholungswert zu definieren. Ganz besonders hervorgeraten hat sich die Erkenntnis, dass fast alle Besucher*innen den Nationalpark sowohl noch einmal besuchen als auch weiterempfehlen würden (vgl. Abb. 7).

Fazit und Ausblick

Die Beliebtheit des NLP HH und seine touristische Bedeutung bringen ein gewisses Maß an Verantwortung mit sich. Wie zu Beginn dieses Beitrags erläutert, ist es ein Bestreben der Nationalparkverwaltung, die umweltschädlichen Einflüsse des Tourismus so gering wie möglich zu halten. Da das positive Meinungsbild der Befragten vermuten lässt, dass die Besucherzahlen zukünftig steigen, wird die Herausforderung, einen umweltschonenden Tourismus zu ermöglichen, ebenfalls wachsen. Folglich ist es zu empfehlen, auch in Zukunft sozioökonomische Untersuchungen durchzuführen, um eine wissenschaftlich fundierte Grundlage für die Arbeit der Nationalparkverwaltung zu liefern.

Quellen

Gesetz über Naturschutz und Landschaftspflege (Bundesnaturschutzgesetz – BNatSchG), www.gesetze-im-internet.de/bnatschg_2009/ (2009 & i.d.F.v. 8.12.2022).

Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald (Hg.) (2020): Nationalparkplan 2020.

Stoll-Kleemann, S. (2001): Barriers to nature conservation in Germany: A model explaining opposition to protected areas. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 369–385.

Ströher, H., Roth, K., Erdmann, K. H., Schell, C. & Jessel, B. (2016): Daten zur Natur 2016. Bundesamt für Naturschutz.

Woltering, M. (2012): Tourismus und Regionalentwicklung in deutschen Nationalparks. *Würzburger Geographische Arbeiten*: Bd. 108. Universität Würzburg.