

# **Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen**

## **Prozessdokumentation und Ergebnisse**

---



Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik  
der Technischen Universität Wien  
& stadtländ

Wien, 30. Oktober 2012

## Impressum

### Auftraggeber

#### **WWF Österreich**

Ottakringer Straße 114-116  
1160 Wien

### Auftragnehmerkonsortium

#### **Technische Universität Wien**

Department für Raumplanung (E280)  
Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik (Ifip, E280-3)  
Resselgasse 5/2/2, 1040 Wien  
Tel. +43 1 58801 280301, Fax +43 1 58801 280399  
E-Mail: [ifip@tuwien.ac.at](mailto:ifip@tuwien.ac.at), Web: [www.ifip.tuwien.ac.at](http://www.ifip.tuwien.ac.at)  
Ifip-Projektnummer: 187-11, DVR: 0005886

#### **stadthand**

Dipl.-Ing. Sibylla Zech GmbH  
Technische Büros für Raumplanung und Raumordnung,  
Landschaftsplanung und Landschaftspflege  
Kirchengasse 19/12, 1070 Wien  
Tel +43 1 236 1912 10, Fax +43 1 236 1912 90  
E-Mail: [sibylla.zech@stadthand.at](mailto:sibylla.zech@stadthand.at), Web: [www.stadthand.at](http://www.stadthand.at)

### Projektteam

Univ.-Prof. <sup>in</sup> DI. <sup>in</sup> Sibylla Zech (stadthand)  
Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael Getzner (Ifip, TU Wien)  
Univ.-Ass. <sup>in</sup> DI. <sup>in</sup> Dr. <sup>in</sup> Gerlinde Gutheil-Knopp-Kirchwald (Ifip, TU Wien)  
DI. Ulrich Blanda (stadthand)  
DI. <sup>in</sup> Anna Trauner (stadthand)

### Vertreter des Auftraggebers

DI. Gerhard Egger

## Inhalt

### **1. Einleitung und Problemstellung**

### **2. Methodische Vorgehensweise**

### **Dokumentation der Au-Lounges**

### **Good-Practice-Beispiele zur Verknüpfung Naturschutz – Regionalentwicklung**

### **Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen**

## 1. Einleitung und Problemstellung

Die March-Thaya-Auen sind ein einzigartiger Naturraum im Osten Österreichs. Die Diskussion um die Einrichtung von Schutzgebieten entlang der March und der Thaya wird seit Jahrzehnten geführt. Unterschiedliche Kategorien wurden vorgeschlagen bzw. sind derzeit bereits eingerichtet. Neben Naturschutzgebieten insbesondere Schutzkategorien nach dem international verbindlichen RAMSAR-Abkommen zum Schutz von Feuchtgebieten sowie Natura 2000-Gebiete nach der Fauna-Flora-Habitat sowie der Vogelschutzrichtlinie. Die Auswirkungen der bisherigen Schutzkategorien – insbesondere auf die Regionalwirtschaft – werden dabei von Stakeholdern als gering eingeschätzt.

Insgesamt bestehen in der Region noch gravierende Entwicklungsdefizite: Grenzübergänge, Abwanderung, Arbeitsplatz-Situation, mangelnde regionale Identität, unterentwickelter Tourismus. Gerade die Entwicklung eines Naturtourismus Angebots wird von regionalen Stakeholdern als Entwicklungsperspektive gesehen. Bemühungen zum Ausbau des Tourismus bzw des Besucherangebots in der Region bestehen, bisherige Aktivitäten konnten allerdings zum Teil noch nicht die gewünschten Erfolge erzielen. Ausbaubedarf besteht auch bei der Vernetzung der unterschiedlichen Angebote. Die Rahmenbedingungen zum Ausbau des Naturtourismus und damit Stärkung der Region sind gut:

- Ein Naturraum der Gästen verschiedene attraktive Erlebnisangebote bietet. Damit sind die March-Thaya-Auen im Wettbewerb mit anderen Naturtourismusdestinationen gut positioniert.
- Trend zu Naturnähe und Regionalität, damit steigende Nachfrage nach Naturerlebnisangeboten und regionalen Produkten.
- Lage im Städtedreieck Wien – Bratislava – Brno, damit besteht hier ein großes Potential an Gästen in der Umgebung und für Gäste die von weiter entfernt anreisen bietet die Region eine gute Lage das Naturerlebnis mit Ausflügen in diese Städte zu verbinden (z.B. als Schlechtwetterprogramm).

Die vorliegende Untersuchung hat vor diesem Hintergrund zum Ziel, die möglichen regionalwirtschaftlichen Wirkungen von ambitionierten Naturschutzaktivitäten (z.B. Besucher/innen-Zentren) in Szenarien darzustellen. Die vorliegende Untersuchung bezieht sich nur auf den österreichischen Teil des Gebiets und stellt die möglichen Wirkungen in kurz- und mittelfristiger Sicht auf Basis der Wert-schöpfungs- und Beschäftigungseffekte in der Region (hauptsächlich in den betroffenen Gemeinden) dar.

Die vorliegende Studie baut auf folgenden Grundlagen auf: vorhandene Konzepte und Untersuchungen, Gespräche vor Ort sowie zwei regionale Diskussionsrunden („Au-Lounges“ im November 2011, Schloss Hof; im Juni 2012, Marchegg). An den beiden „Au-Lounges“ haben regional Betroffene insbesondere aus Unternehmen, Gemeinden und Planungsinstitutionen teilgenommen. Vorgestellt und diskutiert wurden auch gute Beispiele aus anderen Schutzgebieten, wo eine Verknüpfung zwischen Naturschutzinteressen und Stärkung der regionalen Entwicklung erreicht wurde.

Der vorliegende Bericht dokumentiert die beiden „Au-Lounges“ und gibt Informationen zu zwei auch in den „Au-Lounges“ angesprochenen guten Beispielen aus dem Nationalpark Gesäuse (Nationalpark-Partnernetzwerk) und aus dem Nationalpark Neusiedlersee – Seewinkel (Beweidungsprojekte). Den dritten Teil bildet die Studie zu den regionalwirtschaftlichen Effekten eines Schutzgebietes March-Thaya-Auen.

*Anmerkung: Nicht Teil des Projektes waren Abgrenzung oder Definition einer Schutzgebietskategorie. Die Studie stützt sich hauptsächlich auf Annahmen, die von der Kategorie des Schutzgebietes unabhängig sind.*

## 2. Methodische Vorgehensweise

Folgende Arbeitsschritte wurden gesetzt:

1. Sammlung, Sichtung und Bewertung der vorhandenen Untersuchungen und Planungen für die Region, insbesondere für Schutzgebiete entlang der March-Thaya-Auen.
2. Informelle Gespräche mit Betroffenen vor Ort, vor allem aus (örtlichen) Unternehmen, Gemeinden, NGOs (Nicht-Regierungsorganisationen), Verwaltung, Naturschutz- und Tourismusverantwortlichen sowie Planungsbüros (inkl. Regionalmanagement, Leadermanagement).
3. Zwei regionalwirtschaftliche Arbeitskreistreffen („Au-Lounges“) vor Ort (Schloss Hof; Marchegg) zur Diskussion möglicher Entwicklungspfade und zur Abschätzung des Potenzials der zukünftigen Entwicklung insbesondere bezüglich des lokalen Angebots an Gütern sowie der Nachfrage im Bereich des Tourismus und lokaler Produkte.

Im Rahmen der „Au-Lounges“ Vorstellung von Erfahrungen und Empfehlungen des Nationalparks Neusiedlersee – Seewinkel und Nationalpark Donauauen zu Naturtourismus, Besucherzentren und Besucherbetreuung. Dazu Diskussion von Chancen und Umsetzungsmöglichkeiten in der March-Thaya-Auen Region.

Ebenfalls im Rahmen der „Au-Lounges“ Vorstellung von „good practice“-Beispielen aus anderen Schutzgebieten, wie die Einrichtung eines Schutzgebiets zur Stärkung einer Region bzw. der Regionalwirtschaft beitragen kann. Dazu Diskussion der Umsetzungsmöglichkeiten in der March-Thaya-Auen Region. Prüfung folgender Beispiele:

- a. Partnernetzwerk Nationalpark Gesäuse.
  - b. Beweidungsprojekte des Nationalpark Neusiedlersee – Seewinkel.
4. Entwurf von Szenarien in drei groben Abstufungen (pessimistisch, realistisch, optimistisch)
    - a. auf Basis der möglichen Anzahl an Besucher/innen (Vergleich mit anderen Schutzgebieten sowie Schätzung der Anzahl an Besucher/innen anhand regionaler Untersuchungen);
    - b. mittels der möglichen Ausgaben, die mit einem Besucher/innen-Zentrum (einmalig zur Errichtung des Zentrums; jährlich) verbunden sind; sowie
    - c. anhand einer Auflistung möglicher zukünftiger Naturschutzprojekte auf Basis in der Vergangenheit durchgeführter bzw. laufender Projekte (z.B. Ländliche Entwicklung, europäische territoriale Zusammenarbeit SK-AT, EU-LIFE-Naturschutzprojekte).
  5. Verbindung der entwickelten Szenarien mit möglichen Transaktionen (Besucher/innen, Einrichtung und Betrieb eines Besucher/innen-Zentrums, Naturschutzprojekte).

6. Zuordnung der möglichen (wertschöpfungsrelevanten) Ausgaben in den genannten Bereichen auf Gütergruppen der Endnachfrage gemäß der österreichischen Input-Output-Tabelle.
7. Verknüpfung der nach Gütergruppen zugeteilten Ausgaben mit entsprechenden Multiplikatoren für Wertschöpfung und Beschäftigung.
8. „Regionalisierung“ der ermittelten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte anhand vereinfachender Annahmen über die Abdeckung der entstehenden Nachfrage durch regionale Unternehmen.
9. Diskussion der Annahmen hinsichtlich des Wirksamwerdens der ermittelten regionalen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte.

Protokolle sowie Listen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Aulounges: Siehe Berichtsteil „Dokumentation der Au-Lounges“.

Vertiefte Analyse der „Good-Practice-Beispiele“ Partnernetzwerk Nationalpark Gesäuse und Beweidungsprojekte des Nationalpark Neusiedlersee – Seewinkel: Siehe Berichtsteil „Good-Practice-Beispiele zur Verknüpfung Naturschutz – Regionalentwicklung“.

Studie zu regionalwirtschaftlichen Effekten eines Schutzgebietes: Siehe Berichtsteil „Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen“.

## **Dokumentation der Au-Lounges**

**Schloss Hof am 29. November 2011**

**Schloss Marchegg am 20. Juni 2012**

---



Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik  
der Technischen Universität Wien  
& stadtländ



# Memo



Dipl.-Ing.  
Sibylla Zech GmbH

A 1070 Wien  
Kirchengasse 19/12  
Tel +43 1 236 1912 10  
Fax +43 1 236 1912 90  
[sibylla.zech@stadtländ.at](mailto:sibylla.zech@stadtländ.at)  
[www.stadtländ.at](http://www.stadtländ.at)

Thema: **„Au-Lounge“  
March-Thaya Auen -  
regionalwirtschaftliche Effekte eines Großschutzgebietes**

Datum: 29. November 2011, ab 16 Uhr

Ort: Schloss Hof, Billardzimmer

Von: Anna Trauner

## Einleitung – Informationen zum Projekt „Regionalwirtschaftliche Aspekte des Naturschutzes in den March-Thaya-Auen“

- Aufgabenstellung:  
Im Zuge der Diskussion um ein zusammenhängendes Schutzgebiet in der Region wurde von regionalen Akteuren argumentiert „Naturschutz bringt finanziell nichts“. Diesem Einwand soll nachgegangen werden bzw. genauer: die regionalwirtschaftlichen Potentiale – die sich aus dem einzigartigen Naturrauminventar ergeben – sichten und mögliche positive Effekte eines aktiv gemanagten Schutzgebiets darstellen.
- Untersuchungsbedarf:  
Einschränkungen durch Naturschutz bestehen bereits, wie kann der daraus gezogene Vorteil vergrößert werden? Was bringt ein RAMSAR Gebiet, oder ein Nationalpark/Biosphärenpark an regionalwirtschaftlichen Effekten? Direkter Anknüpfungspunkt dafür sind die Ergebnisse der Stakeholderbefragung 2010, wo Naturtourismus als Potential und Herausforderung gesehen wurde. Die Bedeutung des RAMSAR Gebiets jedoch als gering eingestuft wurde.
- Vorgehensweise:  
Analyse der Region; Au-Lounge(s) und regionalwirtschaftlicher Workshop, Entwicklung und Berechnung von Szenarien zur Regionalentwicklung (mit/ohne Schutzgebiet), Zusammenfassung in einer Studie (wird den heutigen TeilnehmerInnen nach Fertigstellung zur Verfügung gestellt).
- Rolle der Au-Lounges:  
Experten und Umsetzer vor Ort aus verschiedenen Sektoren an einen Tisch bringen; die Ergebnisse werden nicht direkt publiziert, sondern dienen als Grundlage für Szenarien zur Regionalentwicklung.

**Vorstellungsrunde – TeilnehmerInnen inkl. Kontakt:**

<b>Name</b>	<b>Funktion</b>	<b>E-Mail Kontakt</b>	<b>Ort</b>
Gernot Haupt	Bürgermeister Marchegg	'gemeinde@marchegg.at'	Marchegg
Barbara Goess	Direktorin Schloss Hof	'office@schlosshof.at'	Schlosshof
Gerhard Zoubek	Biohof Adamah	'gerhard.zoubek@adamah.at'	Glinzendorf / Markgrafneusiedl
Barbara Fleischmann	Selbstständige Raumplanerin	fleischmann@raum-planung.at	Stillfried
Ferdinand Frei	„Kanu Ferl“	'kanu-ferl@gmx.at'	Marchauen / Münichstal
Harald Frei	„nanu kanu“	'harald.frei@gmx.at'	Marchauen / Spillern
Martina Liehl	Weinviertel-Management	martina.liehl@euregio-weinviertel.eu	Zistersdorf
Roland Kaspar	„Tortenkasper“ (Konditor); Landwirt	'roland.kaspar@gmx.at'	Marchegg
Walpurga Antl	Leitung Urgeschichte Museum Stillfried	'walpurga.antl@nhm-wien.ac.at'	Stillfried
Johannes Nefischer	Geschäftsführer LEADER Marchfeld	'j.nefischer@regionmarchfeld.at'	Lasseo
Veronika Hirsch	Architektur-HIRSCH(Architektin)	'office@architekturhirsch.at'	Oberweiden
Alois Lang	Nationalparkzentrum Illmitz, Leiter (ehemals Grünes Band)	'a.lang@nationalpark-neusiedlersee-seewinkel.at'	Illmitz
Julia Kelemen-Finan	Universität f. Bodenkultur	julia.kelemen@boku.ac.at	Wien
Johann Zillinger (sen.)	Bioweingut Zillinger	'bioweingut@zillinger.at'	Velm-Götzendorf
Ruth Trinkler	GeschäftsführerIn Regionalverband March Thaya Auen	trinkler@marchthayaauen.at	Hohenau
Wolfgang Weigert	Bürgermeister Ringelsdorf-Niederabsdorf	bgm.wolfgang.weigert@ringelsdorf-niederabsdorf.gv.at	Ringelsdorf-Niederabsdorf

Rainhard Brandstetter	Obmann Verein Auring	rainhard.brandstetter@aon.at	Hohenau
Renate Bohrn	Schulangebot Verein Auring	schule@auring.at	Hohenau
Sibylla Zech	Geschäftsführung stadtland	sibylla.zech@stadtland.at	Wien

### Team

Ulrich Blanda	stadtland	ulrich.blanda@stadtland.at
Anna Trauner	stadtland	anna.trauner@stadtland.at
Gerhard Egger	WWF	gerhard.egger@wwf.at
Michael Getzner	IFIP, TU Wien	michael.getzner@tuwien.ac.at

### Vorstellungsrunde – was ist schön in der Region:

Wertvoller Naturraum, wunderschöne Natur, hohe Lebensqualität, viel Ruhe

Ein (noch nicht gehobener) Schatz, aber einer, den man erhalten sollte.

Zusammenhängender, weiter, offener Raum der von der March gleichzeitig getrennt und verbunden wird.

Sehr schön hier, aber keiner weiß es - hohes Potenzial für Tourismus, insb. Kulturtourismus.

Schön, wenn man als Aubewohner die Ruhe in der Au genießen kann, nicht so schön, wenn man täglich pendeln muss.

Die Au ist wertvoll, ein letztes Fleckchen Natur, dass man beschützen muss. Naturschutz funktioniert aber nur, wenn die Leute auch dahinter stehen.

### Fachlicher Input: Regionalwirtschaftliche Effekte von Schutzgebieten in anderen Regionen - Michael Getzner

Fallbeispiel: Nationalpark Gesäuse

Viele Bedenken bezüglich Einschränkungen, tatsächlich aber stiegen die Besucherzahlen an. Dazu sind aber entsprechende Einrichtungen nötig – Kulturangebote, Gastronomie, Unterkünfte.

Zu beachten: wenn aufgrund eines Nationalparks eine bestimmte Nutzung nicht mehr möglich ist, erhält der Eigentümer eine Kompensation.

Allein durch Einrichtung eines Schutzgebietes, eines (Nationalpark-, Ramsar-, Biosphärenpark-)zentrums fließt Geld in die Region, entsteht ein positiver Effekt.

Wichtig für die Lukrierung positiver Effekte ist eine starke regionalwirtschaftliche Vernetzung (z.B. Partnernetzwerke regionaler Unternehmen, die der Nationalpark bevorzugt beauftragt) deren Aufbau dauern kann.

## Diskussion

Naturnähe und Regionalität werden von 40% d. Österreicher als Zukunftsthema gesehen (lt. Meinungsforschungsinstitut Karmasin) – eigentlich hat die Region damit gute Voraussetzungen.

### Fehlende Informationen, Ungewissheit:

Die Bevölkerung hat mehr Verständnis für einen Biosphärenpark als für einen Nationalpark – es herrscht aber insgesamt große Unklarheit, welche (zusätzlichen) Beschränkungen auf die Bevölkerung und die Gemeinden zukommen würde. Hier muss noch bessere Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden.

Anm. WWF – Der Vorteil eines Biosphären- oder Nationalparks ist, dass nur diese entsprechende Geld- u. Fördermittel auslösen, die nötig sind, um Schutzgebiete mit „Leben zu erfüllen“ und ein schlagkräftiges Management zu ermöglichen. Es geht um eine Ausdehnung des bisherigen Schutzgebiets.

### Bestehende Schutzgebiete nutzen:

Warum nicht zunächst die bestehenden Naturschutzzonen „marketingtechnisch“ nutzen, etwa über das schon projektierte RAMSAR-Zentrum? Auch, weil zusätzliche Brücken unabdingbar für die positive Entwicklung der Region sind, deren Errichtung durch ein Großschutzgebiet wohl erschwert würde.

Anm. WWF – Naturschutz soll (und wird) Brücken nicht verhindern. Die Au soll kein „Grüner Vorhang“ werden.

Anm. Auring – Über die Brücken wurde nach der Ostöffnung lange verhandelt, damals wollte die Bevölkerung sie nicht. Jetzt soll der Naturschutz schuld gewesen sein?

Warum eigentlich ein Großschutzgebiet? Es gibt doch bereits einige aktive Gemeinden, die ihre „Inselvorhaben“ durchziehen. → Was es braucht ist mehr Zusammenarbeit und Möglichkeiten zur Kooperation, eine gemeinsame Anlaufstelle für Anliegen. Beispiele bestehender Schutzgebiete zeigen, dass das Schutzgebietsmanagement eine solche Anlaufstelle für Bewohner, Betroffene und Gäste sein kann und die Vernetzung fördert.

### Unternehmergeist:

Die Gemeinde Marchegg steht dem Naturschutz grundsätzlich positiv gegenüber; ist auch in der Entwicklung von Tourismusangeboten sehr aktiv. Bis heute haben sich solche Investitionen jedoch noch nicht bezahlt gemacht. Es braucht auch die Kooperation und das Engagement lokaler UnternehmerInnen (z.B. Wirte). Einzelne Vorstöße von Naturschutzgruppen (z.B. unabgesprochene Naturdenkmal Forderung für Einzelbäume) sorgt für negative Einstellung gegenüber dem Naturschutz allgemein.

Wichtiger Hinweis: Schutzgebiete finanzieren sich selten bis nie aus „Eintrittspreisen“. Die positiven Effekte werden bei lokalen Unternehmen lukriert, die den Besuchern auch „Möglichkeiten zum Geldausgeben“ bieten.

Genau solch ein Unternehmergeist ist in der Region oft schwer zu finden. So sagt etwa ein Heurigenwirt, nachdem er als einziger in der Gemeinde im September geöffnet hielt: „Jetzt ärger ich mich, dass ich aufgemacht hab. Es sind so viele Leute gekommen, das mach ich nächstes Jahr nicht noch mal.“

Eindruck der Unternehmer in der Runde: Am Anfang lachen Leute über „verrückte“ Ideen, später kommt der Neid und es werden einem Steine in den Weg gelegt.

### **Tourismus und Naherholung:**

Schwierig, wenn man von außerhalb kommt, einen netten Tag in der Region zu gestalten – es gibt keine gemeinsame Anlaufstelle, kein Infoportal. Es wäre wichtig, bestehende Angebote zu verdichten und zu sammeln.

Anm. Regionalverband March-Thaya-Auen: Für das Gebiet um Hohenau sind wir diese Anlaufstelle mit bis zu 400 Anfragen (für Führungen, Unterkunft etc.) im Jahr.

### **Input aus dem Nationalpark Neusiedler See – Alois Lang:**

Beispiel Illmitz (Standortgemeinde des Nationalparkzentrums Neusiedlersee) – jährliche Gästebettenauslastung in Illmitz sehr gut und vergleichbar mit anderen wichtigen Tourismuszielen (z.B. Podersdorf als Haupttourismusgemeinde direkt am See nie besser als +30%), die Aufenthaltsdauer ist in Illmitz dabei am längsten, und die Saison beginnt bereits im März und dauert länger. → Einschränkungen durch den Naturschutz also nicht so problematisch wie gedacht. Dazu braucht es aber ein breit gefächertes Angebot, das Leute zum längeren bleiben einlädt.

### **Grenzregion und Abwanderung:**

Ich fühle mich oft als Mensch mit halbem Radius, mir „fehlt“ eine Seite, nicht nur wegen der fehlenden Brücken.

Der Raum Prag-Brünn-Budapest-Preßburg-Wien entwickelt sich stetig weiter. Aber hier, mittendrin, wandern die Leute stetig ab. Das macht es schwierig, Unternehmertum zu vermitteln.

Langsam findet eine Öffnung statt, vor allem die junge Generation empfindet die Grenze als weniger trennend. Es kommen auch immer mehr Besucher aus den Nachbarländern; in österreichischen Schulen u. Kindergärten wird Slowakisch und Tschechisch gelehrt.

### **Gelsen**

Bei einem Nationalpark, wie geht es dann mit unserem Gelsenbekämpfungsprojekt weiter. Müsste es gestoppt werden?

Anm. WWF – in der Schutzgebiets-Kernzone wird es Einschränkungen geben. Auch die geringe Flughöhe ist problematisch. Das hängt aber nicht mit den Schutzinstrumenten, sondern mit den Schutzgütern zusammen. Dahingehend bleiben die Einschränkungen gleich. Es ist aber nicht Ziel des WWF, die Gelsenbekämpfung zu verhindern.

Gelsenfrage ist sehr wichtig für den Tourismus – potentielle Besucher fragen am Telefon oft „gibt's heuer Gelsen“.

Es gibt aber auch andere Möglichkeiten, sich zu schützen. Chemie lieber auf die eigene Haut geschmiert, als großflächig in der Au verteilt.

## Die Region in 20 Jahren – Zukunftsbilder:

- Die gesamte Au ist Naturschutzgebiet. Der Baum, den ich als Kind schon besucht habe, ist noch immer da. Innovative Einzelkämpfer aus der Region sind noch immer wirtschaftlich erfolgreich; die Bevölkerungs- und Arbeitsplatzdichte hat sich aber nicht unbedingt erhöht.
- Ein Umdenken hat stattgefunden: Die Region sieht sich als ganzes und hält zusammen.
- In 20 Jahren sind wir endlich bei den wesentlichen Themen angelangt. Wir reden schon seit 15 Jahren über unwesentliches, über Kirchtürme und Bahnschranken am Radweg.
- Ein Märchenprinz wird kommen, und alle Bürgermeister wachküssen, und sie werden endlich sehen, was alles in der Region da ist.
- Infiziert wird die Region sein, mit einem gemeinsamen Identitätsgefühl.
- Die Leute sind endlich stolz auf Ihre Region, Initiativen werden sich selbst tragen. Das geplante Ramsar-Zentrum wurde als Innovationszentrum verwirklicht, und ist die zentrale Anlaufstelle für Leute aus der Region und Besucher von außerhalb.
- 2031 feiert das Nationalparkzentrum sein 15-jähriges Jubiläum. Das Zentrum ist nach einer 3-jährigen bilateralen Planungszeit auf einer Brücke über der March errichtet worden. Daneben gibt es ein Projekt, das Leerstände zu Übernachtungszentren revitalisiert.
- In 20 Jahren werde ich mit meinen 60jährigen Freundinnen mit dem Zug nach Schlosshof fahren. Dort werden wir uns Räder ausborgen, über die Lange Luss radeln und dabei viele Weidetiere beobachten. Danach werden wir in einem Gourmet Restaurant speisen, und anschließend per Shuttle in die Kellerberge zu den Heurigen fahren. Nach ausgiebigem Weingenuss können wir dann vor Ort in schönen Gästezimmern übernachten.
- Die Gelsen werden noch immer in der Au sein, und das ist auch gut so – denn sie sind die Beschützer der Au.
- Die Kellerberge sollen in 20 Jahren seit 10 Jahren Unesco Weltkulturerbe sein. Auf den Marchwiesen wächst wieder Gras, statt Mais. Statt nur einem Betrieb, bieten nun über 20 Weinbauern Weingartenführungen an.
- In 20 Jahren gibt es ein bekanntes Marchauen-Label, und eine gemeinsame Website.
- Mehr Zusammenarbeit, weniger Bürokratie und eine zentrale Anlaufstelle.
- In 20 Jahren ist der Naturschutzgedanke nicht nur bei einer Organisation, sondern bei allen angelangt.
- Die Landwirtschaft ist wieder kleiner strukturiert, es gibt mehr Windschutzgürtel. Auch das Brunnenwasser ist wieder trinkbar.
- Im Schloss von Marchegg gibt es ein Innovationszentrum. Auf den Marchwiesen grasen zahlreiche Weidetiere, die man auch gut essen kann.

# Memo



Thema: **„Au-Lounge2“**  
**March-Thaya Auen - regionalwirtschaftliche Effekte eines Großschutzgebietes**

Datum: 20. Juni 2012, ab 16 Uhr  
Ort: Schloss Marchegg, Pavillion  
Von: Anna Trauner, Ulrich Blanda

Dipl.-Ing.  
Sibylla Zech GmbH

A 1070 Wien  
Kirchengasse 19/12  
Tel +43 1 236 1912 10  
Fax +43 1 236 1912 90  
sibylla.zech@stadtländ.at  
www.stadtländ.at

## **Einleitung – Informationen zum Projekt „Regionalwirtschaftliche Aspekte des Naturschutzes in den March-Thaya-Auen“**

- Aufgabenstellung:  
Im Zuge der Diskussion um ein zusammenhängendes Schutzgebiet in der Region wurde argumentiert „Naturschutz bringt finanziell nichts“. Diesem Einwand soll nachgegangen werden bzw. genauer: die regionalwirtschaftlichen Potentiale – die sich aus dem einzigartigen Naturrauminventar ergeben – sichten und mögliche positive Effekte eines aktiv gemanagten Schutzgebiets darstellen.
- Untersuchungsbedarf:  
Einschränkungen durch Naturschutz bestehen bereits, wie kann der daraus gezogene Vorteil vergrößert werden? Was bringt ein RAMSAR Gebiet, oder ein Nationalpark/Biosphärenpark an regionalwirtschaftlichen Effekten? Direkter Anknüpfungspunkt dafür sind die Ergebnisse einer Stakeholderbefragung 2010, wo Naturtourismus als Potential und Herausforderung gesehen wurde. Die Bedeutung des RAMSAR Gebiets jedoch als gering eingestuft wurde.
- Vorgehensweise:  
Analyse der Region; Au-Lounges, Entwicklung und Berechnung von Szenarien zur Regionalentwicklung (mit/ohne Schutzgebiet), Zusammenfassung in einer Studie (wird den heutigen TeilnehmerInnen nach Fertigstellung zur Verfügung gestellt).
- Rolle der Au-Lounges:  
Experten und Umsetzer vor Ort aus verschiedenen Sektoren an einen Tisch bringen; die Ergebnisse werden nicht direkt publiziert, sondern dienen als Grundlage für Szenarien zur Regionalentwicklung.

## Vorstellungsrunde:

### Vortragende

Name	Funktion	E-Mail Kontakt	Ort
Alois Lang	Nationalparkzentrum Illmitz	a.lang@nationalpark-neusiedlersee-seewinkel.at	Illmitz
Carl Manzano	Nationalpark Donau-Auen	c.manzano@donauauen.at	Orth/Donau

### TeilnehmerInnen

Gernot Haupt	Bürgermeister Marchegg	gemeinde@marchegg.at	Marchegg
Alois Naimer	Raika Gänserndorf Obmann	a.naimer@aon.at	Gänserndorf
Johann Zillinger (sen.)	Bioweingut Zillinger	bioweingut@zillinger.at	Velm-Götzendorf
Petronella Gradauer	ehem Managerin Schloss Marchegg	p.gradauer@gmx.at	Marchegg
Martin Huber	Delicious – Wien Corporate Branding, Interior & Architecture	huber@deliciouswien.at	Wien
Christopher Stelzer	Delicious – Wien Corporate Branding, Interior & Architecture	stelzer@deliciouswien.at	Wien
Thomas Schallhart	Student, BOKU	thomas.schallhart@gmx.at	Wien

### Team

Ulrich Blanda	stadthand	ulrich.blanda@stadthand.at
Anna Trauner	stadthand	anna.trauner@stadthand.at
Gerhard Egger	WWF	gerhard.egger@wwf.at
Michael Getzner	IFIP, TU Wien	michael.getzner@tuwien.ac.at



## **Blick über die Uferkante: Donau-Auen und Neusiedler See**

**Carl Manzano (Direktor Nationalpark Donau-Auen)**

### **Was kann man sich von Besucherzentren in Schutzgebieten erwarten?**

Österreichs Nationalparks haben sehr unterschiedlich dimensionierte Besucherzentren.

#### **Das Größte:**

##### **Nationalpark Hohe Tauern „Nationalparkwelten Mittersill“**

Investitionsvolumen gesamt rd. 9 Mio Euro, davon rd. 2,5 Mio. Euro für die Ausstellung. Im Jahr 2005 errichtet. Im Gebäude ist neben der Ausstellung und der Nationalparkverwaltung auch das regionale Tourismusbüro untergebracht. Das Zentrum wird im Jahr von rd. 100.000 Besuchern besucht.

Erfolgreich da:

- Das Zentrum ist eine regionale Touristenattraktion. Es füllt eine Angebotslücke als „Schlechtwetterprogramm“. Bei Schönwetter sind kaum Besucher im Zentrum.
- Besucher kommen auch im Winter. Das Zentrum profitiert von den Schigebieten in der Umgebung.
- Die Ausstellung ist sehr gelungen. Sie wurde mit dem Haus der Natur Salzburg entwickelt. Damit zeichnen kompetente Naturvermittlungs-Experten und Hohe-Tauern-Forschungs-Experten für die Ausstellung verantwortlich.

#### **Das Kleine:**

##### **Nationalpark Neusiedlersee – Seewinkel „Informationszentrum Illmitz“**

Das 1996 eröffnete Informationszentrum bietet keine Attraktionen an sich, sondern ist rein Informationszentrum für Besucher und beherbergt die Parkverwaltung. Im Jahr frequentieren rd. 40.000 Besucher das Zentrum.

#### **Das Mittlere:**

##### **Nationalpark Donauauen „Schloss Orth“**

Besteht aus Informationszentrum, kostenpflichtiger Ausstellung im Schloss und Freigelände und Nationalparkverwaltung. Zusätzlich befinden sich auch Veranstaltungszentrum und Museum der Gemeinde Orth im Schloss. Das Zentrum hat 40-50.000 Besucher im Jahr, davon rd. 26.000 Besucher welche die eintrittspflichtige Ausstellung und/oder Freigelände besuchen. Das Zentrum ist im Winter geschlossen. In Voruntersuchungen wurden 40.000 Besucher für die eintrittspflichtigen Angebote prognostiziert. Die Ausstellung „Donauräume“ bleibt gleich, regelmäßig neue "Touristenattraktionen" gibt es nicht, diese wären zu teuer.

### **Finanzierung eines Zentrums:**

Egal in welcher Größe, die Zentren funktionieren alle nur durch öffentliche Förderungen. Man kann zwar die laufenden Kosten hineinspielen - das Zentrum Orth bilanziert in etwa + / - Null. Teile des „Standpersonals“ werden dabei über den Nationalpark finanziert. Eine große Einnahmenquelle ist keines der Zentren.

Das ist aber auch bei anderen Projekten so: vgl. Schloss Hof. Hier wurden 69 Mio. Euro

investiert, um den laufenden Betrieb zu erhalten bräuchte es im Jahr 400.000 Besucher, es kommt aber nur ein Drittel.

Um öffentliche Gelder zu erhalten ist es wichtig zu überzeugen, dass nicht nur eine einmalige Investition bei der Errichtung erfolgt und dann nichts mehr passiert, sondern, dass der Betrieb langfristig fortgeführt wird.

### **Standort eines Zentrums:**

Der Standort muss attraktiv sein und die Standortqualitäten müssen schon vorliegen und nicht erst zu schaffen sein.

### **Standortsuche Nationalpark Donauauen:**

Auf Grund der lang gestreckten Form des Nationalparks zwischen Wien und Staatsgrenze waren verschiedene Standorte in Diskussion. Auch über mehrer parallel zu betreibende Standorte wurde nachgedacht. Der ursprünglich angedachte Standort Hainburg wurde wegen Widerstand gegen das Gestaltungskonzept aufgegeben und Orth weiterverfolgt. Vorteile des Schlosses Orths waren, die vorhandene Infrastruktur (attraktives Schloss, Gastronomie in Orth), die Republik Österreich als Schlossbesitzer (Finanzierung der Gebäudeerhaltung) und die Gemeinde auf der Suche nach Museums- und Veranstaltungsräumen als Partner.

Neben Schloss Orth bestehen weitere Infostellen (zB Nationalparkhaus Wien Lobau).

Ein neues Angebot wird zurzeit in Schlos Eckartsau geschaffen. Das Schloss Eckartsau steht im Eigentum der Bundesforste und wurde damit durchgehend genutzt / instand gehalten. Auch gab es hier geschichtsbedingt immer Besucher und das Schloss wird für diverse Aufnahmen (Film, Mode) vermietet. Hier wird zurzeit der Schlosspark nach dem Motto "Der Park im Nationalpark" hergerichtet und eine kleine Nationalparkausstellung (freier Eintritt) und ein Nationalparkinfozentrum eingerichtet.

### **Potential Schloss Marchegg:**

Im Vergleich zu Schloss Orth hat Schloss Marchegg einige Vorteile:

- bessere Lage, da direkt an der Au und Storchkolonie,
- Schloss Marchegg wirkt heimeliger als Schloss Orth,
- die Attraktion ist nicht das Schloss alleine, sondern das Gesamterlebnis (inkl. Au/Störche),

Ungünstiger ist, dass kein Eigentümer da ist, der Gebäudekosten trägt und dass eine Trägerstruktur (wie z.B. wie ein Nationalpark) fehlt.

Aufgrund des hohen Potentials ist es allerdings jedenfalls Wert sich für eine entsprechende Nutzung einzusetzen - für gute Projekte gibt es immer (öffentliche) Investitionen.

Vorab zu klärende Fragen:

- Dimensionierung des Zentrums?
- Wie gelingt es eine Struktur zu schaffen, die einen dauerhaften Betrieb sicherstellen kann?
- Welche Partner sind einzubinden?
- Gibt es ein öffentliches Interesse bzw. wie kann ein solches geschaffen werden, damit auch öffentliche Förderungen gegeben werden?

## **Alois Lang (Öffentlichkeitsarbeit & Ökotourismus Nationalpark Neusiedler See)**

### **Regionale Netzwerke, Produkte und Dienstleistungen – wie finden wir die Wertschöpfungs - Brachflächen die vom Naturschutz profitieren könnten?**

Der Nationalpark-Zentrum-Standort in Illmitz wurde gewählt weil:

- die Gemeinden Illmitz und Apetlon setzten sich schon seit den 1960er Jahren für Naturschutz ein,
- der Standort befindet sich nahe beim See und ist verkehrsgünstig gelegen (liegt zwischen Bundesstraße und Neusiedler-See Radweg)

### **Anspruch und Angebot Nationalpark Neusiedlersee - Seewinkel:**

- Das Zentrum ist ein Informationshub für Interessierte, die oft bereits Vorwissen haben, dh. gutes, fachlich versiertes Personal ist erforderlich.
- jährlich besuchen rd. 40 - 45.000 Interessierte das Zentrum;
- 400 - 450 verschiedene Programme werden für Besucher im Jahr angeboten. Touren dauern mindestens drei Stunden - keine schnell-schnell Touren, Naturerlebnis braucht Zeit und ist damit wertvoll;
- Der Nationalpark bietet selber nichts an, was die lokale Wirtschaft bietet (z.B. Radverleih, Nächtigungen etc über lokale Betriebe), damit kommt Wertschöpfung in die Region und Betriebe profitieren von den Nationalparkbesuchern; Betriebe haben damit auch Interesse am Nationalpark, da er Kunden bringt.
- Nationalpark hat kein Marketingbudget, Marketing ist Aufgabe des Neusiedler See bzw. Burgenlandtourismuses.

Der auch wirtschaftliche Erfolg des Naturtourismus (z.B. im Seewinkel immer mehr Gäste bei weniger Bettenkapazität) hat seinen Niederschlag auch als Leitthema in der Tourismusstrategie Burgenland gefunden. Der Nationalpark wirkt als Imageträger.

Eingerichtet wurde ein Netzwerk von Nationalpark-Partnerbetrieben. Dabei handelt es sich großteils um Nächtigungsbetriebe. Im ersten halben Jahr konnten ca. 40 Partnerbetriebe gewonnen werden, obwohl diese strenge Auflagen erfüllen müssen. Großes Interesse zeigen z.B. Betriebe in Mörbisch, diese profitieren von Seefestspielen nicht, da Gäste nur zur Vorstellung anreisen, aber nicht vor Ort bleiben.

Großveranstaltungen und Touristenattraktionen à la Seefestspiele bringen außer Verkehr wenig für die Region; stattdessen profitieren Hotels in Wien. Kommen aber am Naturtourismus interessierte Gäste, kann Wien als „Angebot“ und Schlechtwetterprogramm der Neusiedlerseeregion genutzt werden – z.B. Touristen können mit Neusiedlerseecard mit dem Zug bis in die Innenstadt nach Wien oder Bratislava fahren.

### **Unterschied Naturschutz – Schutzgebiet:**

Naturschutz wird mit "verhindern", "abwehren", "schützen" verbunden. Ein Schutzgebiet muss aber Verantwortung für ein Gebiet übernehmen. Damit übernimmt es Entwicklungsaufgaben und wird zum Mitgestalter.

Ökotourismus kann einen Beitrag leisten:

- Erhaltung der Artenvielfalt
- Wohlbefinden der lokalen Bevölkerung,
- Erzielung von Lernerfolgen,
- Angebot für lokale Unternehmen,
- verbraucht möglichst wenig nicht erneuerbare Ressourcen,
- betont einheimisches Eigentum und Unternehmer,
- verantwortungsvolle Touristen,
- Chance für Landbevölkerung, → damit werden kleine Strukturen erhalten!

### **Erfolgsfaktor regionalwirtschaftliche Effekte:**

Einbindung der lokalen Wirtschaft:

Der Nationalpark könnte viele der ausgelagerten Angebote selber anbieten (z.B. Nationalparkhotel, Nächtigungstaxen einheben, Lizenzen verkaufen). Wäre durchaus lukrativ, da er auf die beste Standorte zugreifen könnte.

ABER: Was lokale Unternehmen anbieten, macht Nationalpark Neusiedler See - Seewinkel nicht (z.B. Radverleih, Nächtigungsangebot, Gastronomie ...).

Damit profitieren lokale Unternehmen von Besuchern und haben Interesse an Naturtourismus bzw. am Schutzgebiet. Einziges Angebot des Parks: Weidevieh-Fleischverkauf.

Problem dabei: Das Schutzgebiet muss finanziell von anderer Seite unterstützt werden, da so natürlich Einnahmequellen für den Nationalpark fehlen.

### **Diskussion:**

#### **Schloss Marchegg**

Das Schloss ist das „wahre“ Tor zur Au. Perfekte Lage, in relativ gutem Zustand und gutem Umfeld. Der erste Stock ist erst seit kurzem komplett frei; in unteren Geschoß sind noch Mieter.

ABER:

- Instandhaltungsarbeiten / Sanierung am Schloss erfolgen dzt. komplett nur durch die Gemeinde.
- Angebot ist nicht professionalisiert – Führungen machen z.B. Vereine, wenn es nachher Verpflegung geben soll wird privat beim Billa eingekauft
- Wenig Nächtigungsbetriebe, Gastronomie, professionelle Veranstalter → so bleibt auch kein Gewinn in der Region
- Noch besteht keine Struktur / Rahmenbedingungen die ein Zentrum betreiben und erhalten könnte.

Es zeigt sich, das vorhandene Angebot auch genutzt wird. Bereits die Eröffnung von zwei Nächtigungsbetrieben hat einen Anstieg von null Nächtigungen im Jahr 2010 auf 972 im Jahr 2011 gebracht.

Schon jetzt kämpft Marchegg mit der Herausforderung, dass für jede Form von Besucher-Anlaufstelle Personal benötigt wird (Schlosseingang, Shop, jmd. in der Au, jmd. der auf der Gemeinde dafür zuständig ist u. das Angebot koordiniert). Bis jetzt konnten davon nur zwei Positionen besetzt und finanziert werden.

Da ein Nationalpark noch auf längere Sicht wenig realistisch erscheint – VII. kann ein RAMSAR-Zentrum eine Zwischenlösung sein?

### **Vom Zentrum in die Fläche**

Bei der in-Wert-Setzung des Naturpotenzials geht es nicht nur um ein Besucherzentrum, sondern auch um Betriebe / Produzenten in der Region.

*Frage:* Wie bringt man die positiven Effekte eines Besucherzentrums in die Fläche?

Wie kann man regionale Wertschöpfungsketten anstoßen?

Soll es überhaupt ein größeres Zentrum geben, oder soll das Angebot auf mehrere Standorte verteilt werden?

Mehrer Standorte in unterschiedlichen Gemeinden wurde z.B. im Nationalpark Hohe Tauern realisiert (in jeder Gemeinde eine Attraktion/Anlaufstelle). Das Problem dabei ist: Wenn diese Angebote mehr als nur Tafeln sein sollen und mit Personal besetzt sind, steigen die Personalkosten.

*Projektidee:* Es muss nicht jede „Station“ besetzt sein, denkbar ist ein mobiles Zentrum (Au-Führer m. kleinem Nationalparkbus o.Ä.), der sozusagen reihum das Angebot gestaltet?

Von der Mehrheit wird ein Besucherzentrum als „konzentrierte“ Andockstelle für Besucher als die bessere Lösung angesehen. Davon soll aber nicht nur die Standortgemeinde profitieren – man muss gezielt versuchen eine Wertschöpfungskette anzustoßen, um auch in der Fläche positive Effekte zu erzielen.

### **Entschleunigtes Angebot**

Natur kann man nicht „auf die schnelle konsumieren“, auch wenn das im Fernsehen oft so erscheint. Für Naturerlebnis und Ökotourismus muss man sich Zeit nehmen, entschleunigen.

Besucherzentren, die nur als sonniger-Sonntag-Ausflugsziel wahrgenommen werden, bringen selten viel regionale Wertschöpfung. Für diese Gruppe muss ein Besucherzentrum zwar auch ein Angebot bzw Infos bereitstellen, bei schönem Wetter haben jedoch die wenigsten Interesse an aufwändigen Ausstellungen oder längeren Vorträgen, man will ins Freie.

Aber: Besucher die bereit sind, wochentags in der Früh an einer längeren Exkursion teilzunehmen, bringen der Region Wertschöpfung (beginnend mit Nächtigungen, Gastronomie etc).

Und: Das Angebot muss nicht immer ganz „perfekt“ sein – wenn etwa der Fischteich bei Schloß Orth nicht klar genug ist um einen Hecht zu erblicken – vielleicht kommt man dann eher wieder?

### **Architektur als Imagerträger und Besuchermagnet**

*Frage:* Kann markante Architektur ein wichtiger Imagerträger und eventuell auch Besuchermagnet für die Region sein?

Besonders moderne Gebäude – und deren Baukosten – sind in der Region nicht wirklich konsensfähig. Das hat sich schon beim geplanten Besucherzentrum in Hainburg gezeigt, dass von einer sehr herausstechenden Architektur gekennzeichnet gewesen wäre. Diese

Planung hat in einer Protestaktion geendet – Resultat war, dass das Nationalparkzentrum nach Orth verlegt wurde.

*Projektidee:* nach dem „Mekka – Prinzip“ zur besseren Orientierbarkeit / Wiedererkennbarkeit: überall in der Region Skulpturen/Pfeile aufstellen, die Richtung March zeigen.

### **Regionale Produkt-Netzwerke**

Als ersten Schritt gibt es seit kurzem beim Schloss Marchegg / Storchenservat einen kleinen Shop, der regionale Produkte verkauft. Hier werden zusätzliche Produzenten derzeit über Mundpropaganda / Bgm. Haupt direkt angeworben.

In der Region Neusiedler See identifizierte Erfolgsfaktoren für ein Partnernetzwerk:

- funktioniert nur über freiwillige Teilnahme,
- dafür ruhig auch mit strengen Qualitätskriterien/ -auflagen;
- Netzwerk muss mehr als ein Logo sein;
- Schulung der Betriebe / Personen zu Multiplikatoren / Botschaftern für das Naturerlebnis z.B. gut wenn Tankwart Bescheid weiß, wo ist was zu finden ist;

→ nur so wird Image/Marke stark genug um auch für weitere Produzenten attraktiv zu sein.

→ Hinarbeiten auf: das Naturinventar ist ein wertvolles, auch vermarktbare Gut, nicht etwas das mir im Weg steht

In der Region Neusiedler See gab es so bereits nach einem Jahr 40 Partnerbetriebe.

Allerdings ist die Pflege des Netzwerks mit einigem Aufwand verbunden z.B. im Nationalpark Gesäuse dafür eine Halbtagsstelle erforderlich.

### **Regionale Strukturen und Förderungen**

Strukturen (Träger eines Zentrums, regionale Netzwerke, etablierte Wertschöpfungsketten) sind Voraussetzung für die in-Wert-Setzung des Naturerlebnisses. Dazu sind langfristig funktionierende Strukturen zu schaffen und nicht Investition die nur Einmal-Effekte haben. Optimalerweise sollten diese Strukturen von einem „öffentlichen Interesse“ getragen werden, und dadurch stetig weiterlaufen und nicht auf periodische Förderungen angewiesen sein. Günstig ist es z.B. vergleichbar Carnuntums, öffentliche Investitionen in eine einmalige Landesausstellung für ein darüber hinausgehendes langfristiges Angebot weiter zu nutzen.

Ein Nationalpark könnte eine solche Trägerstruktur bieten, wird derzeit aber in der Region kritisch gesehen. Vielleicht lässt sich auch unter der Schutzkategorie „RAMSAR“ etwas Ähnliches aufbauen?

Die Programmierung für die nächste EU-Förderperiode läuft zurzeit. Vielleicht ergibt sich hier ein Projekt bzw. lässt sich so eine Studie, Voruntersuchung o.ä. finanzieren. Allerdings sind EU-Förderprojekte mit administrativem Aufwand verbunden.

### **Tourismus – Chancen:**

Der Tourismus hat bisher in der Region noch keine große Rolle gespielt, damit besteht die Möglichkeit eine neue Marke aufzubauen.

Die Nähe zu Wien/Bratislava bringt zwar Ausflugsgäste aus beiden Städten, sie liegen allerdings für Nächtigungsgäste zu nahe. Es bietet sich aber an, vergleichbar der Vorgangsweise des Neusiedlerseetourismus die Städte als Schlechtwetterprogramm für Gäste die von weiter auswärts kommen zu bewerben. Wien und Bratislava sind dazu auch mit der Bahn gut zu erreichen.

Radfahren/Radwege (siehe auch Beispiel Neusiedler See) bieten Potential für zusätzliche Gäste.

*Projektidee* einer Wien-March-Donau Rundtour: über die Felder hin – Storchenerlebnis/Marchauen/Nächtigung – March-/Donauradweg retour, Fahrradtransport auch mit der Bahn möglich.

### **Wie kann man die Region positionieren:**

Frage: Welche Geschichte wollen wir erzählen?

Stichworte zur March – was macht uns einzigartig?

Tieflandfluss, Grenzfluss, einzigartiger Lebensraum, besondere Arten, Nähe zu Bratislava und Wien, .....

## **Good-Practice-Beispiele zur Verknüpfung Naturschutz – Regionalentwicklung**

---



Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik  
der Technischen Universität Wien  
& stadtländ



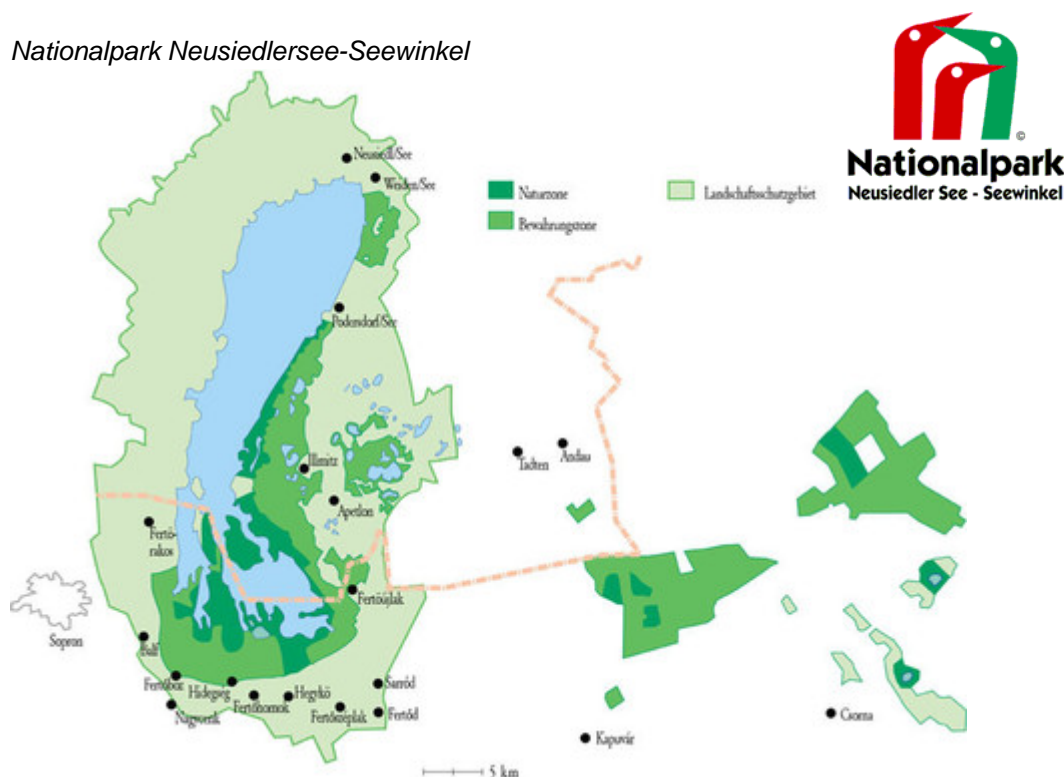
## Good-Practice-Beispiele zur Verknüpfung Naturschutz - Regionalentwicklung

### Beweidungsprojekt im Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel

#### Hintergrund

Die Viehwirtschaft prägte das Landschaftsbild im Seewinkel. Große Flächen wurden als Hutweiden (dh Beweidung mit Hirten) genutzt oder gemäht, um Winterfutter für die Tiere zu haben. Die durch diese Form der Nutzung entstandene Steppenlandschaft ist nicht nur äußerst artenreich, sondern beherbergt auch eine Reihe seltener Pflanzen- und Tiergesellschaften.

#### Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel



Nach dem Niedergang dieser traditionellen Form der Viehwirtschaft und Aufteilung der meisten Gemeinschaftsbesitz-Flächen in den 1970er Jahren wurden weite Teile der bisherigen Weide- und Wiesenflächen als Ackerland oder Weingartenflächen genutzt. Einzig rund um die Lange Lacke (Apetlon) wird bis heute durchgehend beweidet. Ab Mitte der 1980er Jahre drohte auf allen nicht mehr beweideten Flächen der Verlust der wertvollen offenen Landschafts- und Lebensräume durch Verbuschung und Schilfwuchs.

Als Reaktion auf den Verlust offener Landschaftsräume wurde 1987 mit einer Herde Galloway-Rindern die Beweidung wieder aufgenommen. Mit dieser Pflegemaßnahme wird die typischen „Pusztalandschaft“ erhalten und mit ihr zahlreiche Rote-Listen-Arten die auf den offenen Landschafts- und Lebensraum angewiesen sind. Die Beweidungsflächen konnten seither immer wieder erweitert werden. Im begleitend durchgeführten wissenschaftlichen Monitoring wurde der Erfolg der Beweidung zur Erhaltung der offenen Flächen (Trockenrasen, Lackenrandvegetation) bestätigt (Korner et al, 1999).

Mit der Gründung im Jahr 1992 hat der Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel die Beweidung als wichtige Flächenmanagementmaßnahme übernommen und ausgebaut.

#### *Fleckviehherde im Seewinkel*



Foto: Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel

### **Aktuelle Maßnahmen**

Bei den derzeit laufenden Beweidungen kommen sowohl Herden des Nationalparks (Fleckvieh, Graurinder, Wasserbüffel, Weiße Esel und Przewalskipferde) als auch private Herden zum Einsatz (Nationalparkverwaltung, 2012). Für Private ergibt sich der Vorteil Weideflächen pachten zu können, zB nächst Podersdorf am See wo Reitbetriebe aber auch Halter einzelner Pferde Flächen als Koppel nutzen oder ein Illmitzer Rinderhalter ca 40 Tiere (u.a. Angusrinder) am Seevorgelände zwischen Podersdorf und Weiden grasen lässt. Beweidungsflächen, -intensität und -zeitraum werden jährlich neu festgelegt. Die Beweidung findet traditionell zwischen März und Oktober statt.

Für die Beweidung mit eigenen Tieren betreibt der Nationalpark einen Landwirtschaftsbetrieb mit biologischer Wirtschaftsweise, d.h. alle Produkte können als Bioprodukte vermarktet werden. Durchschnittlich werden z.B. 360 Graue Steppenrinder und 50 Wasserbüffel gehalten.



Foto: BMLFUW/vorauer+friends

Die Grauen Steppenrinder sind eine früher bedeutende heute aber vom Aussterben bedrohte Haustierrasse mit langer Tradition im Burgenland. Sie sind an die Hitze des pannonischen Sommers, das Gelände und an die Futterverhältnisse gut angepasst. Nur wenige Tiere werden jährlich geschlachtet, im Jahr 2011 waren es 59 Tiere. Das Fleisch vom Grauen Steppenrind wird als spezielles hochwertiges Produkt der Nationalparkregion vermarktet. 2006 erfolgte die Aufnahme in den Genusskatalog der Genuss Region Österreich als „Natio-

nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel Steppenrind". Das Fleisch ist fest, kurzfasrig, leicht durchzogen und enthält nur wenig Fett. Es zeichnet sich durch einen exzellenten Geschmack aus. Die Schlachtung erfolgt ohne lange Transportwege in der Region. Das Angebot reicht von Frischfleisch bis zu Spezialprodukten wie Nationalparkwürstel und Nationalparkschinken. Im Sinne der Genuss Region Österreich Grundsätze, dass die Produkte lokal vermarktet werden sollen, wird das Fleisch derzeit vor allem von 14 lokalen Gaststätten übernommen und angeboten.

Auch wenn für die Beweidung landwirtschaftliche Förderungen (zB Mutterkuhprämien) in Anspruch genommen werden, so steht bei diesem Beweidungsprojekt doch der Naturschutzaspekt zur Offenhaltung der Landschaft sowie die Erhaltung einer alten Haustierrasse und damit Naturschutzaspekte im Vordergrund. Daher kann auch eine eher langsam wachsende Tierart eingesetzt werden. Nach Einschätzung des Nationalparks wären für einen rein privatwirtschaftlich arbeitenden Betrieb schneller wachsende Tiere, die rascher geschlachtet werden können profitabler. Z.B. wie die rund um die Lange Lacke weidenden 350 Stück privates Fleckvieh.

Neben der Beweidung dient auch Wiesenmahd, Getreideanbau (jeweils auch als Winterfutter für das Weidevieh) und der für die regionalen Schilfverarbeitungsbetriebe wichtige Schilfschnitt der Landschaftsoffenhaltung. Die Maßnahmen werden sowohl vom Nationalpark Landwirtschaftsbetrieb als auch Privaten durchgeführt.

### **Bezug zur Marchregion**

Auch in der Marchregion wurde früher Viehwirtschaft betrieben und Wiesen beweidet. Infolge des landwirtschaftlichen Strukturwandels wurde die Viehhaltung, bis auf Pferdehaltung für den Reitbetrieb aufgegeben. Bemühungen erneut Beweidungen durchzuführen wurden bereits in der Vergangenheit unternommen, konnten aber noch nicht dauerhaft etabliert werden.

Bemühungen zur Beweidungen und damit ggf auch Kooperationsmöglichkeiten bestehen in der March-Thaya-Region bereits in der Tschechischen Republik im Naturschutzgebiet Palava (Pöllauer Berge, Millowitz Wald), wie etwa anlässlich der Veranstaltung „3 Länder, 2 Flüsse, 1 Lebensraum“ am 27 Mai 2011 in Hohenau an der March von RNDr Jiří Matuška vorgestellt. Auch hier steht der Naturschutz vor der Herausforderung, dass die Tierhaltung und damit Beweidung aufgegeben wurden. Offene Landschaftsflächen wachsen zu bzw müssen vom Menschen frei gehalten werden.

Inwieweit Kooperationsmöglichkeiten mit dem Meierhof von Schloss Hof für ein Beweidungsprogramm bestehen wäre zu prüfen. Der Meierhof beteiligt sich an Zuchtprogrammen zur Erhaltung von gefährdeten alten Haustierrassen und besitzt dazu auch eigene Weiden. Tierhaltung Privater in der Region beschränkt sich zurzeit weitgehend auf Pferde für den Reitbetrieb.

Für darüber hinaus gehende Beweidungsprojekte müsste erst ein neuer Tierbestand geschaffen werden. Das dies möglich und auch wirtschaftlich umsetzbar ist, zeigt das Vorbild Seewinkel. Hier wurde die Tierhaltung in den letzten Jahren nicht nur von der Nationalpark-Landwirtschaft wieder ausgebaut. Vergleichbar dem Vorgehen im Seewinkel

kel empfiehlt sich auch an der March die Beweidung der Marchwiesen für das Produktmarketing einzusetzen. Ähnliche Beispiele wo die spezielle Herkunft und Aufzucht der Tiere für Marketingzwecke genutzt werden sind neben dem Seewinkel zB Almenland - Almo Genussregion oder Schneeberglandbeef. Längerfristiges Ziel könnte die Positionierung der Thaya-March(-feld)-Region als Region für hochwertige Lebens- und Genussmittel sein.

#### Quellen:

- Korner I., Traxler A., Wrška T. (1999). „Trockenrasenmanagement und -restituierung durch Beweidung im Nationalpark Neusiedler See - Seewinkel“ in Verh. Zool.-Bot. Ges. Österreich 136, Wien.
- Nationalparkverwaltung Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel (2012). „2011 Arbeitsbereich“, Apetlon
- Kohl & Partner Tourismusberatung GmbH (2008). „Kulinarischer Tourismus Österreich! Leitfaden für regionale Kooperationen Landwirtschaft + Lebensmittelgewerbe + Tourismus“, Villach.
- Telefoninterview mit Viktor Reinprecht, Flächenmanagement Nationalparkverwaltung Neusiedler See - Seewinkel am 25.10.2012.

## Partnernetzwerk Nationalpark Gesäuse

### Entstehungsgeschichte

Im Sinne von regional - ökologisch - kreativ soll die Wertschöpfung in der Nationalparkregion erhöht werden, gleichzeitig sollen Möglichkeiten gefunden werden, den Nationalpark bzw dessen Naturschönheiten für die Region in Wert zu setzen. Dazu wurde am 13. April 2004 vom Nationalpark Gesäuse das Projekt "Nationalpark Gesäuse Partner" gestartet. In diesem vorerst einjährigen Projekt wurde in der Nationalparkregion ein Netzwerk aus Betrieben aufgebaut, die sowohl untereinander als auch mit dem Nationalpark enge Kooperationen pflegen. Ausgangspunkt des Netzwerks war eine schon bestehende Kooperation mehrerer Gasthöfe unter dem Namen „Xeiss-Wirte“. Gemeinsames Ziel des Nationalparks und der Partnerbetriebe ist die Projektregion wirtschaftlich zu stärken, das Gesäuse zu erhalten und als touristischen Impulsgeber zu nutzen. Als Erfolgsprinzip wird Vielfalt gesehen: Vielfalt ist eines der Erfolgsprinzipien natürlicher Ökosysteme. Vielfalt – das bedeutet Stabilität sowie einen erhöhten Austausch von Informationen. Dieses ökologische Prinzip gilt auch für die Partnerbetriebe, die in der „Seilschaft der Nationalpark Partner zusammen gespannt“ sind.

Von April 2004 bis April 2005 haben die Nationalpark Gesäuse Partner gemeinsam mit dem Nationalparkteam die von den Partnern zu erfüllenden Umwelt- und Qualitätsstandards erarbeitet. Diese Standards sind für alle Branchen individuell, allen Partnern ist jedoch gemeinsam, dass sie hinter der Nationalparkphilosophie stehen und diese auch ihren Gästen und Kunden vermitteln möchten.

### Partnernetzwerk

Nationalpark Gesäuse Partnerbetriebe gibt es in folgenden Branchen:

- Beherbergung
- Bildung, Kunst und Kultur
- Direktvermarkter
- Freizeit und Sport

- Gastronomie
- Handel
- Handwerk und Gewerbe
- Jausenstationen
- Schutzhütten
- Urlaub am Bauernhof
- Verkehrsunternehmen



Titelblatt Broschüre „Nationalpark Gesäuse Partner regional - ökologisch - kreativ“

Die Vielfalt der Branchen macht ein enges Zusammenspiel der Betriebe möglich und ließ eine kreative Mischung von Projekten entstehen. So wurden die „Genussregion Gesäuse Wild“, das „Partner-Dirndl“, Angebotspackages der „Urlaub am Bauernhof-Anbieter“, eine gemeinsame Broschüre der Handwerksbetriebe oder der „Xeis-Janker“ von den Nationalpark Partnern ins Leben gerufen. Da Qualität in der Umsetzung an oberster Stelle steht, heben die gemeinsamen Aktivitäten die Wertschätzung jedes einzelnen Betriebes. Soziale Kontakte wie regelmäßige Treffen, Fortbildungsveranstaltungen, Diskussionen, Erfahrungsaustausch im Rahmen von Exkursionen bilden die Basis für das Partner Projekt und tragen wesentlich zum Gruppenverständnis bei. Manche jahrzehntealte Feindseligkeit konnte damit aus der Welt geschaffen werden. Gemeinsam ist allen Nationalpark Gesäuse Partnern, dass sie das Prinzip der Nachhaltigkeit im Betrieb umsetzten. Das bedeutet, die „Seilschaft Nationalpark Gesäuse Partner“ im Sinne eines Netzwerkes zu nützen:

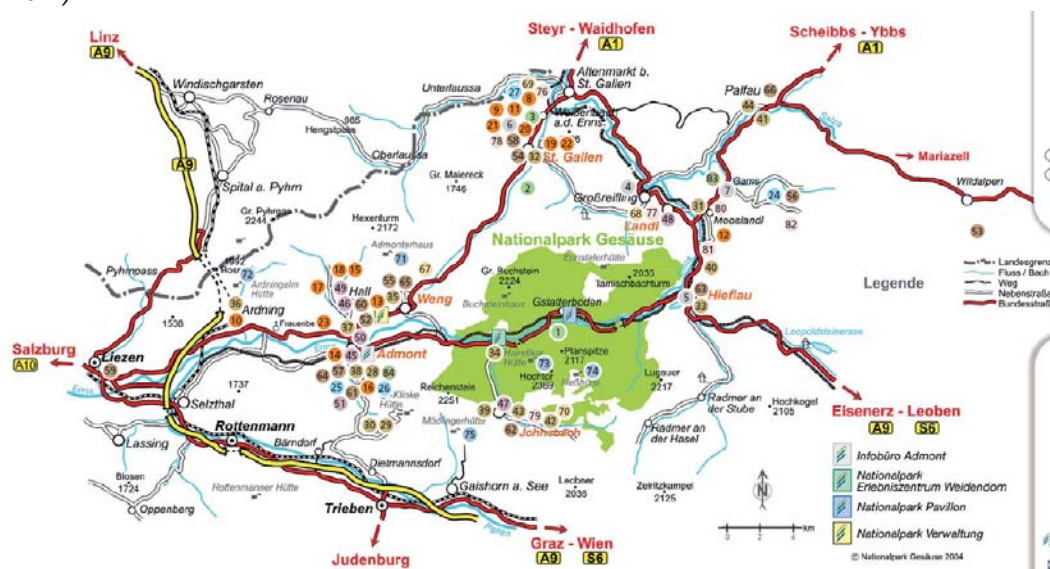
- weite Transportwege möglichst auszuschalten;
- den Energieverbrauch stark reduzieren;
- Güter und Dienstleistungen möglichst direkt aus der Region beziehen;
- die natürlichen Vorräte schonen.



Erfolgsfaktoren und konkrete wirtschaftliche Vorteile für die teilnehmenden Betriebe sind:

- Der Nationalpark greift bei Aufträgen möglichst auf Partnerbetriebe zurück, damit sind Partnerbetriebe bevorzugte Lieferanten des Nationalparks.
- Der Nationalpark vermittelt Kunden an die Partnerbetriebe, zB bei Nächtigungsanfragen von Besuchern.
- Bei Veranstaltungen des Nationalparks zB Auftritte in Graz oder Wien werden auch die Nationalpark-Partner präsentiert, zusätzliche Marketingauftritte bestehen.
- Die Partnerbetriebe führen das Nationalpark Partnerlogo und können damit von der prominenten Marke Nationalpark Gesäuse profitieren.
- Aufbau eines Netzwerkes, damit Kontakte und Information zwischen den Betrieben.

Übersicht über die Lage des Nationalparks Gesäuse und Partnerbetriebe (färbige Nummern)



Quelle: Broschüre „Nationalpark Gesäuse Partner regional - ökologisch - kreativ“

## Bezug zur Marchregion

Die oben angeführten Vorteile die sich für die Nationalpark Gesäuse-Partner ergeben sind in vergleichbarer Form auch für ein Partnernetzwerk an der March denkbar. Die Marketingvorteile sind dabei von der Positionierung, Prominenz bzw Zugkraft der Marke "Marchauen" abhängig. Im Gesäuse besteht der Vorteil, dass der Nationalpark eine starke und eindeutig zuordenbare Marke besitzt. Ein vergleichbar starkes Label fehlt in den Marchauen. Angesichts der gesellschaftlichen Trends hin zu Regionalität, Originalität und Naturverbundenheit besitzt die March-Thayaregion jedoch gute Voraussetzungen eine starke Marke zu schaffen.

Die Schaffung eines Netzwerkes zwischen den Betrieben wird von Karoline Scheeb (Partner-Koordinatorin des Nationalparks Gesäuse) als besonderer Erfolgsfaktor und Vorteil für die Partnerbetriebe gesehen. Dadurch gelingt Wissens- und Informationsaustausch zwischen den Betrieben, Feindseeligkeiten und Vorurteile in der Region konnten reduziert werden und neue lokale Wertschöpfungsketten zwischen den Partnerbetrieben konnten geschaffen werden.

Bemühungen zur Vernetzung bestehen auch in der March-Thayaregion, so zB sind am Internetauftritt des Bernsteinmotels Marchegg Hinweise zu den regionalen Sport- und Freizeitmöglichkeiten (Reiten, Kanu etc) zu finden. Ein weiterer Ausbau diesbezüglicher Querverweise auf Angebote in der Region könnte die Wertschöpfung in der Region erhöhen zB Infos für Besucher von Schloss Hof oder der Storchenkolonie - was gibt es in der Region noch zu erleben? Dass solche Abstimmungen nicht einfach sind, aber Nachfrage seitens der Gäste danach besteht, zeigen die bisherigen erfolglosen Versuche einen gemeinsamen Heurigenkalender für die Region zu erstellen.

*Quellen:*

- Getzner M., Jungmeier M., Pfleger B., Scherzinger W.(2008) "Evaluierung Nationalpark Gesäuse". Studie im Auftrag der Nationalpark Gesäuse GmbH. Bearbeitung: E.C.O. Institut für Ökologie, Klagenfurt.
- Nationalpark Gesäuse GmbH. „Nationalpark Gesäuse Partner regional - ökologisch - kreativ". Broschüre, Weng.
- Telefoninterview mit Karoline Scheeb, Partnernetzwerk Nationalpark Gesäuse GmbH am 25.10.2012



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
WIEN  
Vienna University of Technology

# Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen

---

Endbericht



Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik  
der Technischen Universität Wien  
& **stadtland**

Wien, 30. Oktober 2012



## Impressum

### Auftraggeber

#### **WWF Österreich**

Ottakringer Straße 114-116  
1160 Wien

### Auftragnehmerkonsortium

#### **Technische Universität Wien**

Department für Raumplanung (E280)  
Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik (Ifip, E280-3)  
Resselgasse 5/2/2, 1040 Wien  
Tel. +43 1 58801 280301, Fax +43 1 58801 280399  
E-Mail: [ifip@tuwien.ac.at](mailto:ifip@tuwien.ac.at), Web: [www.ifip.tuwien.ac.at](http://www.ifip.tuwien.ac.at)  
Ifip-Projektnummer: 187-11, DVR: 0005886

#### **stadtland**

Dipl.-Ing. Sibylla Zech GmbH  
Technische Büros für Raumplanung und Raumordnung,  
Landschaftsplanung und Landschaftspflege  
Kirchengasse 19/12, 1070 Wien  
Tel +43 1 236 1912 10, Fax +43 1 236 1912 90  
E-Mail: [sibylla.zech@stadtland.at](mailto:sibylla.zech@stadtland.at), Web: [www.stadtland.at](http://www.stadtland.at)

### Autor des vorliegenden Berichts

Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael Getzner, Tel. 43-1-58801-280320  
E-Mail: [Michael.getzner@tuwien.ac.at](mailto:Michael.getzner@tuwien.ac.at)

### Mitarbeiter/innen des Gesamtprojekts

DI. Ulrich Blanda (**stadtland**)  
Univ.-Ass.<sup>in</sup> DI.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Gerlinde Gutheil-Knopp-Kirchwald (Ifip, TU Wien)  
DI.<sup>in</sup> Anna Trauner (**stadtland**)

### Vertreter des Auftraggebers

Mag. Gerhard Egger

## Inhalt

<b>1. Einleitung und Problemstellung</b>	<b>4</b>
<b>2. Methodische Vorgehensweise</b>	<b>5</b>
<b>3. Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen</b>	<b>7</b>
3.1 Tourismus	7
3.2 Errichtung und Betrieb eines Verwaltungs- und Besucher/innen-Zentrums	9
3.3 Naturschutz-Projekte	10
<b>4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen</b>	<b>13</b>
<b>5. Verzeichnisse</b>	<b>16</b>
5.1 Quellenverzeichnis	16
5.2 Abbildungsverzeichnis	17
5.3 Tabellenverzeichnis	17

## 1. Einleitung und Problemstellung

Die Diskussion um die Einrichtung von Schutzgebieten entlang der March und der Thaya wird seit Jahrzehnten geführt. Unterschiedliche Kategorien wurden vorgeschlagen bzw. sind derzeit bereits eingerichtet. Zu nennen sind neben Naturschutzgebieten insbesondere Schutzkategorien nach dem international verbindlichen RAMSAR-Abkommen zum Schutz von Feuchtgebieten sowie Natura 2000-Gebiete nach der Fauna-Flora-Habitat sowie der Vogelschutzrichtlinie. Die Auswirkungen der bisherigen Schutzkategorien – insbesondere auf die Regionalwirtschaft – werden dabei von Stakeholdern als gering eingeschätzt (Kelemen-Finan und Wirth 2011).

Die vorliegende Untersuchung hat vor diesem Hintergrund zum Ziel, die möglichen regionalwirtschaftlichen Wirkungen von ambitionierten Naturschutzaktivitäten (z.B. Besucher/innen-Zentren) in Szenarien darzustellen. Die vorliegende Untersuchung bezieht sich nur auf den österreichischen Teil des Gebiets und stellt die möglichen Wirkungen in kurz- und mittelfristiger Sicht auf Basis der Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte in der Region (hauptsächlich in den betroffenen Gemeinden) dar. Um ein grenzüberschreitendes Bild zu erhalten, müssten darüber hinaus regionale Analysen auf beiden Seiten (Slowakei, Österreich) durchgeführt werden (s.a. Regional Environmental Center, 1999).

Die entwickelten Szenarien basieren auf einer Reihe von vorhandenen Konzepten und Untersuchungen, einer Vielzahl an Gesprächen vor Ort sowie zwei intensiven regionalen Diskussionsrunden („Aulounges“ im November 2011, Schloss Hof; im Juni 2012, Marchegg), zu der regional Betroffene insbesondere aus Unternehmen, Gemeinden und Planungsinstitutionen teilgenommen haben. Nicht berücksichtigt wird in der vorliegenden Untersuchung die Umsetzung der Schutzgebietsausweisung im Sinne der Berücksichtigung von Stakeholder-Interessen (vgl. z.B. Kelemen-Finan und Wirth, 2011).

Die entwickelten Szenarien werden in Abschnitt 3 bei den jeweils ermittelten regionalwirtschaftlichen Wirkungen besprochen. Zu betonen ist, dass sich die Szenarien hauptsächlich auf Annahmen stützen, die von der Kategorie des Schutzgebietes unabhängig sind. Somit macht es für die Ergebnisse wenig Unterschied, ob die March-Thaya-Auen zusätzlich als Nationalpark, als Teil eines Biosphärenreservats oder als aktiv betreutes RAMSAR-Gebiet ausgewiesen werden (siehe dazu z.B. Universität Wien, 2010). Wesentlich jedoch sind die Annahmen, auf die sich die Analyse stützt, und die in der Zusammenfassung deutlich hervorgehoben werden.

## 2. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung basiert auf mehreren methodischen Ansätzen bzw. auf folgendem Ablauf:

1. Sammlung, Sichtung und Bewertung der vorhandenen Untersuchungen und Planungen für Schutzgebiete entlang der March-Thaya-Auen.
2. Informelle Gespräche mit Betroffenen vor Ort, vor allem aus (örtlichen) Unternehmen, Gemeinden, NGOs (Nicht-Regierungsorganisationen), Verwaltung, und Planungsbüros (inkl. Regionalmanagement).
3. Zwei regionalwirtschaftliche Arbeitskreistreffen („Au-Lounges“) vor Ort (Schloss Hof; Marchegg) zur Diskussion möglicher Entwicklungspfade und zur Abschätzung des Potenzials der zukünftigen Entwicklung insbesondere bezüglich des lokalen Angebots an Gütern sowie der Nachfrage im Bereich des Tourismus und lokaler Produkte.
4. Entwurf von Szenarien in drei groben Abstufungen (pessimistisch, realistisch, optimistisch)
  - a. auf Basis der möglichen Anzahl an Besucher/innen (Vergleich mit anderen Schutzgebieten sowie Schätzung der Anzahl an Besucher/innen anhand regionaler Untersuchungen);
  - b. mittels der möglichen Ausgaben, die mit einem Besucher/innen-Zentrum (einmalig zur Errichtung des Zentrums; jährlich) verbunden sind; sowie
  - c. anhand einer Auflistung möglicher zukünftiger Naturschutzprojekte auf Basis in der Vergangenheit durchgeführter bzw. laufender Projekte (z.B. Ländliche Entwicklung, europäische territoriale Zusammenarbeit SK-AT, EU-LIFE-Naturschutzprojekte).
5. Verbindung der entwickelten Szenarien mit möglichen Transaktionen (Besucher/innen, Einrichtung und Betrieb eines Besucher/innen-Zentrums, Naturschutzprojekte).
6. Zuordnung der möglichen (wertschöpfungsrelevanten) Ausgaben in den genannten Bereichen auf Gütergruppen der Endnachfrage gemäß der österreichischen Input-Output-Tabelle.
7. Verknüpfung der nach Gütergruppen zugeteilten Ausgaben mit entsprechenden Multiplikatoren für Wertschöpfung und Beschäftigung.
8. „Regionalisierung“ der ermittelten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte anhand vereinfachender Annahmen über die Abdeckung der entstehenden Nachfrage durch regionale Unternehmen.
9. Diskussion der Annahmen hinsichtlich des Wirksamwerdens der ermittelten regionalen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte.

Die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ermittelten (regionalen) Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte sind „Brutto-Effekte“, beziehen somit also mögliche gegenläufige Wirkungen aufgrund der Finanzierung der Ausgaben sowie des Entfalls alternativer Mittelverwendung in der österreichischen Volkswirtschaft nicht ein. Aus regionaler bzw. lokaler Sicht können diese Effekte jedoch auch als „Netto-Effekte“ (also als zusätzliche Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte) be-

trachtet werden, da Mittel aus unterschiedlichen (außerhalb der Region liegenden) Quellen in die Region fließen und somit zusätzliche Transaktionen darstellen.

Die ermittelten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte, die auf den Multiplikatoren der aktuellen Input-Output-Tabelle beruhen, werden in EUR bzw. in Personenjahren (VZÄ, Vollzeitäquivalente), jeweils laufend bzw. einmalig, gemessen.

### 3. Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen

#### 3.1 Tourismus

Die Wirkungen der Einrichtung von Schutzgebieten auf den Tourismus – als Grundlage zunächst insbesondere die Anzahl an Besucher/innen – sind selbst bei prominenten Schutzgebieten (z.B. Nationalparks) nicht leicht nachzuweisen. Eine Reihe von Annahmen muss zugrunde gelegt werden, um Wirkungen des Tourismus quantitativ zu belegen (vgl. Getzner, 2008). Andererseits zeigen auch jüngst veröffentlichte Studien immer wieder das große regionalwirtschaftliche Entwicklungspotenzial prominenter Schutzgebiete (z.B. Knaus, 2012).

Im vorliegenden Fall der Einrichtung eines Großschutzgebietes in den March-Thaya-Auen (bzw. der Einrichtung eines RAMSAR-Zentrums als Anlauf- und Informationsstelle des Gebiets) ist anzunehmen, dass – im Vergleich zu anderen (peripheren) Schutzgebieten – ein großes Einzugsgebiet (Wien und Ostösterreich, auch Bratislava) vorliegt.

Verschiedene Untersuchungen und Vergleiche mit anderen Schutzgebieten sowie den Erfahrungen mit Schloss Hof legen nahe, dass nach einer gewissen Anlaufzeit (3-5 Jahre) eine Anzahl an Besucher/innen von etwa 25.000 bis 40.000 dauerhaft erreicht werden könnte (WWF, 1998). Die Erreichung derartiger Besucherzahlen erfordert neben der Einrichtung eines Großschutzgebietes und/oder der Errichtung und Vermarktung eines Besucher/innen-Zentrums ein Mindestmaß an touristischer Infrastruktur in Verbindung mit verschiedenen regionalen und lokalen Angeboten (z.B. ÖAR, 2002). Dies bedeutet m.a.W., dass die Einrichtung eines Schutzgebietes oder die Schaffung von Infrastruktur im Sinne eines Besucher/innen-Zentrums *per se* noch nicht ausreichend ist, um die angesprochenen Besucherzahlen zu erreichen. Vielmehr bietet die Einrichtung eines Schutzgebietes eine Voraussetzung für die (parallele) Entwicklung von Angeboten einschließlich Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten sowie anderer touristischer Angebote (z.B. lokale Produkte, Einbeziehung anderer Attraktionen des Gebiets).

In der vorliegenden Untersuchung wird somit davon ausgegangen, dass lokale Unternehmen Angebote schaffen, damit je nach Szenarium 25.000 (pessimistisch), 35.000 (realistisch), bzw. 40.000 (optimistisch) Besucher/innen jährlich das Gebiet besuchen.

Diese Anzahl an Besucher/innen ist somit jeweils mit entsprechenden Ausgaben (in EUR) pro Tag zu verknüpfen. Auch wenn einige Betriebe Übernachtungsmöglichkeiten anbieten, so ist anzunehmen, dass der Großteil der Besucher/innen – auch aufgrund der Nähe zu Ballungsräumen – nur für einen Tagesausflug das Gebiet aufsucht (bzw. aufsuchen wird). Aus einer Untersuchung von Ecker et al. (2006) geht hervor, dass Besucher/innen bei Aktivitäten im Rahmen von Tagesausflügen in Niederösterreich etwa 20 EUR pro Person und Tag ausgeben (*Tabelle 1*). Dieser Wert wird auch der hier vorliegenden Untersuchung zugrundegelegt. Das ist insofern vorsichtig angenommen, als die Tagesausgaben in Großschutzgebieten bzw. bei vergleichbaren Angeboten üblicherweise wesentlich höher sind.

So rechnet Knaus (2012) mit etwa 25 bis 90 EUR pro Person und Tag. Die Untergrenze liegt dabei nur leicht über den o.g. 20 EUR zzgl. Inflationsanpassung (ca. 23 EUR).

*Tabelle 1: Ausgaben von Tagesbesucher/innen in Niederösterreich (in EUR pro Person und Tag)*

Ausgabenkategorie	Ausgaben
Eintrittspreise	5,00
Verpflegung	9,05
Sonstige Konsumausgaben	5,80
Summe	19,85
„Regionswirksame“ Ausgaben	12,78

Quelle: Ecker et al. (2006).

Die in *Tabelle 1* angeführten Ausgaben werden nunmehr auf einzelnen Kategorien der Endnachfrage (Güter) aufgeteilt. Es zeigt sich, dass die gesamte (regionale) Endnachfrage zwischen rund 500.000 und 800.000 EUR pro Jahr liegt (*Tabelle 2*). Die Aufteilung auf die Endnachfragekategorien erfolgt anhand der im Durchschnitt nachgefragten Güter.

*Tabelle 2: Ausgaben von Tagesbesucher/innen in Niederösterreich (in EUR pro Person und Tag, exkl. USt.)*

Güternachfrage	Nachfrage pro Person und Tag (in EUR)	Nachfrage (gesamt, in EUR), pes- simistisches Szenarium	Nachfrage (gesamt, in EUR), rea- listisches Szenarium	Nachfrage (gesamt, in EUR), opti- mistisches Szenarium
Erz.d. Landwirtschaft u. Jagd; damit verbundene DL	2,90	72.500	101.500	116.000
Beherbergungs- und Gastronomie-DL	9,05	226.250	316.750	362.000
DL der öffentl. Verwaltung, Verteidigung u. Sozialvers.	2,50	62.500	87.500	100.000
DL des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	2,50	62.500	87.500	100.000
Konsum privater Haushalte	2,90	72.500	101.500	116.000
Summe	19,85	496.250	694.750	794.000

Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Verknüpfung mit den Multiplikatoren ergibt nun unter Einbeziehung der indirekten Effekte (d.h. über betriebliche Vorleistungsverflechtungen) und sekundären Effekte (d.h. zusätzliche Konsumausgaben aufgrund zusätzlicher Erwerbseinkommen) die gesamten Wirkungen auf Wertschöpfung und Beschäftigung.

Für eine „Regionalisierung“ müssen wiederum Annahmen getroffen werden, um die gesamten Effekte als „regional“ zu deklarieren. Hierbei wird davon ausgegangen, dass die direkten Effekte vollständig (100%) auch die regionalen Effekte umfassen. Die indirekten Effekte werden zu einem Drittel (30%) als regionale Effekte erfasst, die sekundären zu einem Zehntel.

Unter diesen Annahmen ergeben sich insgesamt regionale Wertschöpfungseffekte von rund 260.00 bis 420.000 EUR pro Jahr, und Beschäftigungseffekte von rund 5 bis 8 Personenjahre (*Tabelle 3*).

*Tabelle 3: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen auf Basis der Ausgaben von Besucher/innen (pro Jahr)*

<i>Szenarium</i>	<i>Wertschöpfung (in EUR)</i>	<i>Beschäftigung (Personenjahre)</i>
Pessimistisches Szenarium	259.000	4,94
Realistisches Szenarium	361.000	6,91
Optimistisches Szenarium	415.000	7,90

Quelle: Eigene Berechnungen.

### 3.2 Errichtung und Betrieb eines Verwaltungs- und Besucher/innen-Zentrums

Die Errichtung eines Besucher/innen-Zentrums (RAMSAR-Zentrum) ist derzeit noch nicht in einem Planungsstadium, welches genauere Prognosen über die dazu notwendigen Ausgaben enthält. In den im Rahmen der vorliegenden Untersuchung geführten Gesprächen und im Rahmen der regionalwirtschaftlichen Arbeitskreise wurde überlegt, welche Ausgaben allenfalls mit einem RAMSAR-Zentrum verbunden wären.

Eine Annahme betreffend der Investitionsausgaben ergibt sich aus einer möglichen Größe des RAMSAR Zentrums mit Ausstellungsfläche, Verwaltungs- und Büroräumlichkeiten sowie Verkaufs- und Gastronomieflächen in Höhe von 900 m<sup>2</sup>. Aus dieser Größe und eventuell anfallenden, grob geschätzten Investitionskosten (von ca. 2.200 EUR/m<sup>2</sup>) wird im Folgenden angenommen, dass rund 2 Mio. EUR für die Errichtung samt aller Einrichtungen im realistischen (mittleren) Szenarium ausgegeben werden. Im pessimistischen bzw. optimistischen Szenarium werden die Investitionsausgaben um jeweils 30% reduziert bzw. angehoben. Zudem wird angenommen, dass 70% der Ausgaben für Baumaßnahmen im weiteren Sinn, und 30% für sonstige Ausgaben (öffentlicher Konsum) aufgewendet werden. Aus *Tabelle 4* geht hervor, dass im realistischen Szenarium mit einmaligen regionalen Wertschöpfungseffekten von etwa 1,1 Mio. EUR, und mit Beschäftigungseffekten von etwa 17 Personenjahren zu rechnen ist.

*Tabelle 4: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen aufgrund von einmaligen Investitionsausgaben*

<i>Szenarium</i>	<i>Wertschöpfung (in EUR)</i>	<i>Beschäftigung (Personenjahre)</i>
Pessimistisches Szenarium	760.000	11,58
Realistisches Szenarium	1.085.000	16,55
Optimistisches Szenarium	1.411.000	21,51

Quelle: Eigene Berechnungen.

Von den einmaligen Investitionsausgaben sind die laufenden Effekte zu unterscheiden, die sich über die Jahre entsprechend dem Budget kontinuierlich verändern. Die Ausgaben setzen sich aus Personalkosten des Besucher/innen-Zentrums, Wareneinsatz und Betriebskosten, sowie anderen Verwaltungs-



und Managementkosten zusammen. Ein Teil dieser Ausgaben wird durch Eintrittspreise und andere direkte Erlöse gedeckt. Sie sind in dieser Rechnung nicht mehr enthalten, da sie bereits im vorigen Kapitel unter den Ausgaben der Tagesbesucher berücksichtigt wurden.

Über diese direkten Rückflüsse hinaus wird angenommen, dass für den Betrieb eines RAMSAR-Zentrums (bzw. auch eines anderen Besucher/innen-Zentrums) pro Jahr (in Abhängigkeit von der Anzahl an Besucher/innen, siehe obige Größenordnungen) etwa 220.000 bis 235.000 EUR vom Betreiber ausgegeben werden (*Tabelle 5*).

*Tabelle 5: Ausgaben für den Betrieb eines Besucher/innen-Zentrums eines Schutzgebiets in den March-Thaya-Auen (in Tsd. EUR pro Jahr, DL = Dienstleistungen)*

<i>Güternachfrage</i>	<i>Nachfrage (gesamt, in EUR), pessimistisches Szenarium</i>	<i>Nachfrage (gesamt, in EUR), realistisches Szenarium</i>	<i>Nachfrage (gesamt, in EUR), optimistisches Szenarium</i>
DL des Verlagswesens	40	40	40
DL von Architektur- und Ingenieurbüros	25	25	25
DL der öffentl. Verwaltung, Verteidigung u. Sozialvers.	50	50	50
DL des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	105	115	120
Summe	220	230	235

Quelle: Eigene Berechnungen.

Aus diesen Ausgaben für die genannten Güter der Endverwendung ergeben sich wiederum eine Reihe von indirekten und sekundären Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten. Pro Jahr ist somit mit Effekten auf die regionale Wertschöpfung von rund 120.000 bis 128.000 EUR, und mit regionalen Beschäftigungseffekten von rund 2 Personenjahren zu rechnen. Die Ergebnisse im Detail zeigt *Tabelle 6*.

*Tabelle 6: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen aufgrund von laufenden Ausgaben für den Betrieb des Besucher/innen-Zentrums (pro Jahr)*

<i>Szenarium</i>	<i>Wertschöpfung (in EUR)</i>	<i>Beschäftigung (Personenjahre)</i>
Pessimistisches Szenarium	120.000	2,09
Realistisches Szenarium	126.000	2,19
Optimistisches Szenarium	128.000	2,24

Quelle: Eigene Berechnungen.

### 3.3 Naturschutz-Projekte

Die Einrichtung von Schutzgebieten kann nicht nur aufgrund der laufenden Ausgaben der Besucher/innen bzw. des Betriebs eines Besucher/innen-Zentrums regionalwirtschaftlich bedeutsam sein.

Schutzgebiete ermöglichen auch den Zugang zu verschiedenen Projektfinanzierungen vor allem im Bereich des Naturschutzes, aber auch der Regionalentwicklung und der touristischen Infrastruktur.

Eine informelle Auswertung des WWF und der Universität für Bodenkultur (WWF-BOKU, 2012) hat ergeben, dass für die laufenden Projekte im Bereich des Naturschutzes in der March-Thaya-Region derzeit ein gesamtes Projektvolumen von rund 7,4 Mio. EUR genehmigt wurde (für die Vorperioden siehe Kelemen-Finan et al., 2011). Die Projekte werden u.a. aus den Fonds für ländliche Entwicklung und europäische territoriale Zusammenarbeit SK-AT, finanziert, und stellen somit ebenfalls direkte Mittelzuflüsse in die Region dar. Allerdings ist bei diesen Ausgaben zu berücksichtigen, dass ein nicht unerheblicher Anteil der Ausgaben nur wenig regionswirksam wird, da die erforderlichen Leistungen nicht von Unternehmen in der Region erbracht werden können. Der Regionsanteil der direkten Ausgaben beträgt je nach Programmschiene und Projekt zwischen etwa 10% und 50%.

Im Folgenden wird angenommen, dass die Projekte auch in Zukunft durch die Einrichtung eines Großschutzgebiets gesichert bzw. weiter ausgebaut werden können. Im vorliegenden Bericht werden daher die Effekte auf Wertschöpfung und Beschäftigung nach Szenarien ausgewiesen, ohne dass sicher ist, dass es sich um zusätzliche Mittelzuflüsse handelt (allenfalls Sicherung von Wertschöpfung anstatt zusätzlicher Wertschöpfungseffekte). Auf Grundlage der Zusammenstellung von WWF-BOKU (2012) zeigt *Tabelle 7* die Größenordnung und die Aufteilung der Ausgaben in den erfassten Projekten zwischen 2010 und 2017. Demnach können die Ausgaben eine Größenordnung von etwa 230.000 bis 430.000 EUR (mit einem Wert von 330.000 EUR im realistischen Szenarium) annehmen..

*Tabelle 7: Ausgaben für Naturschutzprojekte in den March-Thaya-Auen (in EUR, Durchschnitt pro Jahr)*

<i>Güternachfrage</i>	<i>Ausgaben (gesamt, in EUR), pes- simistisches Szenarium</i>	<i>Ausgaben (gesamt, in EUR), rea- listisches Szenarium</i>	<i>Ausgaben (gesamt, in EUR), opti- mistisches Szenarium</i>
Planung	70.938	101.340	131.742
Flächensicherung (nicht nachfrage- und wertschöpfungs- relevant)	-	-	-
Naturraummanagement	78.638	112.340	146.042
Öffentlichkeitsarbeit	28.938	41.340	53.742
Allg. Kosten / Monitoring	52.976	75.680	98.384
Summe	231.490	330.700	429.910

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis WWF-BOKU, 2012.

Die Ausgaben für die Naturschutzprogramme werden wiederum auf Güterkategorien umgelegt, um die Multiplikatorwirkungen zu berechnen. *Tabelle 8* zeigt die Aufteilung der Ausgaben auf die Gütergruppen gemäß Input-Output-Tabelle.

*Tabelle 8: Ausgaben für zukünftige Naturschutzprojekte in den March-Thaya-Auen (in EUR pro Jahr)*

<i>Güternachfrage</i>	<i>Nachfrage (gesamt, in EUR), pes- simistisches Szenarium</i>	<i>Nachfrage (gesamt, in EUR), rea- listisches Szenarium</i>	<i>Nachfrage (gesamt, in EUR), opti- mistisches Szenarium</i>
DL des Verlagswesens	28.938	41.340	53.742
DL von Architektur- und Ingenieurbüros	74.788	106.840	138.892
Forschungs- und Entwicklungs-DL	35.469	50.670	65.871
DL der öffentl. Verwaltung, Verteidigung u. Sozialvers.	92.295	131.850	171.405
Summe	231.490	330.700	429.910

Quelle: Eigene Berechnungen.

*Tabelle 9* zeigt abschließend die geschätzten regionalisierten Wirkungen auf Wertschöpfung und Beschäftigung durch die laufenden (jährlichen) Ausgaben für Naturschutzprojekte in den March-Thaya-Auen. Vor Ort kann somit mit einem Beschäftigungseffekt von rund 2 bis 4 Personenjahren gerechnet werden.

*Tabelle 9: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen aufgrund von laufenden Ausgaben für Naturschutzprojekte (pro Jahr)*

<i>Szenarium</i>	<i>Wertschöp- fung (in EUR)</i>	<i>Beschäfti- gung (Per- sonenjahre)</i>
Pessimistisches Szenarium	134.000	2,12
Realistisches Szenarium	191.000	3,04
Optimistisches Szenarium	249.000	3,95

Quelle: Eigene Berechnungen.

## 4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Die Einrichtung eines Schutzgebiets bzw. die Errichtung eines Besucher/innen-Zentrums (z.B. RAMSAR-Zentrum) ist fast zwangsläufig mit regionalen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten verbunden, die im Wesentlichen aus drei Komponenten bestehen: (1) Tourismuseffekte, (2) Effekte aus dem Betrieb des Besucherzentrums selbst und (3) Effekte aus Naturschutzprojekten.

Durch die Finanzierung der Ausgaben durch öffentliche und private Haushalte außerhalb der Region erfolgt ein Mittelzufluss, der in vorliegender Studie pro Jahr (bei bis zu 40.000 Besucher/innen pro Jahr) auf etwa 1,3 Mio. EUR (im realistischen Szenarium) geschätzt wird (Bandbreite von rund 950.000 bis 1,5 Mio. EUR). Regional werden als Nachfrageimpuls hierbei etwas geringere Ausgaben wirksam, da einige Leistungen – insbesondere im Bereich der Naturschutzprojekte – nicht von lokalen Unternehmen erbracht werden können.

Die genannten laufenden Ausgaben führen – je nach Szenarium und den zugrunde liegenden Annahmen – vor Ort zu Wertschöpfungseffekten von rund 680.000 EUR (Bandbreite: 513.000 bis 792.000 EUR) (siehe *Tabelle 10* und *Abbildung 1*). Die korrespondierenden Beschäftigungseffekte betragen rund 12 Personenjahre (Bandbreite: 9,15 bis 14,09 Personenjahre) (siehe *Abbildung 2*). Die größte regionale Einkommensquelle sind hierbei jeweils die Ausgaben der Besucher/innen, die pro Tag und Person durchschnittlich rund 20 EUR (für Eintritt, Verpflegung und sonstige Konsumgüter) ausgeben.

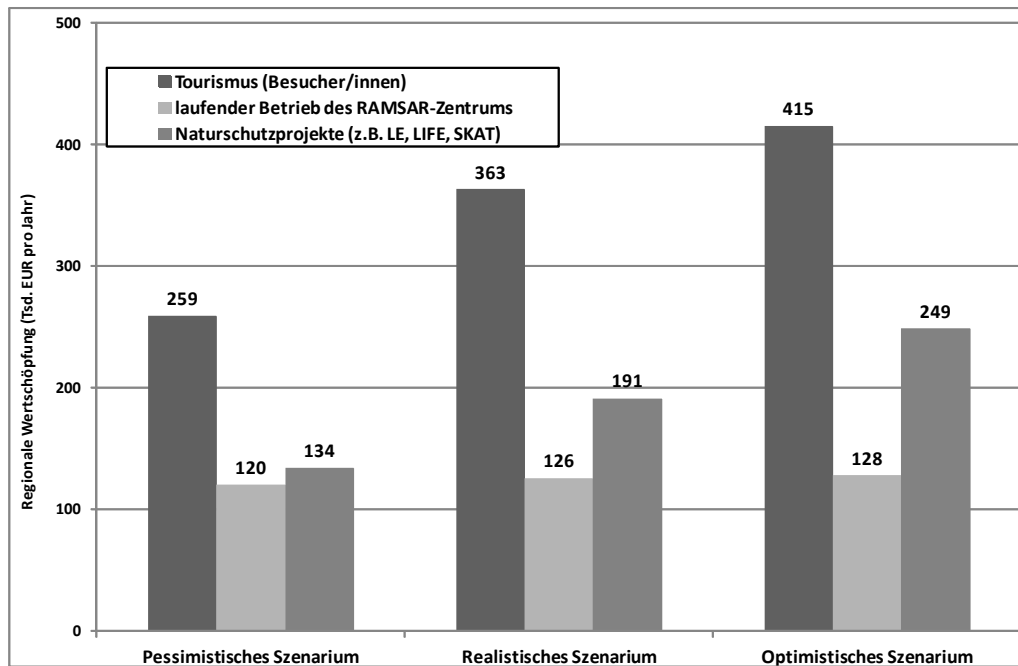
*Tabelle 10: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March/Thaya-Auen (pro Jahr)*

	<i>Pessimistisches Szenarium</i>		<i>Realistisches Szenarium</i>		<i>Optimistisches Szenarium</i>	
	<i>Wertschöpfung (in EUR)</i>	<i>Beschäftigung (Personenjahre)</i>	<i>Wertschöpfung (in EUR)</i>	<i>Beschäftigung (Personenjahre)</i>	<i>Wertschöpfung (in EUR)</i>	<i>Beschäftigung (Personenjahre)</i>
Tourismuseffekte (Ausgaben von Besucher/-innen)	259.000	4,94	361.000	6,91	415.000	7,90
Betrieb des Besucher/-innen-Zentrums	120.000	2,19	126.000	2,19	128.000	2,24
Naturschutzprojekte	134.000	2,12	191.000	3,04	249.000	3,95
<b>Summe</b>	<b>513.000</b>	<b>9,25</b>	<b>678.000</b>	<b>12,14</b>	<b>792.000</b>	<b>14,09</b>

Quelle: Eigene Berechnungen

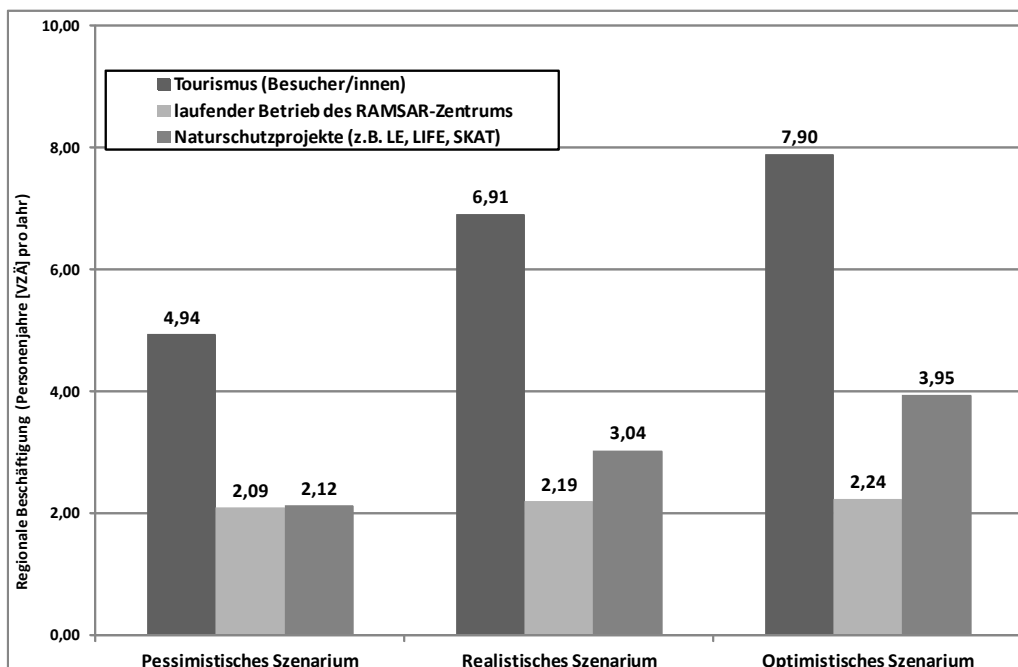
Neben diesen laufenden Ausgaben ist anzunehmen, dass auch die Errichtung des Besucher/innen-Zentrums (RAMSAR-Zentrum) inklusive Ausstellung und Gastronomie sowie weiterer Infrastrukturen zu entsprechenden Investitionsausgaben (grobe Schätzung: etwa 2 Mio. EUR), die einen einmaligen Effekt auf die regionale Wertschöpfung und Beschäftigung haben, führt.

Abbildung 1: Regionale Wertschöpfungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen (Tsd. EUR pro Jahr)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Abbildung 2: Regionale Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen (Tsd. EUR pro Jahr)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Ermittlung dieser Wirkungen auf die regionale Wertschöpfung und Beschäftigung basiert auf einigen groben Annahmen, vor allem bezüglich der Nutzung von Entwicklungschancen durch die lokale Wirtschaft. Die Einrichtung eines Schutzgebiets führt nur dann zu entsprechenden Effekten, wenn Unternehmen auch entsprechende Angebote für Besucher/innen (z.B. lokale Produkte und Dienstleistungen, Gastronomieleistungen) anbieten und auf diese Weise die Möglichkeiten zur Wertschöpfung durch Besucher/innen realisieren. In dieser Hinsicht bietet somit die Einrichtung eines Schutzgebiets mit einem Besucher/innen-Zentrum keinen „Automatismus“ für eine regionale Entwicklung. Voraussetzung für regionalwirtschaftliche Effekte von Schutzgebieten – unabhängig von der Kategorie – ist jedenfalls der entsprechende Mitteleinsatz in der Verwaltung, Betreuung und Vermarktung vor allem durch ortansässige Unternehmen.

Wesentliche Grundlage ist darüber hinaus, dass die regionalen Aktivitäten in ein entsprechendes Leitbild eingebunden wird, damit die Region als „interessante Destination“ wahrgenommen wird (Getzner et al., 2002).

Zusammenfassend lässt sich somit für die die Etablierung eines ambitionierten Schutzgebietskonzepts in den March-Thaya-Auen (insbesondere für die Errichtung eines Besucher/innen-Zentrums) festhalten:

- Die Einrichtung des Schutzgebiets ist mit positiven Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten verbunden; aufgrund der bereits bestehenden Schutzgebiete (z.B. Natura 2000, RAMSAR-Feuchtgebiet) ist nicht zu erwarten, dass die Ausweisung eines inhaltlich übergeordneten Schutzgebiets (z.B. Nationalpark, Biosphären-Reservat) wesentliche zusätzliche Einschränkungen erbringt.
- Die zusätzlichen regionalen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte sind in etwa mit den Effekten der Neuansiedlung eines Mittelbetriebs mit einer Beschäftigung von 12 Vollzeitstellen vergleichbar. Einschränkend muss hierbei hinzugefügt werden, dass bei einer Nachfrageerhöhung durch Ausgaben im Zuge der Einrichtung des Schutzgebiets zunächst derzeit unausgelastete Kapazitäten beschäftigt werden, bevor neue Arbeitsplätze entstehen.
- Die Realisierung der regionalen Wirkungen fußt auf der Einbindung der Schutzgebietsaktivitäten in eine übergeordnete regionale Strategie, sowie auf der proaktiven Gestaltung von regionalen Angeboten, die sodann auch von Besucher/innen genutzt werden können.
- In dem vorliegenden Bericht wird nicht im Detail darauf eingegangen, ob ein bzw. welches Großschutzgebiet in Zukunft in den March-Thaya-Auen eingerichtet werden soll. Beim derzeitigen Planungsstand ist eine weitere Detaillierung nicht möglich. Es ist jedoch anzunehmen, dass die einzelnen Schutzgebietskategorien – auch aufgrund der unterschiedlichen Einbeziehung der regionalen Entwicklung als Zielvorstellung und Politikfeld – unterschiedliche regionale Wirkungen entfalten.

## 5. Verzeichnisse

### 5.1 Quellenverzeichnis

Ecker, K., Freidl, C., Rind, A., Waldhör, K. (2006). Wertschöpfungsmessung im Tourismus (2006). Werkstattbericht Nr. 5 des Zentrums für Zukunftsstudien der Forschung Urstein GmbH, Fachhochschule Salzburg.

Getzner, M. (2008). Impacts of national parks on tourism flows: a Case Study from a Prominent Alpine National Park. *Economia delle Fonti di Energia e dell'Ambiente* 60 (3), 205-223.

Getzner, M., Jost, S., Jungmeier, M. (2002). Naturschutz und Regionalwirtschaft: Regionalwirtschaftliche Auswirkungen von Natura 2000-Schutzgebieten in Österreich. Peter Lang-Verlag, Frankfurt/Main, New York.

Kelemen-Finan, J., Wirth, V. (2011). Stakeholderbefragung im Rahmen des RAMSAR-SKAT Projektmoduls „Entwicklung einer grenzüberschreitenden Managementstrategie“. Universität für Bodenkultur, Wien.

Kelemen-Finan, J., Zuna-Kratky, T., Pröbstl, U. (2011). 15 Jahre Ramsar- und Natura 2000-Management in den March-Thaya-Auen: Haben Wachtelkönig und Co. profitiert? Evaluierung der Naturschutz-Strategie in den March-Thaya-Auen. *Wiss. Mitt. Niederösterr. Landesmuseum* 22, 343-312.

Knaus, F. (2012). Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Resultate einer umfassenden Gastebefragung. ETH Zurich und Biosphärenmanagement UBE, Schupfheim.

ÖAR (2002). Machbarkeitsstudie Trilateraler Biosphärenpark Moravien. Endbericht, ÖAR Regionalberatung in Kooperation mit FUTOUR und mecca environmental consulting, Wien/München.

Regional Environmental Center (1999). Strategien für die trilaterale March-Thaya-Region. REC, Bratislava.

Universität Wien (2010). Naturschutzfachliche Optionen für den Schutz und die Entwicklung der March-Thaya-Auen („Optionen“-Bericht). Studie des March-Thaya-(MARTHA)-Forum und des Departments of Conservation Biology, Vegetation Ecology and Landscape Ecology (Autoren: G. Loiskandl, G. Egger), WWF, Wien.

WWF (1998). Besuchereinrichtungen im Bereich des Naturreservates March-Auen. WWF, Wien.

WWF-BOKU (2012). Auswertung der derzeit laufenden Naturschutzprojekte im Gebiet der March-Thaya-Auen. Persönliche Kommunikation, Wien.

## 5.2 Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Regionale Wertschöpfungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen (Tsd. EUR pro Jahr).....</i>	14
<i>Abbildung 2: Regionale Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen (Tsd. EUR pro Jahr).....</i>	14

## 5.3 Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Ausgaben von Tagesbesucher/innen in Niederösterreich (in EUR pro Person und Tag).....</i>	8
<i>Tabelle 2: Ausgaben von Tagesbesucher/innen in Niederösterreich (in EUR pro Person und Tag, exkl. USt.).....</i>	8
<i>Tabelle 3: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen auf Basis der Ausgaben von Besucher/innen (pro Jahr).....</i>	9
<i>Tabelle 4: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen aufgrund von einmaligen Investitionsausgaben.....</i>	9
<i>Tabelle 5: Ausgaben für den Betrieb eines Besucher/innen-Zentrums eines Schutzgebiets in den March-Thaya-Auen (in Tsd. EUR pro Jahr, DL = Dienstleistungen).....</i>	10
<i>Tabelle 6: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen aufgrund von laufenden Ausgaben für den Betrieb des Besucher/innen-Zentrums (pro Jahr).....</i>	10
<i>Tabelle 7: Ausgaben für Naturschutzprojekte in den March-Thaya-Auen (in EUR, Durchschnitt pro Jahr).....</i>	11
<i>Tabelle 8: Ausgaben für zukünftige Naturschutzprojekte in den March-Thaya-Auen (in EUR pro Jahr).....</i>	12
<i>Tabelle 9: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March-Thaya-Auen aufgrund von laufenden Ausgaben für Naturschutzprojekte (pro Jahr).....</i>	12
<i>Tabelle 10: Regionalisierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch ein Schutzgebiet March/Thaya-Auen (pro Jahr).....</i>	13



# ZOBODAT - [www.zobodat.at](http://www.zobodat.at)

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [WWF Studien, Broschüren und sonstige Druckmedien](#)

Jahr/Year: 2012

Band/Volume: [16\\_2012](#)

Autor(en)/Author(s): Anonymus

Artikel/Article: [Regionalwirtschaftliche Effekte eines Schutzgebiets March-Thaya-Auen. 1-17](#)