

Naturnaher Tourismus – Chance für das Bergische

**Fachforum Tourismus
der Kommunalen Arbeitsgemeinschaft
Bergisch Land e. V.**

Forum Leverkusen, 16.09.2017

BTE Tourismus- und Regionalberatung

- **26 Jahre Erfahrungen über 600 Projekte**
- **21 Mitarbeiter*innen an den Standorten Berlin, Hannover & Eisenach**
- **Hohe Qualität und starker Service: individuell und innovativ**

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

TourCert
PREFERRED PARTNER



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

Ausgewählte Referenzen



Einführung

Einführung

Trends Naturtourismus

Erfolgsfaktoren Naturtourismus

Wertschöpfungspotentiale

Chance für das Bergische

Megatrends des 21. Jahrhunderts



Globalisierung



Mobilität



Urbanisierung



Gesundheit



Individualisierung



Sicherheit



Konektivität



Gender Shift



Wissenskultur



Silver Society



New Work

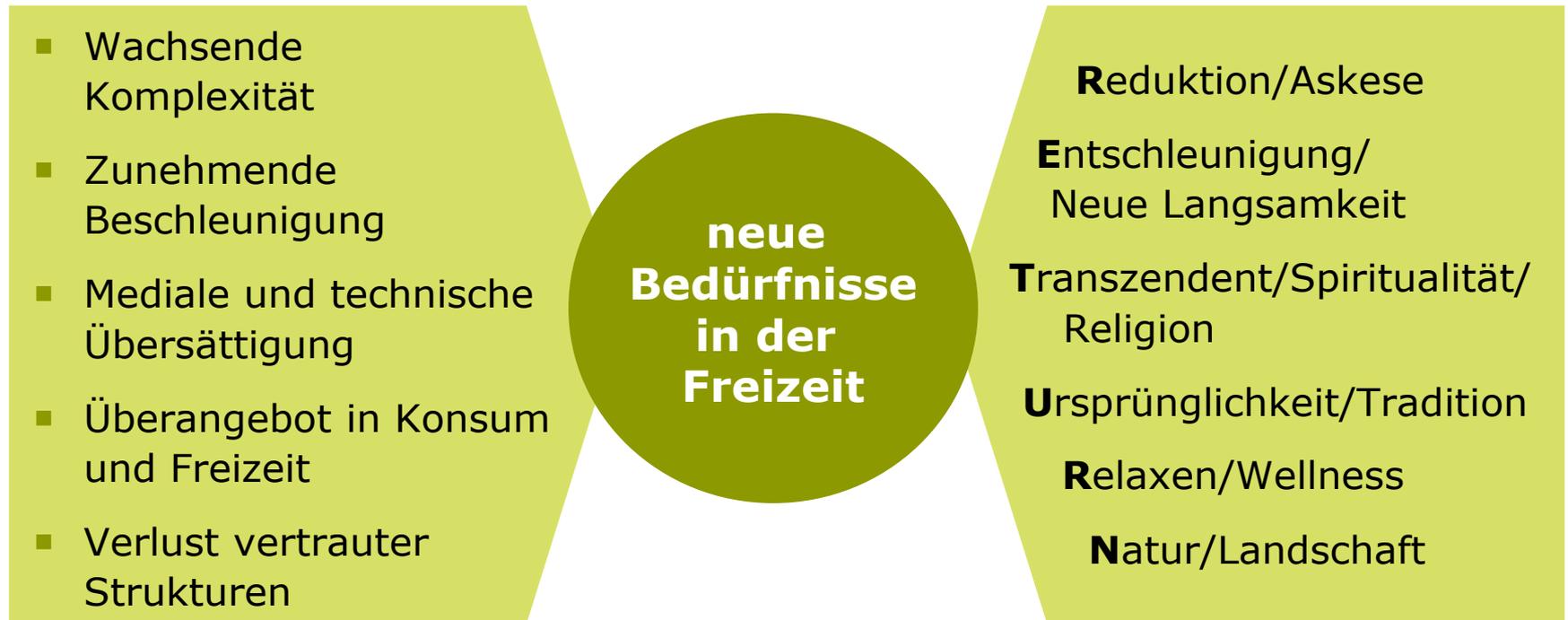


Neo-Ökologie

Quelle: www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/

Rückbesinnung zu alten Werten

Das „Return-Modell“



Treiber für naturnahen Tourismus



Das Naturbild der Deutschen

- „Natur“ wird überwiegend mit „Landschaft“ bzw. bestimmten (Kultur-)Landschaftstypen oder Naturräumen assoziiert.
- Natur ist
 - *eine grüne, blühende Frühlings-/Sommerlandschaft*
 - *dort, wo man gerne wäre, wo man sich wohlfühlt*
 - *„das Draußen“*
 - *„das Schöne“ (Arkadien)*
- Natur bedeutet Stille, Entspannung und Erholung, ist der Gegenpol zum stressigen Alltag
- **Naturbilder sind häufig Urlaubsbilder**



Quelle: Kleinhüchelkotten 2010, aus: BMU (2010): **Naturbewusstsein 2009** Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt

© Naturarena Bergisches Land GmbH

Persönliche Bedeutung von Natur

94%

„Zu einem guten Leben gehört die Natur dazu.“

92%

„Natur bedeutet für mich Gesundheit und Erholung.“

92%

„An der Natur schätze ich ihre Vielfalt.“



90%

„Es macht mich glücklich in der Natur zu sein.“

85%

„Ich fühle mich mit Natur und Landschaft in meiner Region verbunden.“

85%

„Ich versuche, so oft wie möglich in der Natur zu sein.“

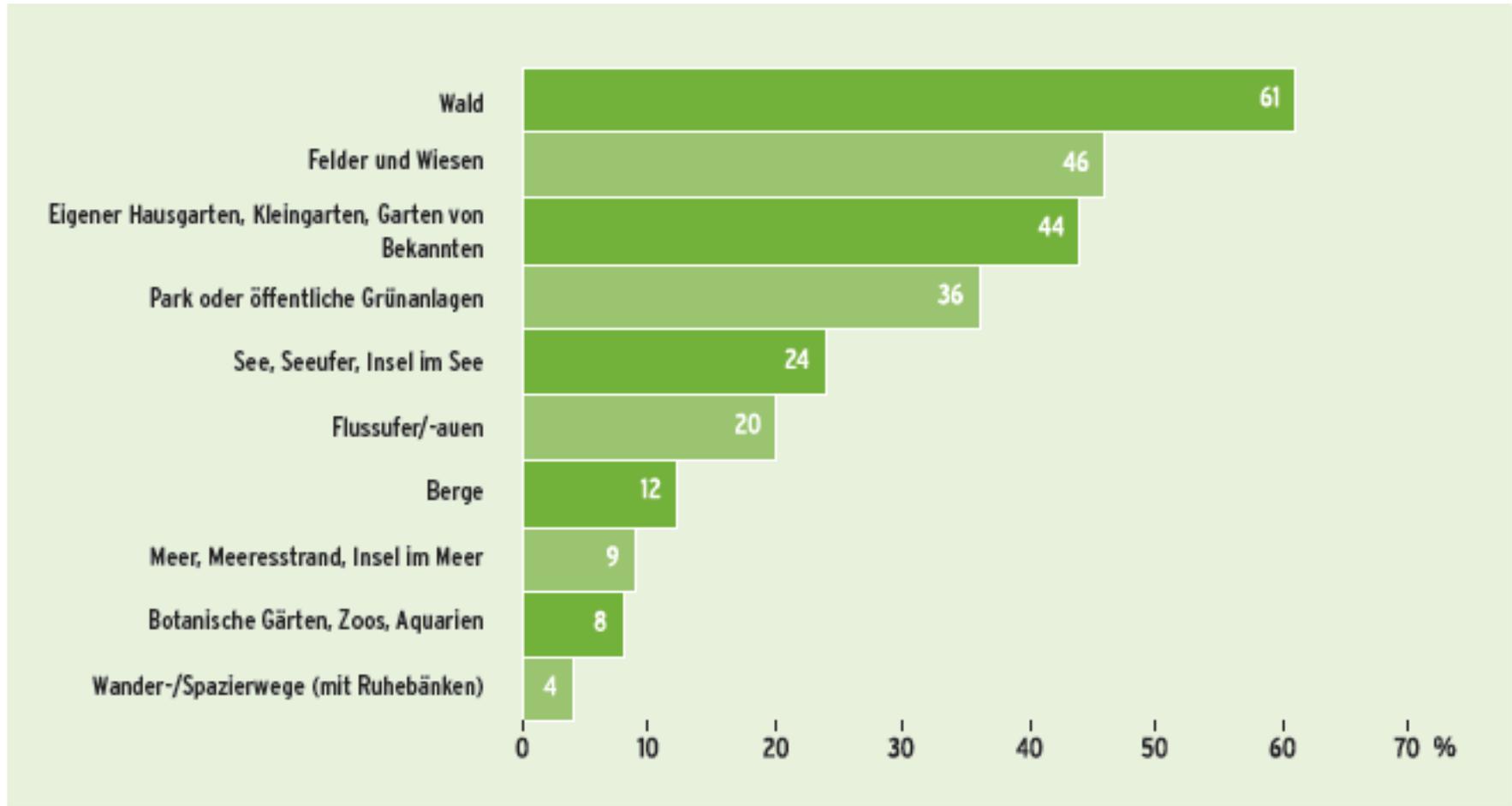
Natur erleben als Reise-/Ausflugsmotiv

Laut F.U.R Reiseanalyse 2014 ist „Natur erleben“ für

- rund 60 % der Deutschen ein **Urlaubsmotiv.**
- 85 % geben an, dass es sie **glücklich mache, in der Natur zu sein,** und
- 81 % fühlen sich **mit Natur und Landschaft in der eigenen Region verbunden.**

Aufgesuchte Orte in der Natur

Wenn Sie nach draußen in die Natur gehen, wohin gehen Sie dann normalerweise?



Quelle: Kleinhüchelkotten 2010, aus: BMU (2010): **Naturbewusstsein 2009** Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt

Chance für das Bergische?

Vielfältiger Wechsel zwischen Wald- und Offenlandschaften im Bergischen

- rund 40 Prozent des Naturparks Bergisches Land sind Wälder; 76.000 Hektar Wald innerhalb des Naturraumes Bergisches Land
- sowie zahlreiche besonders wertvolle geschützte Naturgebiete.

Schutzgebiete	
Naturschutzgebiete	105 mit insges. ca. 7.000 Hektar
Landschaftsschutzgebiete	28 mit insges. ca. 34.000 Hektar
FFH-/Vogelschutzgebiete	20 mit insges. ca. 3.500 Hektar

Trends Naturtourismus

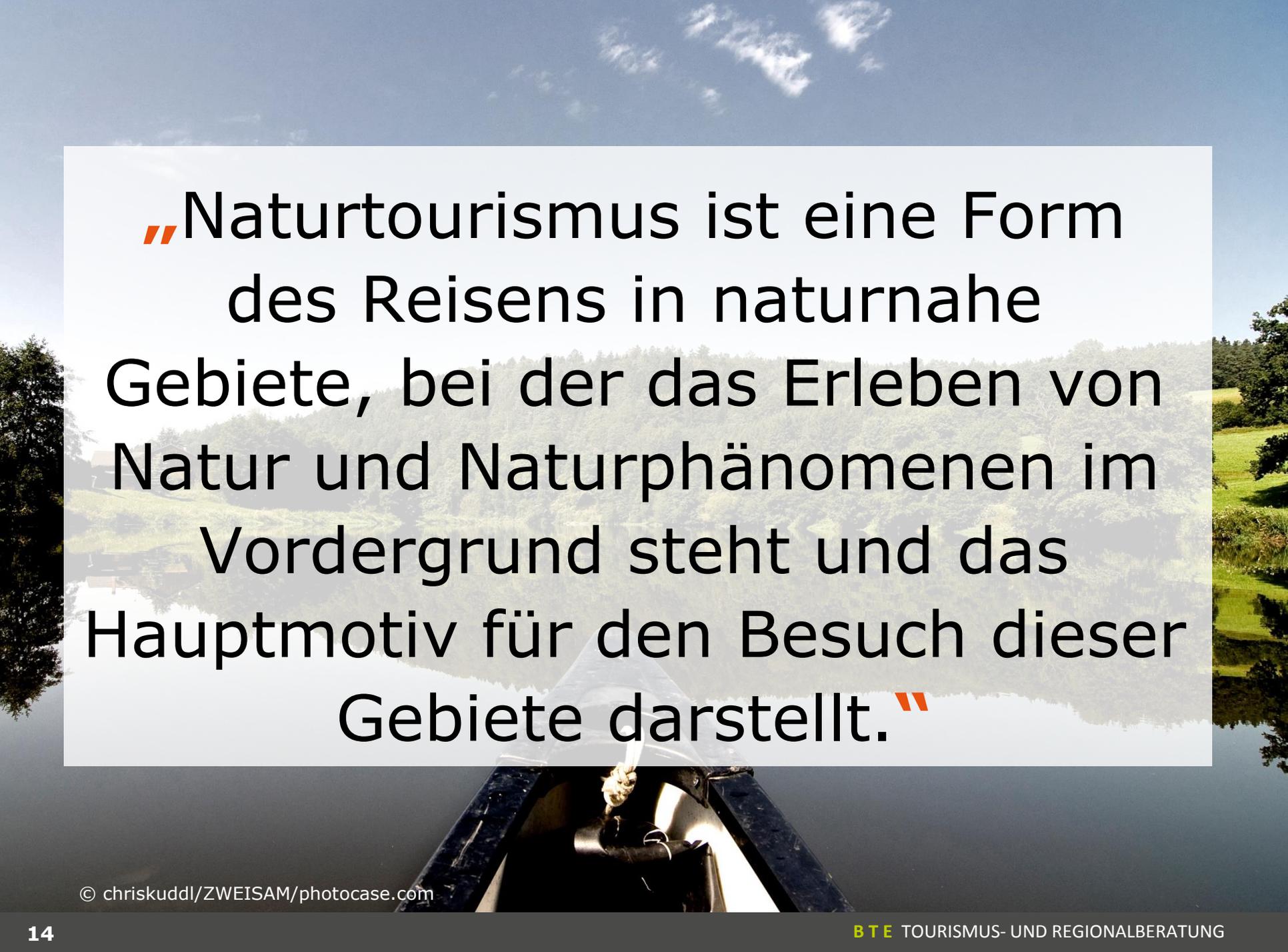
Einführung

Trends Naturtourismus

Erfolgsfaktoren Naturtourismus

Wertschöpfungspotentiale

Chance für das Bergische



„Naturtourismus ist eine Form des Reisens in naturnahe Gebiete, bei der das Erleben von Natur und Naturphänomenen im Vordergrund steht und das Hauptmotiv für den Besuch dieser Gebiete darstellt.“

Angebotsbereiche für Naturtourismus

Natur sehen und verstehen

Aktivitäten der Natur-/Umweltbildung und -beobachtung,

- z.B.:
- Naturlehrpfad
 - Beobachtungsstation
 - Informationszentrum
 - Führungen und Seminare
 - Exkursionen in die Wildnis (z.B. Wildniscamp)
 - ...

**Fokus: Bildung
(Informierte
Gäste)**

Natur aktiv erleben

Körperliche Aktivitäten in der Natur,

- z.B.:
- Wandern und Nordic Walking
 - Radfahren und Mountainbiking
 - Kanufahren und Segeln
 - Klettern
 - Reiten
 - Skilanglauf
 - ...

**Fokus: Erholung
(Mehr Gäste)**

Natur spüren

Aktivitäten zur Gesunderhaltung in der Natur,

- z.B.:
- Fastenwandern
 - Meditation
 - Yoga, Tai Chi, Qigong etc.
 - Natur-Wellness, z.B. Bäder, Massagen, Packungen, Thalasso etc.
 - ...

Über Natur der Region begegnen

Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung regionaler Identität,

- z.B.:
- Sammeln und Verarbeiten von Naturprodukten
 - Konsum regionaler Produkte
 - Veranstaltungen zu Geschichte, Tradition, Kultur etc.
 - ...

**Fokus:
Botschafter
(Gäste für
Region)**

Natur unterstützen

Freiwilligenarbeit in der Natur,

- z.B.:
- Pflege von Biotopen und Anpflanzungen
 - Instandhaltung von Infrastrukturen
 - Vogelzählungen
 - ...

**Fokus:
Unterstützung
(Helfende
Gäste)**

Allgemeines Interessenpotenzial



Motive für den Naturbesuch



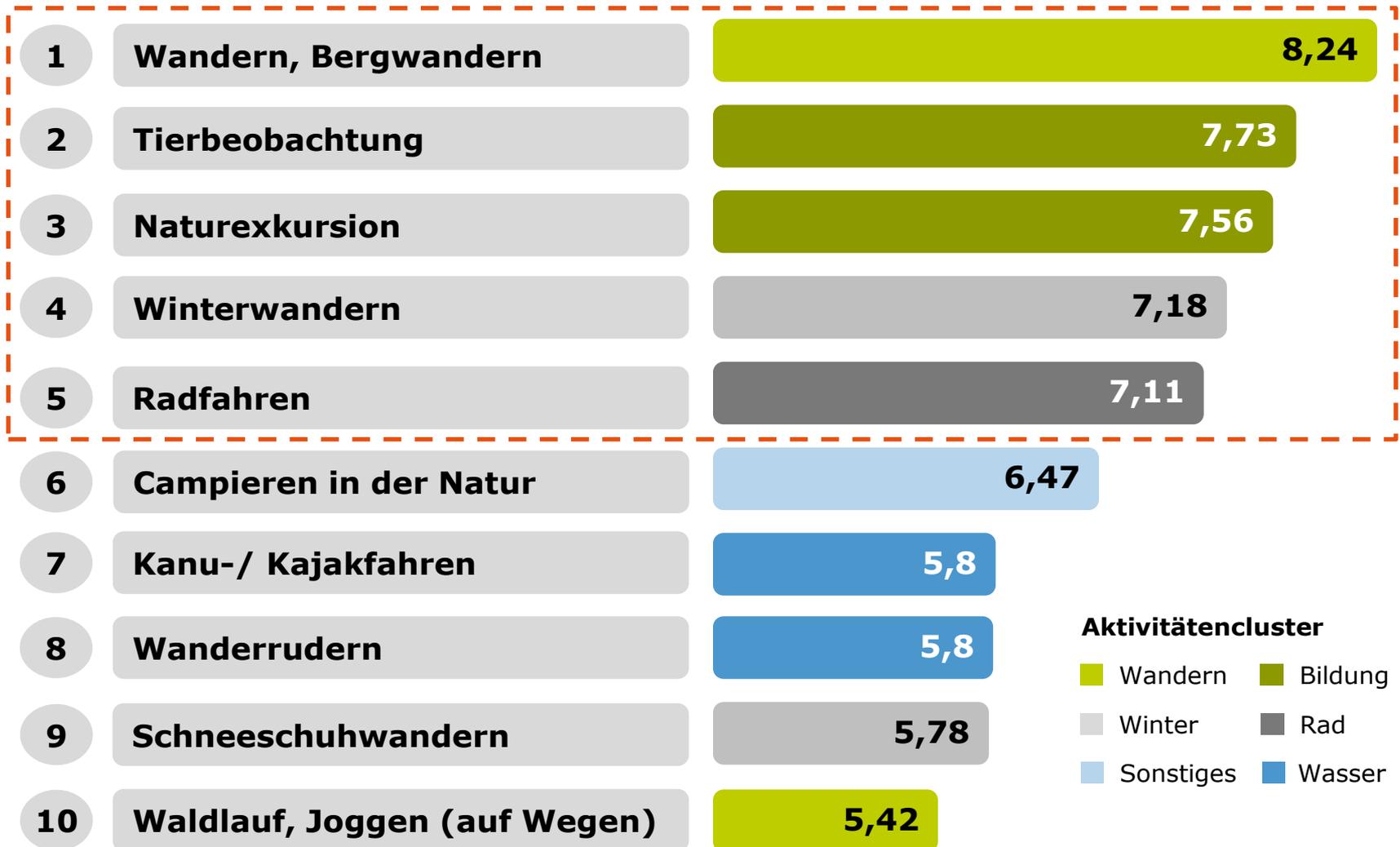
Bergische Kaffeetafel



Interessenspotenzial zum Thema „Natur“

**71% der Deutschen haben
sehr großes oder großes
Interesse sich im Urlaub in der
Natur aufzuhalten.**

TOP-10-Aktivitäten im Naturerlebnis



© BTE/VDN/ED 2016; Datenbasis: Naturerlebnis-Monitor Deutschland 2016; n=3.238;
Durchschnittswert der Angaben von 0 (spielt keine Rolle) bis 10 (spielt sehr große Rolle)



40 Mio. Deutsche haben ein großes bis sehr großes Interesse, sich in der Natur aufzuhalten.

Bergisches Land Einzugsgebiet ca. 10 Mio. Menschen im Umkreis von 1,5 Fahrstunden

Damit gibt es riesiges Potential für den Naturtourismus und Naturerlebnisse.

Chancen für das Bergische?

Mit den Angeboten:

- **„Bergische Panoramawege“**
für Radfahrer, dem
- **„Bergischen Wanderland“**
für Wanderer sowie dem
- **„Naturpark Bergisches Land“**
als Natur-Marke und Qualitätsversprechen

ist das Bergische schon gut für die beliebtesten Aktivitäten im naturnahen Tourismus vorbereitet!



Panorama-Radwege - Bahntrassen im Bergischen Land



Erfolgsfaktoren Naturtourismus

Einführung

Trends Naturtourismus

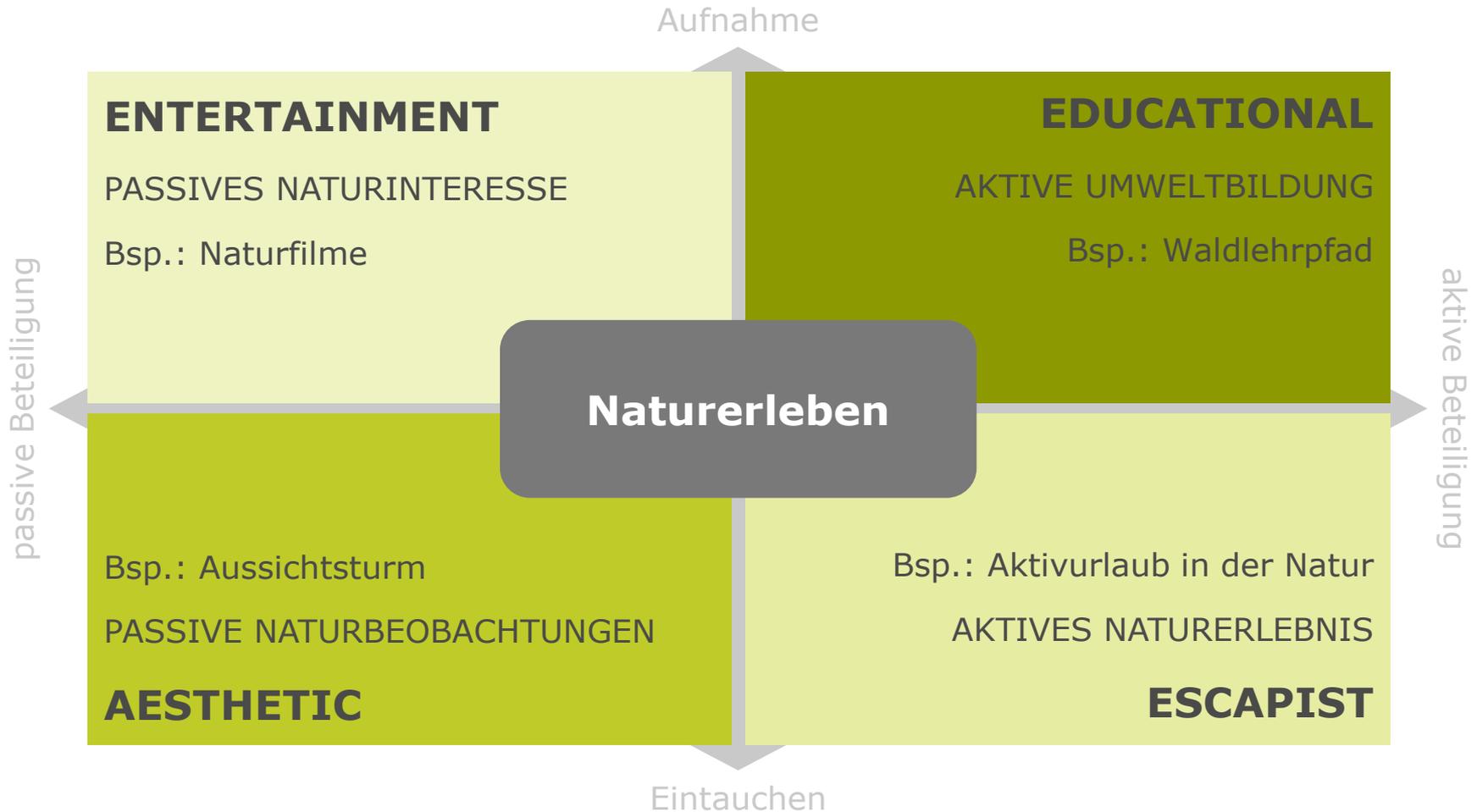
Erfolgsfaktoren Naturtourismus

Wertschöpfungspotentiale

Chance für das Bergische

Selbsteinschätzung des Naturverhältnisses

Vier Erlebnisdimensionen im „Naturerleben“ nach Pine/Gilmore



Quelle: BTE 2016 nach PINE, J.B./GILMORE, J.H. 1999

Selbsteinschätzung

Selbsteinschätzung der Befragten basierend auf Erlebnisdimensionen

Wie würden Sie ihr vorwiegendes Interesse an Naturerlebnissen einschätzen?

Ich interessiere mich ...



Fazit:

Es gibt verschiedene Erlebnistypen von Naturtouristen, die sich in ihrem Reiseverhalten zum Teil unterscheiden und somit verschiedene Naturerlebnisse suchen.



© iStock-Foto

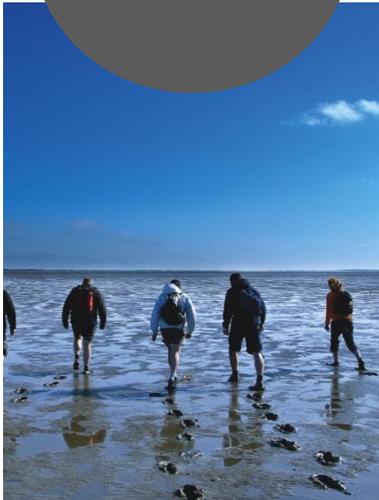
Worauf kommt es an?



USP für naturtouristische Produkte durch ...

- ... einzigartiges und unverwechselbares Erlebnis in der Natur
- ... Darstellung eines besonderen Charakteristikums der regionalen Natur

Natürliche
Vielfalt



**z.B. Watt-Safari zu
den „Small Five“**

Landschafts-
elemente



**z.B.
Baumwipfelpfad
Panarbora**

Natur-
phänomene

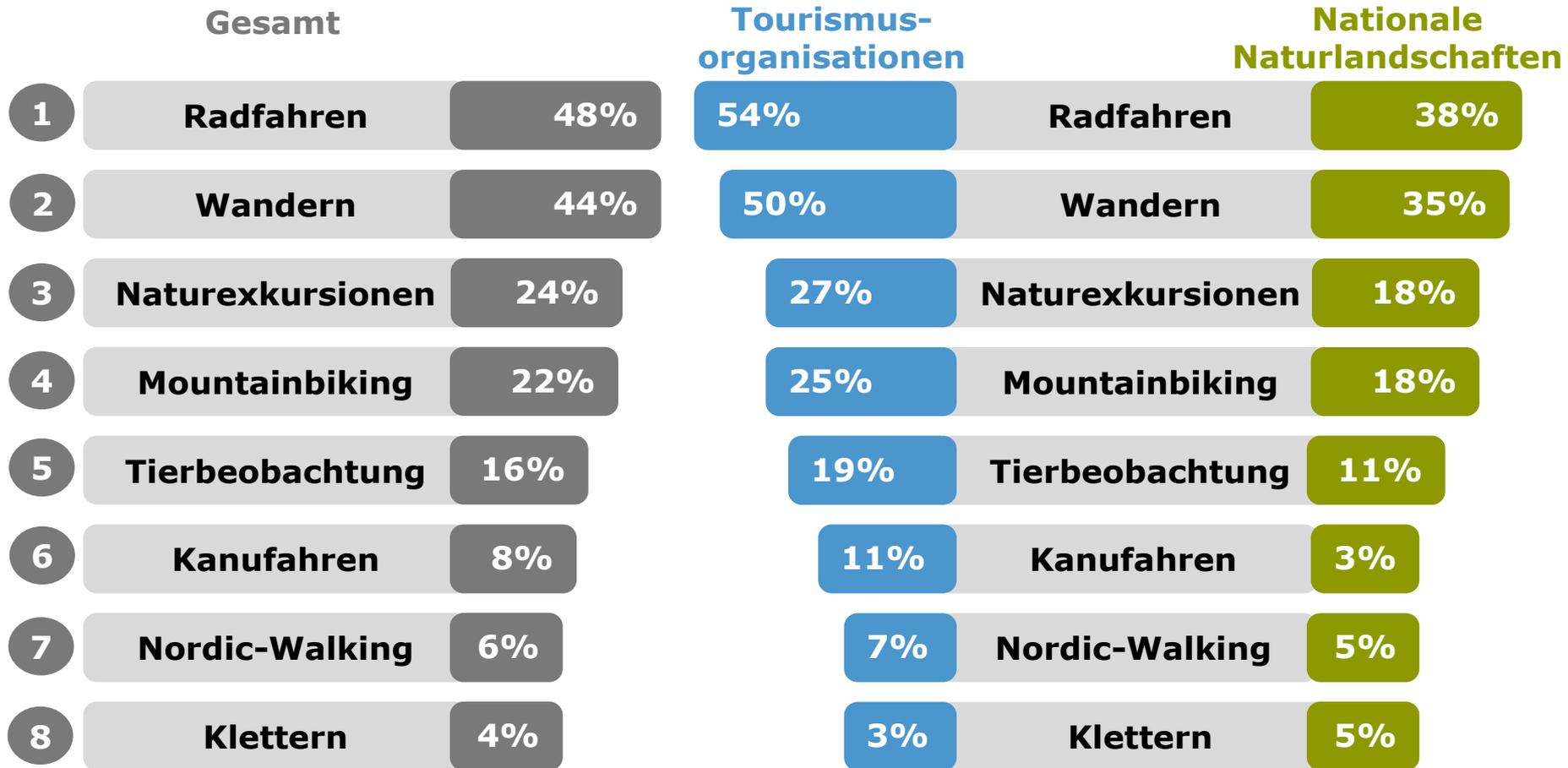


**z.B. Sternenpark
in der Eifel**

Quelle: BTE 2016, orientiert an Leitfaden „Faszination Natur erlebbar machen“

An Trends im Naturtourismus orientieren ...

Aktivitäten, deren Bedeutung **stark** zunehmen wird



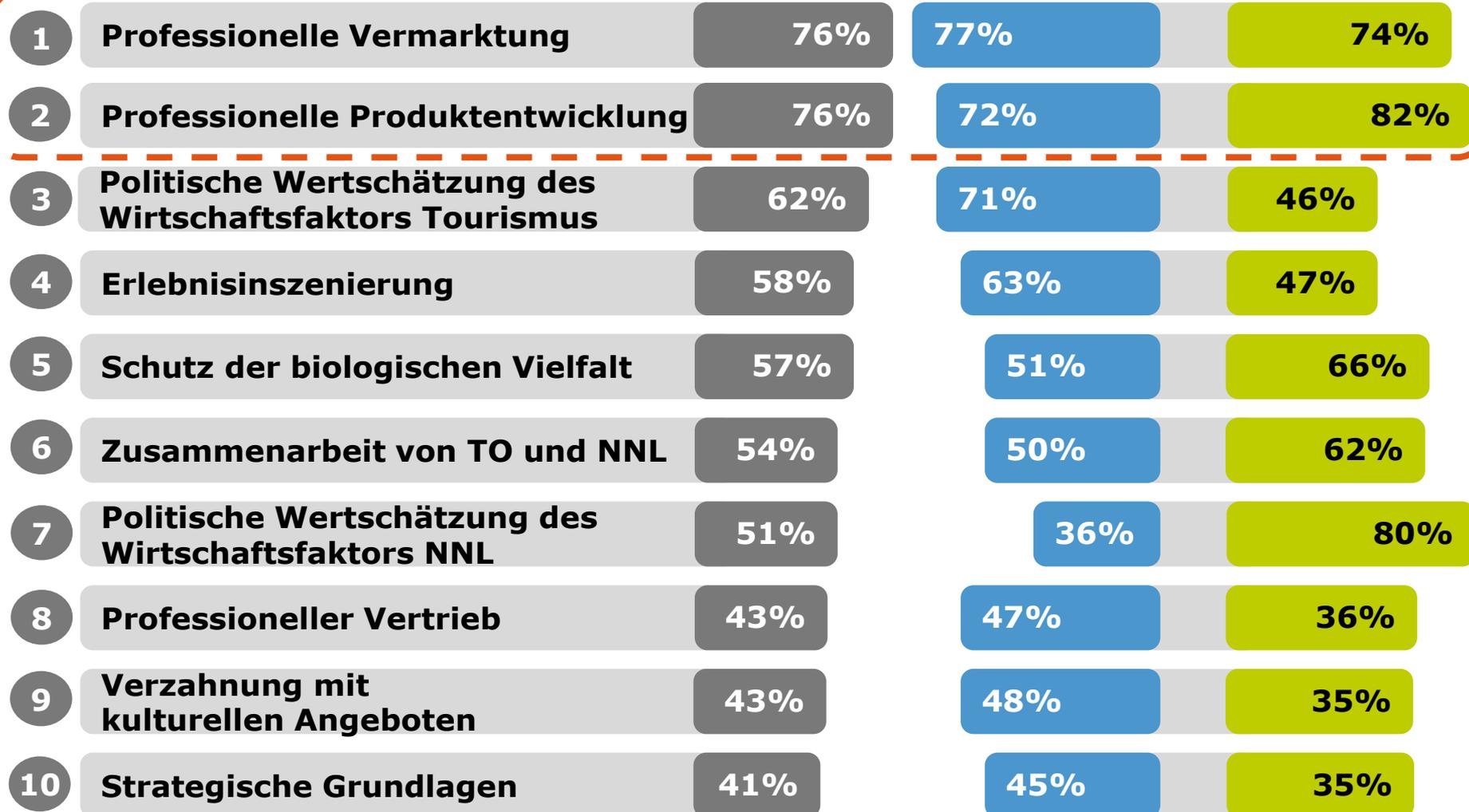
© BTE 2016; Datenbasis: Expertenbefragung 2016; TO: n=118,NNL: n=65; Frage: Welche Bedeutung werden die nachfolgenden Naturaktivitäten Ihrer Meinung nach in Zukunft erhalten? Prozentangaben: Summe der Bewertungen mit gut und sehr gut (**Werte 4-5** auf Skala von Skala von -5=starke Abnahme, +5=starke Zunahme)

Vermarktung und Produktentwicklung

Gesamt

Tourismus-
organisationen

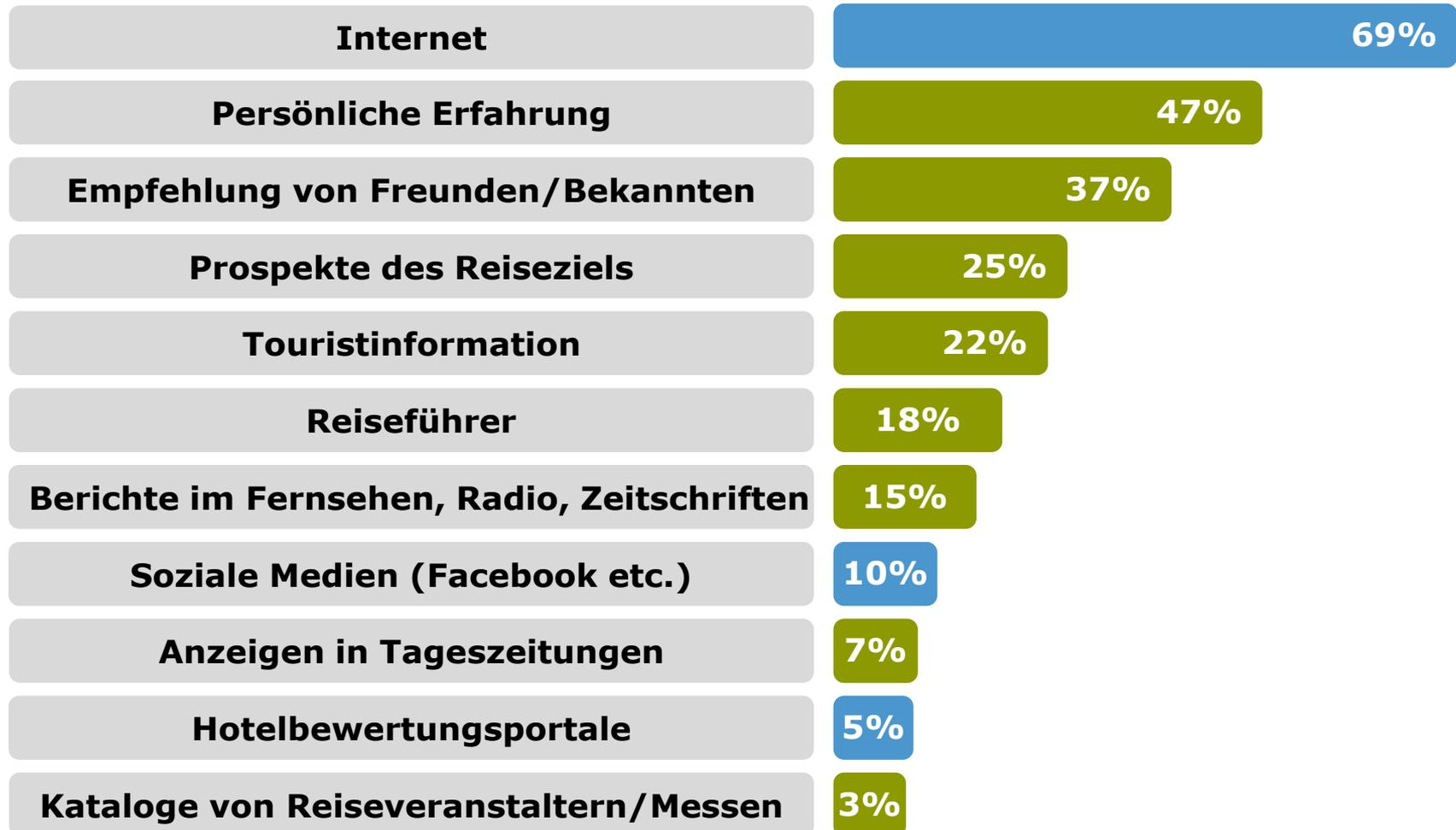
Nationale
Naturlandschaften



© BTE 2016; Datenbasis: Expertenbefragung 2016; TO: n=118, NNL: n=65; Frage: Was braucht der Naturtourismus der Zukunft?

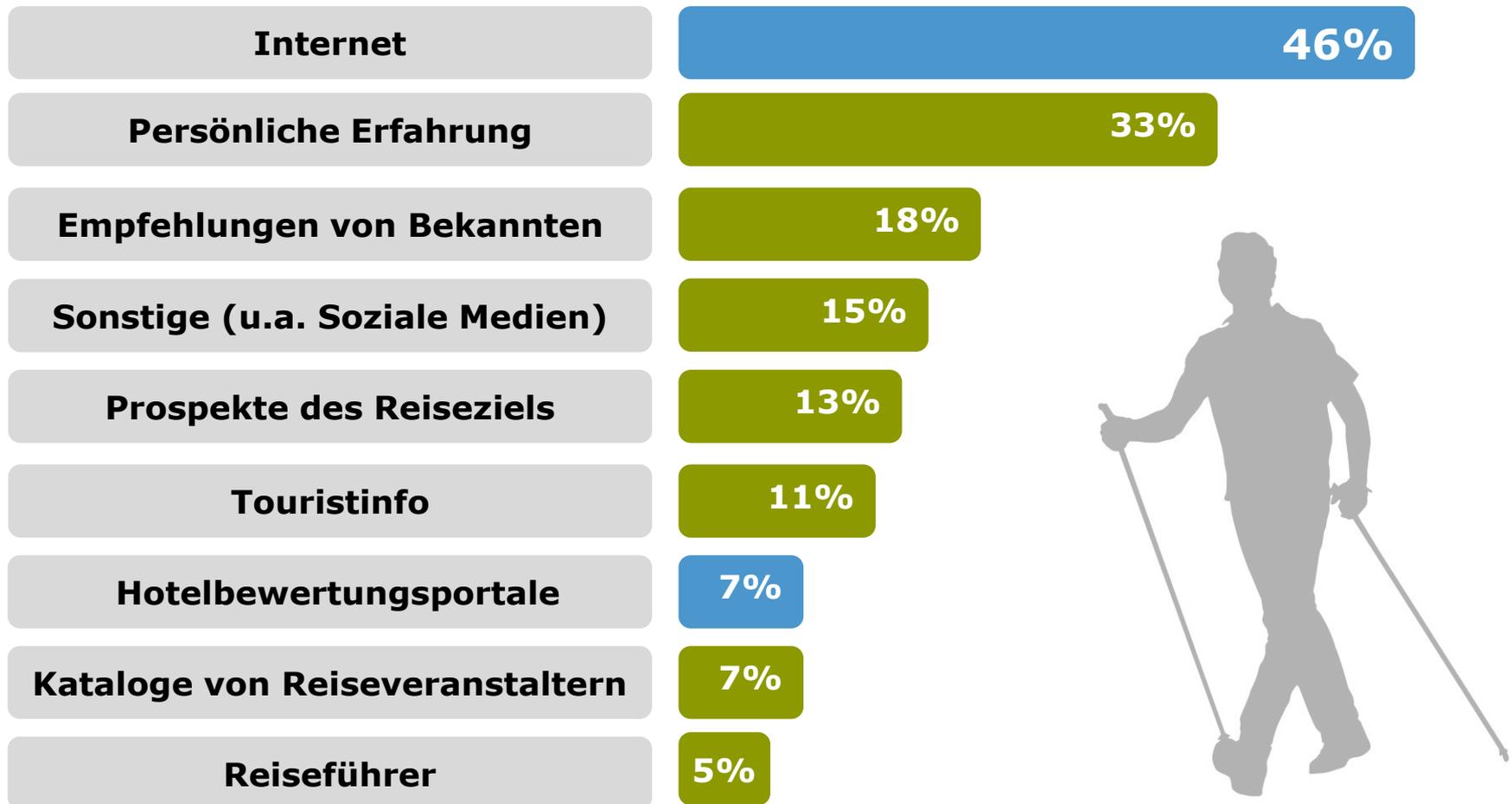
Internet wichtigstes Informationsmedium

Informationsmedien im Naturtourismus vor Reiseantritt



Jeder 2. Wanderer informiert sich online

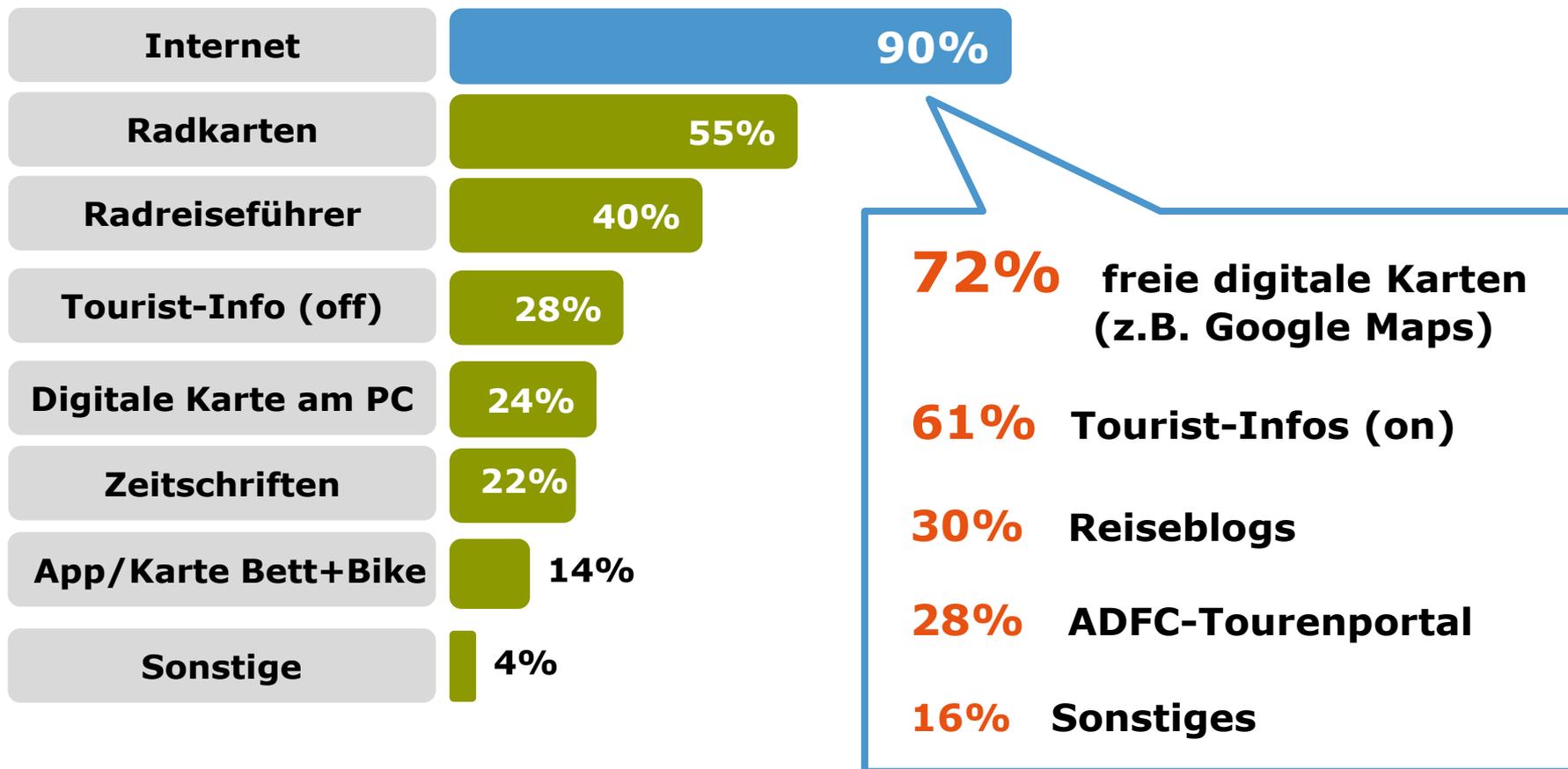
Internet als Hauptinformationsquelle für Wanderer



© GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2013; n=7.002; alle Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern; © Foto: Erik Khalitov - istockphoto.de

Information vor Rad-Reise: Internet Nr. 1

Genutzte Informationsquellen vor der Radreise



Wertschöpfungspotentiale

Einführung

Trends Naturtourismus

Erfolgsfaktoren Naturtourismus

Wertschöpfungspotentiale

Chance für das Bergische

Effekte und Wertschöpfungspotentiale

■ Gesellschaftlich

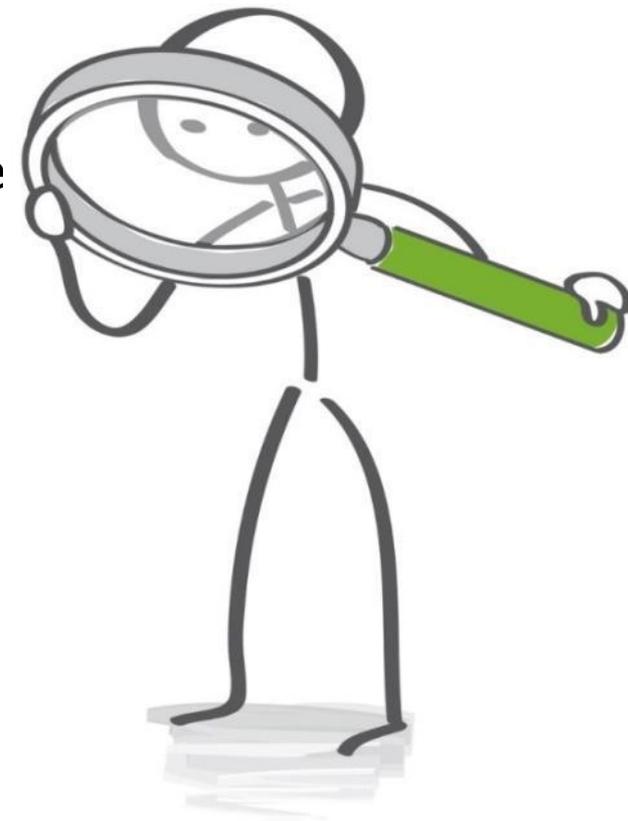
- Stärkung der **Kooperation und Vernetzung** der regionalen Akteure im Bergischen
- Erhalt des natürlichen/regionaltypischen **Landschafts- und Ortsbildes**
- Sicherung **kultureller Besonderheiten und Traditionen** (regionale Kultur, Feste, Kunst und Handwerk, regionaltypische Gastronomie etc.)
- Erhöhung der **Lebensqualität** der lokalen Bevölkerung
- Steigerung der **regionalen Identität** der Bevölkerung



Effekte und Wertschöpfungspotentiale

■ Ökonomisch

- Stärkung des **Ausflugs- und Übernachtungstourismus**
- **Einkünfte** für lokale und regionale Akteure (direkte/indirekte Einkommenseffekte)
- Verkaufsförderung **regionaler Produkte**
- **Saisonverlängerung**
- **Imagesteigerung** der Region
- Stärkung **regionaler Wirtschaftskreisläufe**



© Trueeffelpix – Fotolia

Effekte und Wertschöpfungspotentiale

■ Ökologisch

- Erhalt und Schutz der **biologischen Vielfalt**
- **Umweltfreundliche Mobilität:**
Anreiz für naturverträgliche Freizeitgestaltung und Verringerung des motorisierten Freizeitverkehrs
- **Besucherlenkung** im Naturraum, Minimierung von Nutzungskonflikten
- **Lernort, Umweltbildung,**
Sensibilisierung zu Umwelteinstellungen und -verhalten



Chance für das Bergische

Einführung

Trends Naturtourismus

Erfolgsfaktoren Naturtourismus

Wertschöpfungspotentiale

Chance für das Bergische

Chance für das Bergische im Naturtourismus

durch

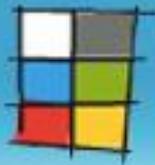
- enge **Kooperation der für den Tourismus und den Naturschutz relevanten Akteuren** im Bergischen,
- **attraktive Angebote**, sowohl Naturangebote als auch infrastrukturelle Angebote (*für Attraktivität, Bekanntheit, Image*)
- mit den Schutzerfordernissen der Natur bzw. des Naturparks **abgestimmte touristische Infrastruktur**,
- enge **Verknüpfung** von **Freizeitwegenetz** und **gastgewerblichen Einrichtungen, Sehenswürdigkeiten** und ...
- **professionelles Marketing (online & offline)** der Naturangebote und des Naturparks in Kooperation mit den regionalen touristischen Akteuren (*für Bekanntheit, Image*),
- gute **umweltschonende Anbindung an Ballungsräume**, attraktive Mobilitätsangebote (*für Erreichbarkeit*).

Naturpark, Naturarena & BG im Mittelpunkt

Der Naturpark bewahrt, bietet, bündelt und präsentiert das naturtouristische Angebot eines großen Teils des Bergischen Landes.

Die Naturarena Bergisches Land GmbH, als Tourismusorganisation des Bergischen Landes koordiniert, profiliert und vermarktet das Angebot.

Die Bergische Gesellschaft ist Schnittstelle und Treiberin der regionalen Zusammenarbeit und unterstützt durch Projekte die Entwicklung.



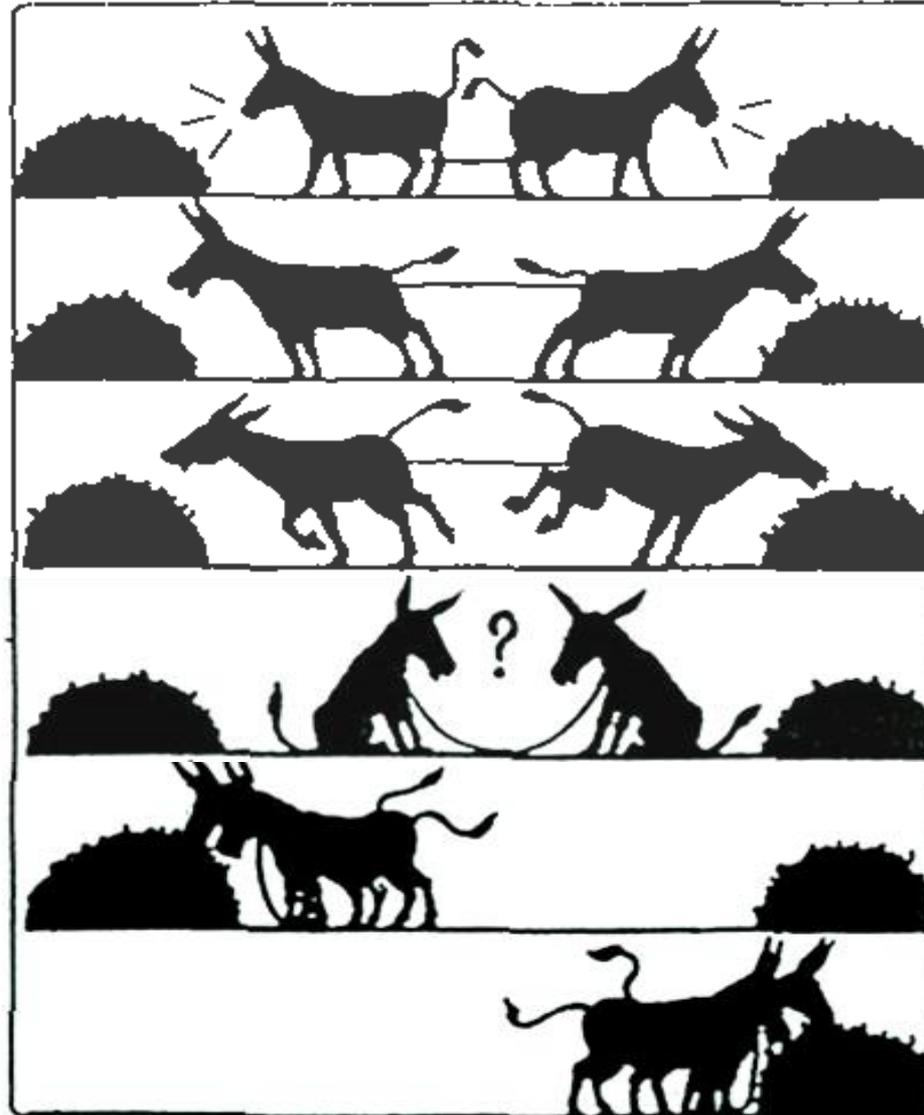
NATURPARK
BERGISCHES
LAND



Erlebe die Wunder der Natur

- NATURPARK-PORTRAIT
- NATURLANDSCHAFTEN
- NATURVERSTÄNDNIS
- KINDER & JUGENDLICHE
- NATURERLEBNISSE
- KULTURANGEBOT
- TOURISTIK
- SERVICE

Zusammenarbeit – der Schlüssel zum Erfolg!



Quelle: http://www.geschwister-scholl.de/?page_id=851

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

www.bte-tourismus.de

Folgen Sie uns auf Facebook:

www.facebook.com/BTE.Tourismus

BTE Berlin

Kreuzbergstraße 30
10965 Berlin

Tel. 030 / 32 79 31 -0
berlin@bte-tourismus.de

BTE Hannover

Stiftstraße 12
30159 Hannover

Tel. 0511 / 7 01 32 -0
hannover@bte-tourismus.de

BTE Eisenach

Friedrichswerther Str. 12
99820 Behringen b. Eisenach

Tel. 036254 / 17 494
eisenach@bte-tourismus.de

Ankündigung: Studie „Wandern und Digitalisierung“

Präsentation der Ergebnisse im Rahmen des „Fachforum Wandern“
des Deutschen Wanderverbandes

ITB 2018

voraussichtlich

Freitag, den 9.3.2018

11.30h bis 13.00h