

17

Ergebnisse der Besucher*innenbefragung 2022

Stärken und Schwächen des Nationalparks aus Sicht der Besuchenden



Um die Akzeptanz der Besuchenden in Bezug auf ausgewählte Aspekte zu ermitteln, eignet sich eine Besucher*innenumfrage, wodurch über gezielte Fragen herausgefunden werden kann, wie die Besuchenden den Nationalpark und seine Auswirkungen bewerten und wo Unzufriedenheit herrscht. Über die Bewertungen können Stärken und Schwächen des Nationalparks identifiziert und das Verbesserungspotenzial in ausgewählten Bereichen ermittelt werden. Die Besucher*innenumfrage aus dem Jahr 2022 im Hunsrück-Hochwald hat ergeben, dass die Besuchenden den Nationalpark und seine Auswirkungen größtenteils positiv bewerten. Hervorzuheben sind die wahrgenommene gute Erreichbarkeit der Region mit dem Auto, die Familienfreundlichkeit und die guten Rahmenbedingungen für die beliebte Aktivität Wandern. Am schlechtesten bewertet wurden die Übernachtungs- und Gastronomieangebote und die Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Generell verbinden die meisten Menschen aber positiv konnotierte Worte mit dem Nationalpark wie einen natürlichen, erholsamen, ruhigen und schönen Aufenthalt. Fast alle wollen den Nationalpark noch einmal besuchen und würden den Besuch auch Freunden und Verwandten empfehlen.

Die Autorin

Charlotte Ulmer, Absolventin der Universität Koblenz 2023. Als Zweitstudium hat die ursprünglich aus Karlsruhe stammende Autorin in Koblenz Biologie und Geographie auf Lehramt studiert. In der Masterarbeit hat sie sich mit ausgewählten Aspekten der Besucher*innenbefragung im Hunsrück-Hochwald beschäftigt und insbesondere die Wahrnehmung des Nationalparks durch die Besuchenden untersucht.



Einleitung

In der Nahe-Zeitung erschien am 30. März 2023 ein Artikel von Karl-Heinz Dahmer mit der Schlagzeile: „Besucherbefragung bestätigt: Nationalpark Hunsrück-Hochwald verbessert das Image der Region.“ Der Zeitungsartikel bezieht sich auf die aktuelle Besucher*innenbefragung von 2022, die wissenschaftlich aussagekräftige Erkenntnisse zur Region Hunsrück-Hochwald in Bezug auf ÖPNV-Angebote, Infrastruktur, mögliche Störquellen während des Aufenthalts und zur Wahrnehmung von Veränderungen durch die Existenz des Nationalparks liefert. Als Teil des sozioökonomischen Monitorings soll die Befragung dazu beitragen, die breite gesellschaftliche Unterstützung des Nationalparks weiter zu untersuchen, insbesondere wo und wie diese wirkt. Es sollen Wechselbeziehungen aus Angebot und Bewertung durch die Besuchenden identifiziert werden, damit das Management des Nationalparks darauf reagieren kann.



Abb. 1: Befragungsstand im Nationalpark Hunsrück-Hochwald während der Besucherbefragung 2022. Fotograf David Schlicht

Besucher*innenbefragung 2022

Die Befragung hat das Ziel, die Akzeptanz der Besuchenden zu bestimmten Aspekten zu untersuchen, wofür die Meinung von 1.647 zufällig ausgewählten Gästen anhand von Fragebögen eingeholt wurde. Die Autorin dieser Arbeit war eine der Interviewer*innen, die von Anfang Mai bis Ende September 2022 an unterschiedlichen Wochentagen und Orten Befragungen im Nationalpark Hunsrück-Hochwald durchgeführt haben. Die Orte wurden so gewählt, dass möglichst Einheimische und Gäste befragt werden konnten. Gezählt wurde zum Beispiel vor dem Nationalparktor Erbeskopf, wo es durch die Ausstellung zum Nationalpark, den Kletter- und Bikerpark sowie den Startpunkt vieler Wandertouren zu vielen täglichen Besuchenden kommt. Befragungen wurden auch an Wanderparkplätzen in gut besuchten, aber auch abgelegenen Orten im Nationalpark durchgeführt. Um möglichst viele Bereiche im Nationalpark abzudecken, wurde auch an wenig besuchten Kreuzungen von Wanderwegen mitten im Wald im Nationalpark befragt. Die Nationalparkbesuchenden erhielten jeweils einen Fragebogen mit 30 übergeordneten Fragen (teilweise durch Detailfragen konkretisiert), den sie selbstständig ausfüllen sollten. In Abbildung 1 ist ein typischer Befragungsstand abgebildet, durch den grünen Pavillon mit dem Nationalparkklogo wurden die Stände schon von weitem gesehen. Durch die Informationsmaterialien an den Ständen konnte die Aufmerksamkeit der Gäste gewonnen werden, vor allem war die Starterkarten für die Besucher*innen interessant. Die Besucher*innen wurden angesprochen und so auf den Fragebogen aufmerksam gemacht. Bei Zustimmung zur Teilnahme haben diese den Papierfragebogen selbstständig ausgefüllt. Insgesamt hat die

Umfrage ein Konfidenzniveau von 95 % mit einer Fehlerspanne von kleiner als 3 %. In Abschlussarbeiten wurde sich wissenschaftlich mit den Daten auseinandergesetzt, die verschiedenen Fragen aufeinander bezogen und mit den Daten aus anderen Nationalparks verglichen. Für den jungen Nationalpark Hunsrück-Hochwald ist die Besucher*innenbefragung 2022 die erste, die nach wissenschaftlichen Standards ausgewertet wird.

Was assoziieren die Besuchenden mit dem Nationalpark?

Die Besuchenden wurden gefragt, mit welchen drei Wörtern sie den Nationalpark beschreiben würden, die Ergebnisse wurden in einer Wortwolke zusammengefasst (Abb. 2). Die am größten abgebildeten Worte wurden am häufigsten genannt, über 500-mal wurden „Natur“ und „erholsam“ genannt, was jeweils etwa 13 % aller Nennungen entspricht. Ebenfalls verbindet ein Großteil der Befragten die positiv konnotierten Wörter ruhig (400) und schön (341) mit dem Nationalpark. Viele verbinden den Wald und die gute Luft mit dem Nationalpark und die Aktivität Wandern mit schönen Aussichten ist bei den Befragten präsent. Zudem wird in der im Nationalpark verbrachten Zeit auch Spaß, Erlebnis, Abenteuer und Freizeit erlebt. 30 Personen haben bei der Beschreibung des Nationalparks an Heimat gedacht. Von einem Teil der Besuchenden werden nachhaltige Gedanken in Bezug auf Klimaschutz und Zukunft mit dem Nationalpark assoziiert. Die mit Abstand am häufigsten genannten negativen Worte sind trocken und zerstörter Wald, der damit zusammenhängende Borkenkäfer wird von fünf Personen zur Beschreibung des Nationalparks genutzt. In Gesprächen mit den Besuchenden wurde festgestellt, dass teilweise auch die positiven Folgen nach einem Borkenkäferbefall erkannt wurden. Deshalb ist das Wort „Borkenkäfer“ wertneutral eingefärbt, da die Besuchenden zumindest teilweise positive und negative Gedanken mit den Insekten verbinden. Andere genannte Kritikpunkte sind ein unnötiger und teuer Nationalpark, der noch ausbaufähig ist. Auch der Fluglärm, der manchmal im Park zu hören ist, wird bemängelt. Fünf Personen verbinden mit dem Park eine Fahrradunfreundlichkeit, wobei sechs Personen eine Fahrrad-/Bikefreundlichkeit beschrieben haben. Insgesamt überwiegen die positiven Wörter deutlich gegenüber den negativen und wertneutralen. Beim Vergleich der Anzahl an Nennungen, sowie der Häufigkeit der Nennungen, verbinden deutlich mehr Menschen positive Aspekte mit dem Nationalpark Hunsrück-Hochwald.

Vergleich mit anderen Nationalparks

Die bei der Umfrage erhaltenen Informationen zu den Besuchenden und ihrer Akzeptanz zu bestimmten Maßnahmen und Aspekten im Nationalpark wurden zudem mit den Ergebnissen von Umfragen in anderen Nationalparks in Deutschland verglichen. Es konnte gezeigt werden, wie sich die Ergebnisse ausgewählter Fragen von denen in den Nationalparks Eifel, Sächsische Schweiz und dem Wattenmeer Schleswig-Holstein unterscheiden. Durch den Vergleich und die Analyse der Antworten zu den einzelnen Fragen konnten von den Besuchenden wahrgenommene „Stärken“ und „Schwächen“ des Nationalparks identifiziert werden. Im Vergleich zu den Ergebnissen der Besucher*innenumfragen der anderen vorgestellten Nationalparke sind die Gäste im Hunsrück-Hochwald teilweise zufriedener, äußern aber auch Kritik mit bestimmten Aspekten.



Abb. 2: 3 Wörter zum Nationalpark. Die Größe der dargestellten Wörter entspricht der prozentualen Häufigkeit der Nennung. n: 1. – 3. Wort: 1.428, 1.335; 1.225. Entwurf & Berechnung D. Schlicht & C. Ulmer.

„Schwächen“ des Nationalparks

Unzufriedener sind die Gäste im Hunsrück-Hochwald mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, den Möglichkeiten der Fahrradnutzung und der allgemeinen Informiertheit über den Park. Der Nationalpark ist sehr gut mit dem Auto erreichbar, alternative Anreisemöglichkeiten wie die öffentlichen Verkehrsmittel sind dagegen noch nicht so gut ausgebaut und angebunden. Viele Besuchende kennen sich mit dem ÖPNV in der Region nicht aus und können ihn nicht bewerten oder schätzen diesen vergleichsweise negativ ein (vgl. Abb. 3).

Darüber hinaus fühlt sich weniger als die Hälfte der Befragten im Nationalpark insgesamt gut informiert. Zusätzliche Informationen zu Themen wie geschützten Tier- und Pflanzenräumen sowie geschütztem Lebensraum und ÖPNV-Angeboten werden gewünscht und sind notwendig. Mit den vorhandenen Informationsmaterialien sind die Befragten allerdings größtenteils zufrieden, während des Aufenthalts werden besonders die aufgestellten Tafeln als Informationsquelle genutzt.

Ein anderer Aspekt, mit dem weniger als 25 % der Befragten zufrieden sind, sind die Übernachtungsmöglichkeiten. 20 % haben zumindest teilweise schlechte Erfahrungen gemacht und über die Hälfte kann die Möglichkeiten nicht bewerten. Das deckt sich mit den, im Vergleich zu anderen Nationalparks in Deutschland, geringen Zahlen an Übernachtungsgästen, 30 % der Befragten übernachten in der Region, die restlichen 70 % sind Tagesgäste bzw. Anwohnende. Übernachtende Nationalparkgäste sind ein wichtiger Faktor für die touristische Entwicklung der Region, so können die umliegenden Gemeinden auch über die Grenzen des Nationalparks hinweg von den Tourist*innen profitieren. Wenn Tourist*innen Zeit in der Region verbringen, nutzen sie auch häufig die Gastronomie in der Region. Bei der Bewertung dieser konnten sich auch deutlich mehr Menschen beteiligen. Im Vergleich zu der Bewertung der Übernachtungsmöglichkeiten gab es nur etwa halb so viele Befragte, die „weiß nicht“ angekreuzt haben. 25 % waren mit dem Gastronomieangebot zufrieden, allerdings haben 44 % zumindest teilweise schon schlechte Erfahrungen gemacht (vgl. Abb. 4).

Inwiefern treffen diese Aussagen für Sie zu (auch als Einwohner der NLP-Region)?

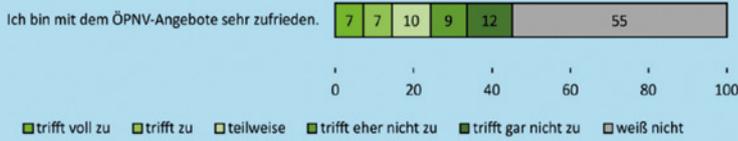


Abb. 3: Zufriedenheit mit dem ÖPNV-Angebot. Angaben der Zustimmung in %, n: 1.515. Verändert nach D. Schlicht.

Wie zufrieden sind Sie im Nationalpark mit ...

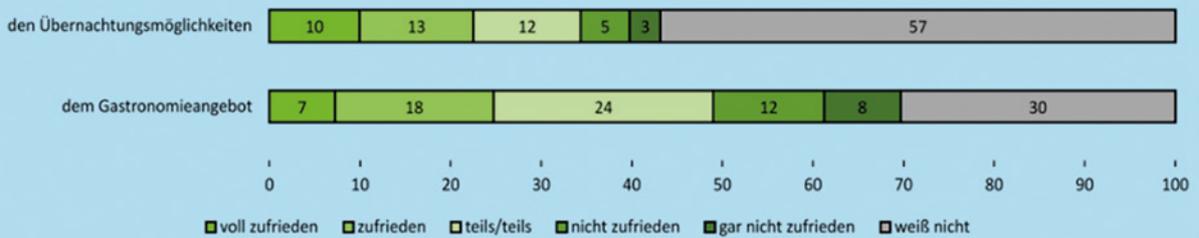


Abb. 4: Gastronomie- und Übernachtungsmöglichkeiten. Angaben der Zustimmung in %, n von oben nach unten: 1.482, 1.543. Verändert nach D. Schlicht.

Wie zufrieden sind Sie im Nationalpark mit ...

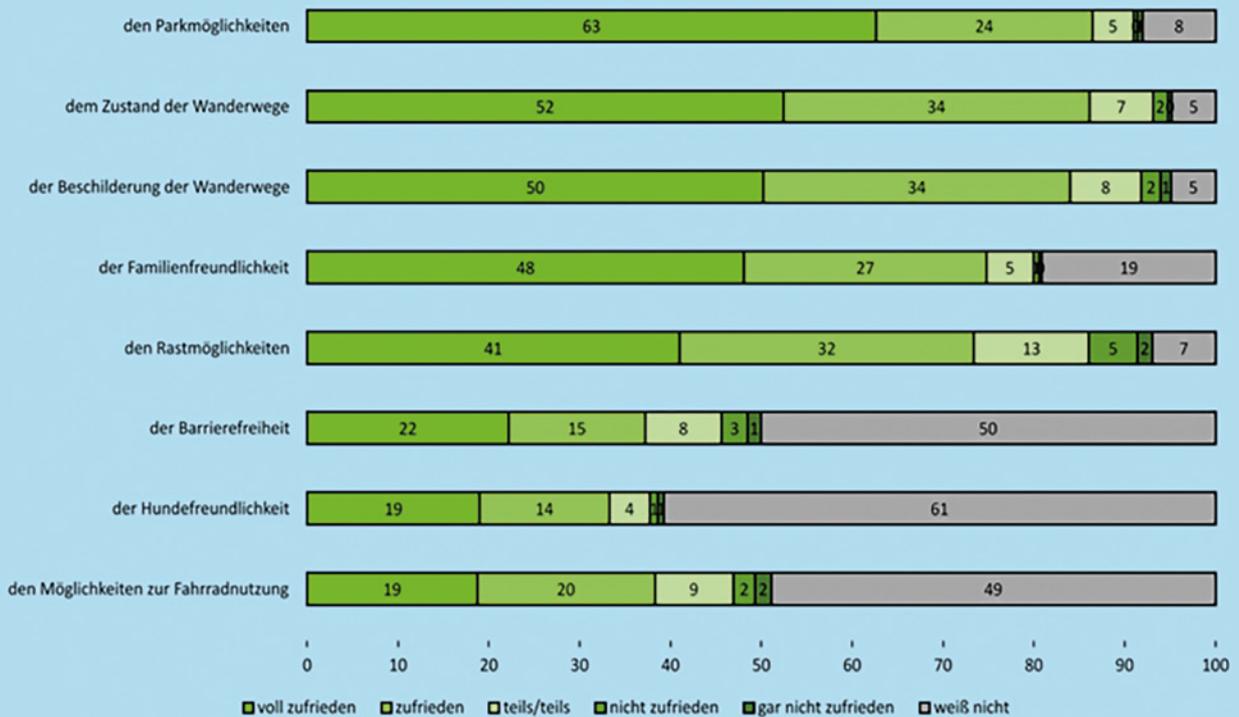


Abb. 5: Zufriedenheit mit Aktivitäten im Nationalpark. Angaben der Zustimmung in %, n von oben nach unten: 1.573; 1.565; 1.577; 1.535; 1.562; 1.480; 1.495; 1.482. Verändert nach D. Schlicht.

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

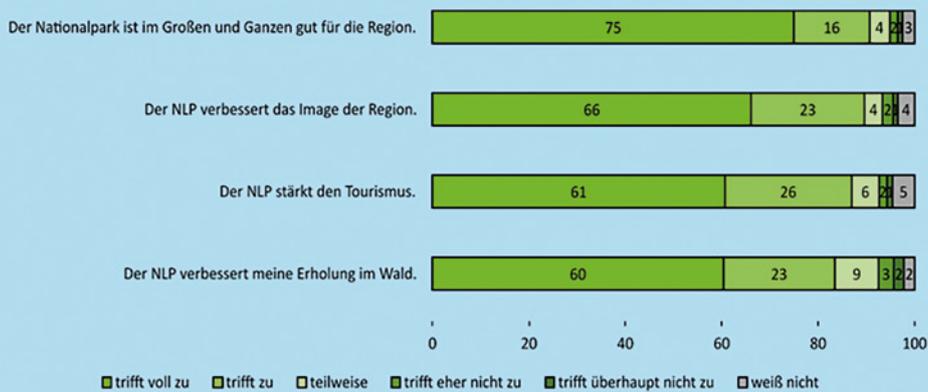


Abb. 6: Einfluss des Nationalparks auf die Region. Angaben der Zustimmung in %, n von oben nach unten: 1.630; 1.635; 1.630; 1.631. Verändert nach D. Schlicht.

„Stärken“ des Nationalparks

In Abbildung 5 ist zu sehen, dass die Familienfreundlichkeit im Nationalpark weitgehend positiv bewertet wird, zudem ist die Gruppengröße der Besuchenden vergleichsweise groß. Der am häufigsten angegebene Grund für einen Besuch des Nationalparks ist das Wandern. Mit den Gegebenheiten rund um die Aktivität wie Wanderwege und Beschilderungen sind die Befragten zudem größtenteils zufrieden. Mit knapp 90% Zufriedenheit gehören auch die Parkmöglichkeiten im Nationalpark zu dessen Stärken. Möglicherweise ist die hohe Zufriedenheit eine Folge ausführlicher Überlegungen zu den Parkplätzen im Nationalparkplan. Im Vergleich zu anderen Nationalparks geben die Befragten des Hunsrück-Hochwalds eine höhere Zufriedenheit mit der Beschilderung zum Nationalpark und dem Zustand der Wanderwege an. Darüber hinaus nehmen die Besuchenden kaum Störquellen während ihres Aufenthalts wahr. Aus den Ergebnissen ist zudem herauszulesen, dass nahezu alle Befragten des Nationalparks diesen noch einmal besuchen und weiterempfehlen würden. Ebenfalls stimmt ein Großteil der Besuchenden zu, dass der Nationalpark einen positiven Einfluss auf die Region hat. Auch bei

Betrachtung der Einschätzungen durch die Einheimischen ist zu beobachten, dass diese größtenteils einem verbesserten Image, gestärktem Tourismus und positiven Veränderungen durch den Nationalpark für die Region zustimmen (vgl. Abb. 6).

Dies bestätigt eine positive Regionalentwicklung, die durch den Nationalpark vorangetrieben wird. Darüber hinaus kann die in der Einleitung behandelte These aus der Nahe-Zeitung verifiziert werden: Nach dieser Umfrage verbessert der Nationalpark tatsächlich das wahrgenommene Image der Region.

Unterschied zwischen Einheimischen und Gästen

Zudem wurde sich damit befasst, ob die Einheimischen generell weniger Akzeptanz dem Nationalpark und seinen Maßnahmen gegenüber zeigen. Tatsächlich bewerten die Einheimischen Fragen und Aussagen teilweise kritischer als die Gäste von weiter weg. Einheimische widersprechen häufiger dem positiven Einfluss des Nationalparks auf bestimmte Aspekte in ihrer Heimat. Aller-

dings ist die Zustimmung zur positiven Veränderung durch den Nationalpark sehr ähnlich zu den Bewertungen durch die Gesamtheit der Befragten. Fast immer unterschieden sich die angegebenen Werte der Einheimischen nur sehr gering von denen aller Befragten.

Ziele des Nationalparkplans erreicht?

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Ziele im Bereich der gesteigerten Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln noch nicht erreicht wurden. Ebenfalls wurde das Ziel einer besseren Information der Gäste noch nicht erreicht, da die Informationsmaterialien wie die Starterkarte und die Nationalpark-App noch relativ unbekannt sind bzw. wenig genutzt werden. Die Unzufriedenheit mit den Gastronomie- und Übernachtungsmöglichkeiten deutet ebenfalls auf ein Nichterreichen der Ziele hin. Ziel ist, dass die Tourist*innen möglichst viel Zeit in der Region verbringen, viel erleben und konsumieren (Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald 2020). Die hohe Zufriedenheit mit den restlichen Fragen und Aussagen des Fragebogens deutet auf ein Erreichen vieler vorgenommener Ziele hin. Die Umgestaltung der Parkplätze und die Parkplatzsituation generell werden sehr positiv wahrgenommen.

Zudem haben die Befragten eine hohe Akzeptanz gegenüber dem vorhandenen Wegenetz und der Beschilderung der Wanderwege angegeben. Dies deutet auf das Erreichen eines gut beschilderten Wegenetzes mit eindeutiger Routenführung hin, zudem wird die Pflege und der Zustand der Wanderwege positiv eingeschätzt. Es besteht nach den Ergebnissen der Umfrage kein Bedarf an zusätzlichen Wanderwegen. Auch wird die Umsetzung des Mottos von Nationalparks „Natur Natur sein zu lassen“ von den Besuchenden als größtenteils gelungen eingeschätzt. Ebenfalls zeigen die Ergebnisse der Befragung eine hohe Akzeptanz und Verbundenheit der Anwohnenden mit dem Nationalpark Hunsrück-Hochwald. Die höchste Zustimmung von allen vorgestellten Ergebnissen erhielten die beiden letzten Fragen, die untersucht haben, ob die Besuchenden den Park noch einmal besuchen (97 %) und ihn auch weiterempfehlen (98 %) würden. Im Nationalparkplan ist festgehalten, dass sich die erfolgreiche Etablierung des Parks bei den Besuchenden sowie in der Nationalparkregion anhand dieser Fragen erkennen lässt. Demnach ist entscheidend, ob der Nationalpark den Besuchenden positiv in Erinne-

rung bleibt, sie ihrem Umkreis von den Erfahrungen erzählen und einen Besuch weiterempfehlen (Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald 2020). Diese sehr hohen Zustimmungswerte sprechen für einen jungen Nationalpark, der auf dem Weg ist, sich in der Region und bei den Besuchenden erfolgreich zu etablieren. Bei Betrachtung aller in dieser Arbeit vorgestellten Details des Fragebogens fällt auf, dass die meisten Aspekte positiv bewertet werden. Mit den meisten Gegebenheiten, Eingriffen durch das Management und Aktivitäten im Nationalpark sind die Besucher*innen zufrieden. Größtenteils nehmen die Besuchenden den Nationalpark Hunsrück-Hochwald somit positiv wahr. Lediglich mit einzelnen vorgestellten Aspekten sind die Gäste unzufrieden, diese sollten weiter untersucht werden, damit das Management geeignete Maßnahmen treffen kann.

Weiterer Forschungsbedarf

Noch können für den Nationalpark Hunsrück-Hochwald keine Trends bzw. Entwicklungen aufgezeigt werden, da vorherige wissenschaftlich auswertbare Daten fehlen. Um eine Vergleichbarkeit mit vorherigen Daten zu ermöglichen und Entwicklungen bzw. Veränderungen beobachten zu können, bedarf es weiterer systematisch ausgewerteter Umfragen. Die aufgrund der Ergebnisse dieser Befragung getroffenen Maßnahmen können durch weitere Befragungen evaluiert werden, indem untersucht wird, ob sich die Zufriedenheit mit den einzelnen Aspekten geändert hat. Bereits bei der nächsten großen Besucher*innenumfrage können durch einen Vergleich der aktuellen mit den zukünftigen Daten Trends in der Akzeptanz des Nationalparks abgelesen werden, um so die Entwicklung des jungen Nationalparks Hunsrück-Hochwald in Deutschland wissenschaftlich zu begleiten.

Quellen

Dahmer, Karl-Heinz (2023, 30. März): Besucherbefragung bestätigt: Nationalpark Hunsrück-Hochwald verbessert das Image der Region. In: Nahe-Zeitung. Online im Internet verfügbar unter <https://is.gd/hiUu0Z>, zuletzt geprüft am 30.11.23.

Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald (2020): Nationalparkplan 2020. Birkenfeld: Nationalpark Hunsrück-Hochwald.

Im Überblick

- Die meisten abgefragten Aspekte wie die Auswirkungen des Nationalparks, Infrastruktur und Freizeitmöglichkeiten werden überwiegend positiv bewertet.
- Positiv werden durch die Besuchenden besonders die gute Erreichbarkeit mit dem Auto, das verbesserte Image der Region, die Familienfreundlichkeit, die Parkmöglichkeiten, die Wanderwege und deren Beschilderung und eine verbesserte Erholung im Wald durch den Nationalpark wahrgenommen.
- Verbesserungsbedarf sehen die Besuchenden in dem Übernachtungs- und Gastronomieangebot und den öffentlichen Verkehrsmitteln im Nationalpark.
- Anwohnende bewerten den Nationalpark und seine Auswirkungen minimal kritischer als die Gäste von weiter weg.
- Um Trends und Entwicklungen bei der Wahrnehmung und Akzeptanz aufzuzeigen, braucht es weitere Befragungen im jungen Nationalpark Hunsrück-Hochwald.

