

Unternehmen und der Nationalpark Schwarzwald

Ergebnisbericht einer Onlineerhebung
zur Affinität der umliegenden Unternehmen
zum Nationalpark Schwarzwald

August 2020

Inhalt

Zusammenfassung	3
Hintergrund und Motivation	4
Studiendesign	5
Analyse und Auswertung	6
Wie ausgeprägt ist die Affinität der Unternehmen zum Nationalpark Schwarzwald?	6
Wie gut können unternehmensspezifische Charakteristika und Einschätzungen zum Nutzen des Nationalparks das Antwortverhalten erklären?	6
Bivariate Korrelationsanalyse	7
Multiple lineare Regressionsanalyse	7
Wie begründen die Unternehmen selbst ihr Antwortverhalten zum Ausmaß der Affinität?	8
Diskussion und Ausblick	9
Literaturverzeichnis	10
Anhang 1	11
Anhang 2	19
Anhang 3	20
Anhang 4	21
Anhang 5	22
Anhang 6	23
Anhang 7	24
Anhang 8	27

Zusammenfassung

In einer Studie wurden zu Beginn der Entstehung des Nationalpark Schwarzwald die regionalökonomischen Wertschöpfungseffekte durch die Touristen untersucht (vgl. Kraus und Job 2015). Ergänzend dazu ist es das Ziel der nun vorliegenden Studie, dem Verhältnis von Nationalpark Schwarzwald und regionaler Wirtschaft umfassend nachzugehen. Dazu wurde ein Fragebogen entwickelt, den regionale Unternehmen ausfüllen konnten. Im Fragebogen wurde sowohl nach dem Grad der Zustimmung als auch nach dem Grad der Ablehnung zum Nationalpark Schwarzwald gefragt. Darüber hinaus bestand die Möglichkeiten der Freitexteingabe zur Erläuterung des eigenen Antwortverhaltens. Um weiteren Erklärungen des Antwortverhaltens nachzugehen, wurden zudem Selbsteinschätzungen zu unternehmensspezifischen Charakteristika, Einschätzungen zum Nutzen des Nationalparks für das Unternehmen und die Region sowie allgemeine Angaben zum Unternehmen abgefragt.

Mit Unterstützung der vier Industrie- und Handelskammern im Schwarzwald (Nordschwarzwald, Südlicher Oberrhein, Schwarzwald-Baar-Heuberg und Karlsruhe) konnten von November 2017 bis Januar 2018 durch eine Onlineumfrage insgesamt 108 ausgefüllte Fragebögen generiert werden.

Während gut 30% der Unternehmen die Einrichtung des Nationalparks vollumfänglich begrüßen, stehen ca. 10% der Unternehmen dem Nationalpark sehr ablehnend gegenüber. Interessant sind zudem die gut 20% "Unentschlossenen", die zur Zeit der Studiendurchführung die Frage zur Zustimmung zum Nationalpark Schwarzwald neutral beantworteten.

Aufgrund der Möglichkeit zur Freitexteingabe zeigte sich, dass ein ablehnendes Antwortverhalten vornehmlich mit einem höher zu erwartenden Verkehrsaufkommen und dem generellen Hinterfragen des Ausgebens von Steuergeldern für den Nationalpark Schwarzwald begründet wird. Zustimmendes Antwortverhalten begründen die Unternehmen häufig damit, dass zusätzliche Touristen auch ein zusätzliches Geschäft bedeuten. Diese Erwartung bezieht sich nicht nur auf Hotellerie und Gastronomie, sondern umfasst auch damit zusammenhängende Wirtschaftszweige, wie beispielsweise Handwerk, Bauindustrie und Einzelhandel. Darüber hinaus schreiben die antwortenden Unternehmen dem Nationalpark Schwarzwald zu, dass er zu einer Aufwertung der Region beiträgt und einzelne Unternehmen berichten, dass sie die Idee eines Nationalparks "Natur Natur sein lassen" sehr gut finden oder eine hohe Passung zur eigenen Unternehmensphilosophie sehen.

In dem multiplen Regressionsmodell zeigte sich kein signifikanter Einfluss der abgefragten unternehmensspezifischen Charakteristika auf den Grad der Zustimmung oder Ablehnung des Nationalparks durch die Unternehmen. Dafür lieferte die Einschätzung zum aktuellen allgemeinen Nutzen des Nationalparks für das Unternehmen mit über 50% einen recht hohen Erklärungswert für das Antwortverhalten zur Zustimmung oder Ablehnung des Nationalparks durch die Unternehmen. Einen weiteren signifikanten Erklärungswert trugen die Einschätzung zum wirtschaftlichen Nutzen für die Region sowie wie die Zugehörigkeit des Unternehmens zum Wirtschaftszweig "I - Gastgewerbe/ Beherbergung und Gastronomie" bei.

Herzlichen Dank zur Realisierung dieser Studie geht an die vier Industrie- und Handelskammern im Schwarzwald (Nordschwarzwald, Südlicher Oberrhein, Schwarzwald-Baar-Heuberg und Karlsruhe). Ohne die Unterstützung durch Versendung des Links zum Fragebogen an die Unternehmen in der Region, wäre die Möglichkeit zum Mitmachen an der Studie nicht so breit gegeben gewesen. Weiterer Dank gebührt Prof. Dr. Monika Bachinger (HS Rottenburg) für die Mitwirkung bei der Konzeption des Fragebogens und der Praktikantin Marike Hebrank, die bei der Auswertung der Daten und Erstellung des Berichtes unterstützte sowie einigen Kolleginnen und Kollegen für die konstruktive Begleitung dieses Projekts.

Hintergrund und Motivation

Großschutzgebiete wie der Nationalpark Schwarzwald sind immer auch Teil einer Region. In der sozioökonomischen Forschung dazu liegt der Fokus meist auf der Untersuchung von regionalökonomischen Effekten, die sich durch den Nationalparktourismus ergeben (Job et al. 2006, Job et al. 2016, Kraus und Job 2015).

Diese Studien fokussieren auf Wertschöpfungs- und Arbeitsplatzeffekte innerhalb der touristisch relevanten Branchen, indem das Reise- und Ausgabeverhalten der Nationalparkbesuchenden analysiert wird. Durch die inhaltliche und branchenspezifische Fokussierung dieser Studien werden nur Teilaspekte der Beziehung eines Nationalparks mit der regionalen Wirtschaft abgedeckt. Um ein umfassenderes Bild zu der Schnittstelle Nationalpark und regionale Wirtschaft zu bekommen, wurden deshalb für diese Studie Unternehmen vieler verschiedener Wirtschaftszweige befragt. Im Zentrum stehen dabei drei Fragen:

- 1) Wie ausgeprägt ist die Affinität der Unternehmen zum Nationalpark Schwarzwald?
- 2) Wie gut können unternehmensspezifische Charakteristika und Einschätzungen zum Nutzen des Nationalparks das Antwortverhalten erklären?
- 3) Wie begründen die Unternehmen selbst ihr Antwortverhalten zum Ausmaß der Affinität?

Bezüglich der Forschungsfrage 2) wurden im Hinblick auf die unternehmensspezifischen Charakteristika die Hypothesen H1-H7 und im Hinblick auf den Nutzen des Nationalparks die Hypothesen H8-H10 formuliert.

- H1: Je umweltfreundlicher und auf Nachhaltigkeit hin orientiert das Unternehmen ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen ein Naturschutzprojekt wie den Nationalpark Schwarzwald.
- H2: Je geschäftlich erfolgreicher ein Unternehmen ist, umso stärker wird der Nationalpark Schwarzwald befürwortet, weil man ihn "sich gesellschaftlich leisten" kann.
- H3: Je innovativer ein Unternehmen ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen etwas Neues wie den Nationalpark Schwarzwald.
- H4: Je innovativer ein Unternehmen ist, umso stärker wird der Nationalpark Schwarzwald abgelehnt, weil die für den Nationalpark Schwarzwald aufgewendeten Steuergelder beispielsweise besser in Infrastrukturmaßnahmen und Digitalanschlüsse angelegt wären.
- H5: Je höher die Bedeutung von Qualität für ein Unternehmen ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen den Nationalpark Schwarzwald, weil damit ebenfalls ein hohes Qualitätsversprechen einhergeht.
- H6: Je überregionaler bzw. internationaler ein Unternehmen ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen den Nationalpark Schwarzwald, weil "Nationalpark" eine überregional bzw. international bekannte und positiv assoziierte Marke ist.
- H7: Je höher die Bedeutung von Mitarbeitenden in dem Unternehmen ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen den Nationalpark Schwarzwald, weil der Nationalpark von den Mitarbeitenden in deren Freizeit zur Erholung genutzt werden kann.
- H8: Je nützlicher der Nationalpark für ein Unternehmen aktuell ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen den Nationalpark Schwarzwald.
- H9: Je nützlicher der Nationalpark für ein Unternehmen in fünf Jahren erwartet wird, umso stärker befürwortet das Unternehmen den Nationalpark Schwarzwald.
- H10: Je nützlicher der Nationalpark für die Region ist, umso stärker befürwortet das Unternehmen (als Teil der Region) den Nationalpark Schwarzwald.

Diese Studie trägt somit dazu bei, einen zusätzlichen und tieferen Einblick in die Beziehung des Nationalparks Schwarzwald und der umliegenden Unternehmen zu bekommen. Dies ist aus zwei Gründen relevant. Erstens liefert die Studie Ansatzpunkte und Einblicke, die für das weitere Nationalparkmanagement und die Beziehungsgestaltung hin zu den umliegenden Unternehmen eingesetzt werden können. Zweitens ermöglicht die Studie als Basiserhebung den Vergleich mit zukünftigen Studien, so dass die Entwicklung über die Zeit abgebildet werden kann.

Studiendesign

Als Erhebungsinstrument wurde innerhalb der Nationalparkverwaltung ein Fragebogen mit quantitativen und qualitativen Elementen entwickelt. Dieser Entwurf wurde mit Vertretern der Industrie- und Handelskammer und der Hochschule Rottenburg diskutiert und entsprechend der Anmerkungen überarbeitet (siehe die finale Version in Anhang 1).

Die Datenerhebung erfolgte online über einen anonym auszufüllenden Fragebogen. In Absprache mit den vier Industrie- und Handelskammern im Schwarzwald (Nordschwarzwald, Südlicher Oberrhein, Schwarzwald-Baar-Heuberg und Karlsruhe) leiteten diese das Anschreiben mit dem Link zur Umfrage an alle in ihrer jeweiligen Datenbank befindlichen Unternehmen weiter, die a) ihr generelles Einverständnis zur Kontaktaufnahme gaben, b) deren Emailadresse vorlag und c) deren angegebene Postleitzahl eine Gemarkung mit maximal 25 km zur Nationalparkgrenze abbildet.

Im Fragebogen wurde den Unternehmen Aussagen vorgelegt, die diese auf einer siebenstufigen Likert-Skala von 1 (Stimme überhaupt nicht zu) bis 7 (Stimme voll und ganz zu) beantworteten. Zur Beantwortung der Forschungsfrage 1) "Wie ausgeprägt ist die Affinität der Unternehmen zum Nationalpark Schwarzwald?" werden die Aussagen zur Zustimmung und Ablehnung vom Nationalpark deskriptiv ausgewertet.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage 2) "Wie gut können unternehmensspezifische Charakteristika und Einschätzungen zum Nutzen des Nationalparks das Antwortverhalten erklären?" wurden jeweils zwei Aussagen gleichwertig zu einer inhaltlichen Variable zusammengeführt (siehe Anhang 2 zur Formulierung der Aussagen und daraus die Bildung der Variablen). Je nach Formulierung der Aussagen wurden die Werte einfach addiert (gleichläufige Formulierung) oder transformiert und dann addiert (gegenläufige Formulierung), so dass Variablenwerte zwischen 2 und 14 entstehen konnten. Darüber hinaus wurde die Zuordnung zum Wirtschaftszweig (nach NACE Rev.2) und die Größe des Unternehmens anhand von Umsatz und Mitarbeiteranzahl sowie Eigentümerstruktur und Standort des Unternehmens abgefragt. Im Rahmen der Auswertung mit SPSS wurden zuerst die jeweiligen bivariaten Korrelationsanalysen zwischen der Affinität zum Nationalpark und den verschiedenen Einschätzungen des Unternehmens dargestellt. Im Anschluss wurden die dort festgestellten signifikanten Einflussgrößen abschließend in einer multiplen linearen Regressionsanalyse zusammen betrachtet. Zur finalen Modellbestimmung wurde eine schrittweise Selektion (Kriterium: Wahrscheinlichkeit von F-Wert für Aufnahme $\leq 0,05$) gewählt.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage 3) "Wie begründen die Unternehmen selbst ihr Antwortverhalten zum Ausmaß der Affinität?", wurde den Unternehmen die Möglichkeit gegeben verbal auszuführen worin sich die Zustimmung oder Ablehnung zum Nationalpark Schwarzwald begründet.

Der Erhebungszeitraum war von November 2017 bis Januar 2018 mit einer Erinnerung per E-Mail Anfang 2018. Insgesamt wurden 3869 Unternehmen angeschrieben, wovon 108 den Fragebogen

vollständig ausfüllten¹ (Rücklaufquote: 2,8 %). Eine solch niedrige Rücklaufquote ist bei diesem Verfahren zwar nicht unüblich, schränkt aber die Übertragbarkeit der Aussagen von den antwortenden Unternehmen auf alle angeschriebenen Unternehmen stark ein.

Analyse und Auswertung

Die Analyse des quantitativen Teils erfolgte mit dem Programm SPSS, in die jeder ausgefüllte Fragebogen gleichgewichtet einging. Für den qualitativen Teil, d.h. die verbalen Begründungen und Ausführungen zum quantitativen Antwortverhalten, wurde aufgrund des geringen Volumens auf den Einbezug einer spezifischen Software verzichtet und stattdessen die Begründungen in Excel zusammengestellt.

Wie ausgeprägt ist die Affinität der Unternehmen zum Nationalpark Schwarzwald?

Die Abbildung 1 und die Abbildung 2 zeigen das jeweilige Antwortverhalten der Unternehmen. Aus Abbildung 1 lässt sich entnehmen, dass ca. 1/3 der antwortenden Unternehmen den Nationalparks vollumfänglich begrüßen. Dies ist ungefähr doppelt so viel, wie diejenigen Unternehmen, die der Einrichtung des Nationalparks überhaupt nicht zustimmen. Zudem sind gut 20% der Unternehmen unentschieden in der neutralen Mitte. Abbildung 2 lässt sich entnehmen, dass fast 2/3 der befragten Unternehmen eine Ablehnung vehement abstreiten und ungefähr 10% der Unternehmen sich klar ablehnend geäußert haben. Insgesamt lässt sich also ein eher positives und zustimmendes Bild der befragten Unternehmen zeichnen.

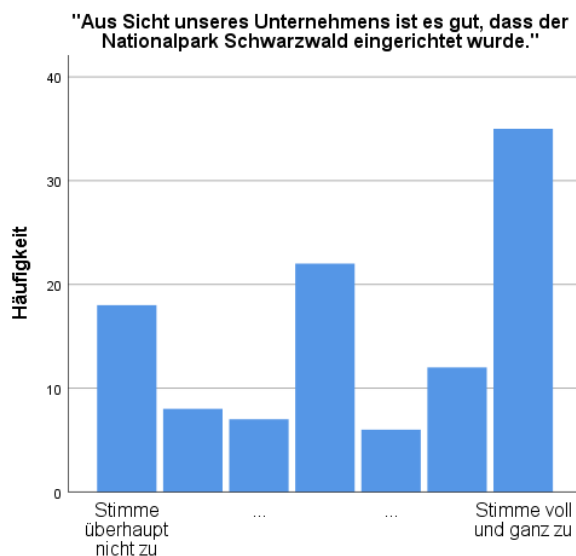


Abbildung 1: Häufigkeiten Zustimmung zum Nationalpark Schwarzwald (n=108).

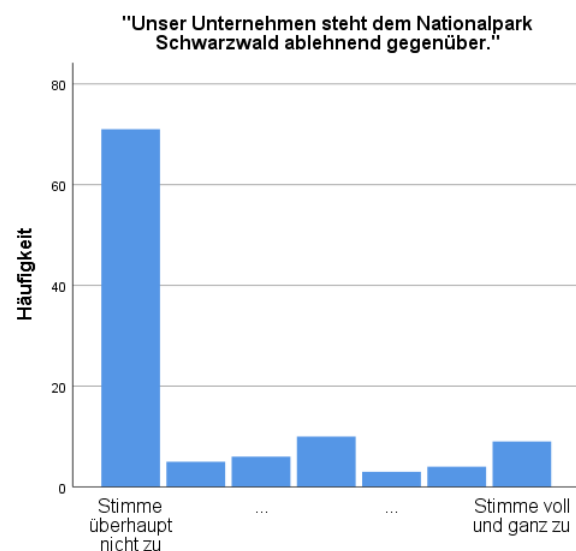


Abbildung 2: Häufigkeiten Ablehnung zum Nationalpark Schwarzwald (n=108).

Wie gut können unternehmensspezifische Charakteristika und Einschätzungen zum Nutzen des Nationalparks das Antwortverhalten erklären?

Wie oben schon dargestellt erfolgen hier zuerst bivariate Korrelationsanalysen zwischen der Affinität zum Nationalpark Schwarzwald und den verschiedenen Einschätzungen des Unternehmens. Im Anschluss wird dann mit den bivariat signifikanten Einflussgrößen eine multiple lineare Regressionsanalyse durchgeführt.

¹ Siehe Anhang 3 für eine Darstellung der rückmeldenden Unternehmen im Hinblick auf Wirtschaftszweig, Umsatz, Anzahl Mitarbeitende, Eigentümerstruktur sowie der Stellung der antwortenden Person.

Bivariate Korrelationsanalyse

Im Hinblick auf die unternehmensspezifischen Charakteristika zeigte einzig die "Bedeutung von Umwelt und Nachhaltigkeit" (H1) einen signifikanten Zusammenhang zur Affinität zum Nationalpark ($r = 0,269$, $p < 0.01$). Alle weiteren Aspekte wie "Geschäftlicher Erfolg" (H2), "Bedeutung von Innovation" (H3, H4), "Bedeutung von Qualität" (H5), "Grad an Überregionalität" (H6) und "Bedeutung von Mitarbeitenden" (H7) zeigten keinen signifikanten Zusammenhang zur Affinität zum Nationalpark.²

Im Hinblick auf die Einschätzungen zum Nutzen des Nationalparks zeigten sowohl "Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell" (H8) mit $r = 0,757$ bei $p < 0.01$, "Allgemeiner Nutzen für Unternehmen in 5 Jahren" (H9) mit $r = 0,744$ bei $p = 0.01$ und "Wirtschaftlicher Nutzen für die Region" (H10) mit $r = 0,710$ bei $p = 0.01$ eine deutlich positive signifikante Korrelation zur Affinität Nationalpark. Je höher also die Einschätzung des Nutzens durch den Nationalpark Schwarzwald, desto deutlicher die Affinität zum Nationalpark Schwarzwald.³

In Bezug auf die Zugehörigkeit zu einem Wirtschaftszweig zeigt sich nur bei den Wirtschaftszweigen "C - Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren" mit $r = -0,199$ bei $p < 0.05$ und "I – Gastgewerbe / Beherbergung und Gastronomie" mit $r = 0,248$ bei $p = 0.01$ eine signifikante Korrelation zur Affinität Nationalpark. Bezüglich der Größe des antwortenden Unternehmens zeigt sich, dass weder die Höhe des Umsatzes noch die Anzahl der Mitarbeitenden eine signifikante Korrelation zur Affinität Nationalpark aufweisen. Im Hinblick auf die Eigentümerstruktur zeigt sich, dass bei Eigentümer-Unternehmen (also die Einheit von Eigentum und Geschäftsführung in einer Person) mit $r = 0,208$ bei $p < 0.05$ und bei Familienunternehmen (also, dass Eigentum und Geschäftsführung von einer Familie dominiert wird) mit $r = -0,280$ bei $p < 0.01$ eine signifikante Korrelation zur Affinität Nationalpark gegeben ist.⁴

Multiple lineare Regressionsanalyse

In den vorangegangenen Abschnitten wurden lineare Zusammenhänge von einzelnen Faktoren auf die Affinität zum Nationalpark (gemessen durch Zustimmung und Ablehnung) abgeprüft. Nun stellt sich die Frage, ob diese Zusammenhänge auch ihre Signifikanz erhalten, sofern man die einzelnen Faktoren simultan in einem multiplen Regressionsmodell betrachtet.

In dieser Zusammenschau zeigt sich, dass nun nur "Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell" mit $p < 0.01$, "Wirtschaftlicher Nutzen für die Region" mit $p < 0.01$ und "Wirtschaftszweig I - Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie" mit $p < 0,05$ signifikant bleiben. Im Gegensatz dazu verlieren "Bedeutung von Umwelt und Nachhaltigkeit", "Allgemeiner Nutzen für Unternehmen in 5 Jahren", "Wirtschaftszweig C - Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren" sowie "Eigentümer-Unternehmen" und "Familienunternehmen" ihre Signifikanz. Nach der Modellbildung durch schrittweise Selektion zeigt sich, dass alleine durch den Einschluss der unabhängigen Variable "Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell" über die Hälfte der Varianz der abhängigen Variable "Affinität Nationalpark" erklärt werden kann (Modell 1: $R^2=0,573$; Korrigiertes $R^2=0,569$). Durch die weitere Aufnahme der Variable "Wirtschaftlicher Nutzen für die Region" und der Zugehörigkeit zum "Wirtschaftszweig I - Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie" steigt der Erklärungswert der Varianz der abhängigen Variablen "Affinität Nationalpark" auf über zwei Drittel an (Modell 3: $R^2=0,683$; Korrigiertes $R^2=0,674$).⁵

² Eine Übersicht zu den Ergebnissen der bivariaten Korrelationsanalyse findet sich in Anhang 4.

³ Eine Übersicht zu den Ergebnissen der bivariaten Korrelationsanalyse findet sich in Anhang 4.

⁴ Eine Übersicht zu den Ergebnissen der bivariaten Korrelationsanalyse findet sich in Anhang 5.

⁵ Für eine detailliertere Übersicht der multiplen linearen Regressionsanalyse und der Modellbildung durch schrittweise Selektion siehe Anhang 6.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass von den eingangs formulierten Hypothesen in einem multiplen Regressionsmodell nur die Hypothesen zum Nutzen für das Unternehmen aktuell und dem wirtschaftlichen Nutzen für die Region bestätigt werden konnten (siehe Abbildung 3).

Hypothese	Faktor	Signifikanz bivariat	Signifikanz multipel
H1	Bedeutung von Umwelt und Nachhaltigkeit (+)	Ja	Nein
H2	Geschäftlicher Erfolg (+)	Nein	Nein
H3	Bedeutung von Innovation (+)	Nein	Nein
H4	Bedeutung von Innovation (-)	Nein	Nein
H5	Bedeutung von Qualität (+)	Nein	Nein
H6	Grad an Überregionalität (+)	Nein	Nein
H7	Bedeutung von Mitarbeitenden (+)	Nein	Nein
H8	Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell (+)	Ja	Ja
H9	Allgemeiner Nutzen für Unternehmen in 5 Jahren (+)	Ja	Nein
H10	Wirtschaftlicher Nutzen für die Region (+)	Ja	Ja

Abbildung 3: Zusammenfassung der Ergebnisse bivariater Korrelationsanalysen und der finalen multiplen linearen Regressionsanalyse zur Erklärung der Affinität (Zustimmung und Ablehnung) zum Nationalpark Schwarzwald.

Wie begründen die Unternehmen selbst ihr Antwortverhalten zum Ausmaß der Affinität?

Insgesamt gaben 65 von 108 Unternehmen mindestens eine Begründung zur Zustimmung oder Ablehnung ab. Für Zustimmung sorgten dabei vor allem folgende Argumente:

- Der Nationalpark wertet das touristische Angebot auf und so kommen mehr Touristen, die Umsatz bringen (inkl. touristisch induzierte Investitionen, z.B. Bau/Infrastruktur).
- Der Nationalpark erhöht die Bekanntheit und Attraktivität der Region (auch als Arbeitsstandort).
- Naturschutz ist ein wichtiges Anliegen, welches im Nationalpark umgesetzt wird und gegebenenfalls sogar zur Unternehmensphilosophie passt.

Für Ablehnung sorgten vor allem folgende Argumente:

- Wenn mehr Besuchende kommen, wird eine angespanntere Verkehrssituation befürchtet.
- Es ist unnötig Steuergeld für den Nationalpark auszugeben.

Darüber hinaus erklärten auch viele Antwortende ihr neutrales Abstimmungsverhalten damit, dass keinerlei Auswirkungen zu spüren sind bzw. die Berührungspunkte fehlen und somit der Nationalpark weder positive noch negative Bedeutung für das Unternehmen hätte.⁶ Ein ähnliches Bild zeigte sich auch bei den weiteren Möglichkeiten, in denen die Unternehmen ihr Antwortverhalten begründen konnten. Insgesamt führten 51 von 108 Unternehmen mindestens eine Begründung an, inwieweit der Nationalpark nützlich ist oder nicht.⁷

⁶ Siehe Anhang 7 für die Zusammenstellung aller geäußerten Begründungen zum Antwortverhalten auf die Aussagen "Aus Sicht unseres Unternehmens ist es gut, dass der Nationalpark Schwarzwald eingerichtet wurde." und "Unser Unternehmen steht dem Nationalpark Schwarzwald ablehnend gegenüber."

⁷ Siehe Anhang 8 für die Zusammenstellung aller geäußerten Begründungen zum Antwortverhalten auf die Aussagen "Aktuell profitiert unser Unternehmen davon, dass es den Nationalpark Schwarzwald gibt.", "Aktuell beeinträchtigt es unser Unternehmen negativ, dass es den Nationalpark Schwarzwald gibt.", "Unser Unternehmen wird in den kommenden fünf Jahren wahrscheinlich vom Nationalpark Schwarzwald profitieren.", "Unser Unternehmen wird in den kommenden fünf Jahren vom Nationalpark Schwarzwald wahrscheinlich negativ beeinträchtigt werden.", "Durch den Nationalpark Schwarzwald gibt es positive Impulse"

Diskussion und Ausblick

Die Ergebnisse dieser Studie weisen darauf hin, dass die antwortenden Unternehmen dem Nationalpark Schwarzwald eher zustimmend als ablehnend gegenüberstehen. Zudem gibt es noch gut 20% "Unentschlossene", die zum Zeitpunkt der Studiendurchführung die Frage nach der Zustimmung zum Nationalpark Schwarzwald neutral beantworteten.

Durch die multiple Regressionsanalyse konnte gezeigt werden, dass Unternehmen den Nationalpark umso besser finden je größer der Nutzen ist, den der Nationalpark dem Unternehmen bzw. der Region stiftet. Dass dabei die größten Effekte im Tourismus auftreten, zeigte sich daran, dass Unternehmen mit der Zugehörigkeit zum Wirtschaftszweig "I - Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie" den Nationalpark signifikant positiver einschätzen als Unternehmen mit Zugehörigkeit zu einem anderen Wirtschaftszweig. Insgesamt können durch diese Faktoren 2/3 der Varianz im Antwortverhalten zur Zustimmung und Ablehnung zum Nationalpark Schwarzwald erklärt werden. Überraschenderweise trug der Grad der Bedeutung von Umwelt und Nachhaltigkeit für die eigene Unternehmertätigkeit nicht zur Erklärung der Affinität zum Nationalpark bei. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass der Nationalpark Schwarzwald bei Unternehmen eher als ein "Tourismusprojekt", denn als ein "Naturschutzprojekt" wahrgenommen wird.

Die geäußerten Begründungen zur Erklärung des Antwortverhaltens weisen darauf hin, dass angezweifelt wird, ob es sinnvoll sei Steuergelder für den Nationalpark Schwarzwald auszugeben. Begründet werden können diese Bedenken vielleicht unter anderem damit, dass der Naturschutz als die Hauptaufgabe des Nationalparks nicht unmittelbar für ein Unternehmen ökonomisch zu verwerten ist, sondern eher auf dem gesellschaftlichen Konsens zur Sinnhaftigkeit von Naturschutz beruht. Zudem bestehen Bedenken bezüglich eines steigenden Verkehrsaufkommens. Hier wird unter anderem die Arbeit im Rahmen des Verkehrskonzeptes in den nächsten Jahren zeigen, in welchem Ausmaß der Umstieg vom Individualverkehr auf den öffentlichen Verkehr gelingt und inwieweit zusätzliche öffentliche Angebote auch für die Unternehmen und deren Mitarbeitende von Vorteil sein werden.

Vereinzelte Unternehmen berichteten, dass sie die Idee eines Nationalparks "Natur Natur sein lassen" sehr gut finden oder eine hohe Passung zur Unternehmensphilosophie sehen. Noch ausgeprägter ist der Gedanke, dass mit dem Nationalpark Schwarzwald eine Aufwertung der Region verbunden wird. Gerade diese Aspekte der Aufwertung der Region sowie die Passung zur Unternehmensphilosophie sind als Ergänzung zu schon bekannten monetären Effekten, wie den tourismusinduzierten Wertschöpfungseffekten (Job et al. 2006, Job et al. 2016), anzusehen. Hier bleibt spannend zu sehen, ob sich im Laufe der Jahre die Relevanz des Nationalparks in unterschiedlichen Branchen zeigen wird und nicht nur auf spezifische Branchen, wie Tourismus beziehungsweise tourismusinduziert (z.B. Handwerk, Bauindustrie und Einzelhandel), begrenzt ist. Ein Anknüpfungspunkt dafür könnte der Nationalpark Schwarzwald als weicher Standortfaktor bei der Anwerbung von Fachkräften sein. Dies zeigte sich jedoch nicht in der aktuellen Studie und wird wohl - wenn überhaupt - nur ein sehr geringer Faktor sein. Nichtsdestotrotz bietet die Qualität des Naturerlebnisses im Nationalpark und der für die Bevölkerung offenen stehenden Veranstaltungen eine gute Möglichkeit das Leben der aktuellen und anzuwerbenden Mitarbeitenden in den Unternehmen zu bereichern.

Eine Verallgemeinerung dieser Ergebnisse von den antwortenden Unternehmen auf alle angeschriebenen Unternehmen ist aufgrund der gewählten Methodik und der geringen Rücklaufquote leider nicht möglich. Allerdings trägt diese Studie dazu bei, ein Stimmungsbild der umliegenden Unternehmen über den Nationalpark Schwarzwald einzufangen. Dieses Stimmungsbild ist nicht nur

für die wirtschaftliche Entwicklung in der Region" und "Der Nationalpark Schwarzwald beeinträchtigt nachteilig die wirtschaftliche Entwicklung in der Region."

auf Wertschöpfung und Arbeitsplätze beschränkt und ließ Unternehmen aus einer Vielzahl von Wirtschaftszweigen zu Wort kommen, da nicht nur die touristischen bzw. vom Tourismus profitierenden Unternehmen befragt wurden. Im Hinblick auf zukünftige Erhebungen bleibt spannend zu sehen, ob die Ergebnisse sich reproduzieren lassen oder verändern und Faktoren bzw. auch Argumente und Begründungen wegfallen bzw. dazukommen.

Literaturverzeichnis

- Job H., Harrer B. et al. (2006): Ökonomische Effekte von Großschutzgebieten – Leitfaden zur Erfassung der regionalwirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus in Großschutzgebieten. BfN-Skript 151. Bundesamt für Naturschutz, Bonn.
- Job H., Merlin C. et al (2016): Regionalwirtschaftliche Effekte durch Naturtourismus in deutschen Nationalparks als Beitrag zum Integrativen Monitoring-Programm für Großschutzgebiete. BfN-Skript 431. Bundesamt für Naturschutz, Bonn.
- Kraus F. & Job H. (2015): Regionalökonomische Effekte des Tourismus im Nationalpark Schwarzwald. München.

Anhang 1

Inwiefern kennen Sie den seit 2014 bestehenden Nationalpark Schwarzwald (und nicht den schon seit über 10 Jahren bestehenden Naturpark Schwarzwald)?

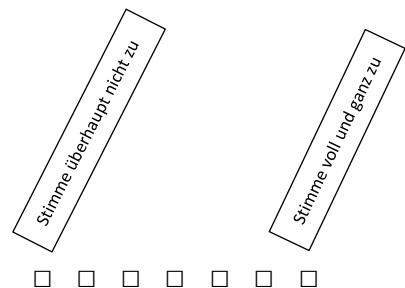
- ... habe ich schon mal besucht
- ... kenne ich aus Veranstaltungen
- ... kenne ich aus der Presse
- ... kenne ich aus Erzählungen
- ... kenne ich durch private Kontakte
- ... kenne ich aus beruflichen Gründen
- ... kenne ich nur dem Namen nach
- ... ist mir unbekannt
- ... Sonstiges: _____

*Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen nun als Vertreter*in Ihres Unternehmens.*

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Aus Sicht unseres Unternehmens ist es gut, dass der Nationalpark Schwarzwald eingerichtet wurde.

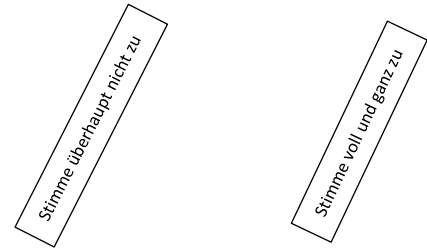
Begründung: _____



Unser Unternehmen steht dem Nationalpark Schwarzwald ablehnend gegenüber.

Begründung: _____

Inwieweit trifft Folgendes auf Ihr Unternehmen zu?



Umwelt- und Naturschutz haben in unserem Unternehmen einen hohen Stellenwert (z.B. in der Strategie, Unternehmenskultur, Produktentwicklung, Prozessgestaltung).

Die Umweltdimension von Nachhaltigkeit ist wichtig in unserem Unternehmen.

Unserem Unternehmen geht es wirtschaftlich gesehen gut.

Unser Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen.

In unserem Unternehmen haben Innovationen einen hohen Stellenwert (z.B. in der Strategie, Unternehmenskultur, Produktentwicklung, Prozessgestaltung).

Produkte, die jünger als zwei Jahre sind, haben einen bedeutenden Anteil an unserem Umsatz.

Inwieweit trifft Folgendes auf Ihr Unternehmen zu?

Unsere Produkte differenzieren sich im Wettbewerb über die Qualität.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Unsere Unternehmensprozesse werden systematisch auf Verbesserungsmöglichkeiten überprüft.

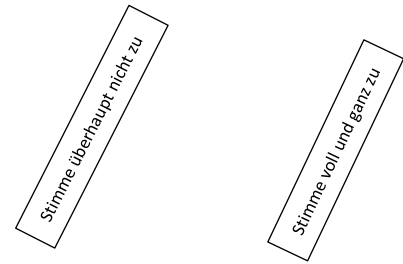
Der Großteil unserer Kunden ist international.

In unserem Unternehmen rekrutieren wir Mitarbeiter überregional.

Aus- und Weiterbildung haben in unserem Unternehmen einen hohen Stellenwert.

Die Mitarbeiter sind der größte Asset unseres Unternehmens.

Inwieweit trifft Folgendes auf Ihr Unternehmen zu?



Aktuell profitiert unser Unternehmen davon, dass es den Nationalpark Schwarzwald gibt.

Erläuterung: _____

Aktuell beeinträchtigt es unser Unternehmen negativ, dass es den Nationalpark Schwarzwald gibt.

Erläuterung: _____

Aktuell nutzen wir den Nationalpark Schwarzwald als Standortargument um Mitarbeiter anzuwerben.

Aktuell ist der Nationalpark Schwarzwald für die Markenbildung unseres Unternehmens von Bedeutung.

Unser Unternehmen wird in den kommenden fünf Jahren wahrscheinlich vom Nationalpark Schwarzwald profitieren.

Erläuterung: _____

Unser Unternehmen wird in den kommenden fünf Jahren vom Nationalpark Schwarzwald wahrscheinlich negativ beeinträchtigt werden.

Erläuterung: _____

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Durch den Nationalpark Schwarzwald gibt es positive Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung in der Region.

Begründung: _____

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Der Nationalpark Schwarzwald beeinträchtigt nachteilig die wirtschaftliche Entwicklung in der Region.

Begründung: _____

Unabhängig von den wirtschaftlichen Effekten ist der Nationalpark Schwarzwald wichtig für die Region.

Unser Unternehmen ist folgendem Wirtschaftszweig zuzuordnen (NACE Rev.2):

- ... A - Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
- ... B - Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
- ... C - Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren
- ... D - Energieversorgung
- ... E - Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen
- ... F - Baugewerbe/Bau
- ... G - Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
- ... H - Verkehr und Lagerei
- ... I - Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie
- ... J - Information und Kommunikation
- ... K - Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen
- ... L - Grundstücks- und Wohnungswesen
- ... M - Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen ... Dienstleistungen
- ... N - Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen
- ... O - Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung
- ... P - Erziehung und Unterricht
- ... Q - Gesundheits- und Sozialwesen
- ... R - Kunst, Unterhaltung und Erholung
- ... S - Erbringung von sonstigen Dienstleistungen
- ... T- Private Haushalte mit Hauspersonal; Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt
- ... U - Extraterritoriale Organisationen und Körperschaften

Der Gesamtumsatz unseres Unternehmens im letzten Geschäftsjahr war:

- ... < 500.000 €
- ... 500.000 - 1 Mio €
- ... 1 – 5 Mio €
- ... 5 – 10 Mio €
- ... 10 – 50 Mio €
- ... > 50 Mio €

Die Anzahl aller Mitarbeiter*innen in unserem Unternehmen im letzten Geschäftsjahr betrug:

- ... < 4
- ... 4 - 20
- ... 20 - 50
- ... 50 - 250
- ... 250 - 1000
- ... > 1000

In Bezug auf Eigentümerstruktur und Geschäftsführung passt auf unser Unternehmen am besten:

- ... Eigentümer-Unternehmen (Einheit von Eigentum und Geschäftsführung in einer Person)
- ... Familienunternehmen (Eigentum und Geschäftsführung wird von einer Familie dominiert)
- ... Fremdgeführte Unternehmung (Eigentum in einer Person oder Familie mit externer Geschäftsführung)
- ... Publikumsgesellschaft mit Fremdmanagement (Eigentümer breit gestreut und anonym)
- ... Sonstiges: _____

PLZ des Standortes an dem sich unser Unternehmen befindet:

Ich als Fragebogenausfüller*in

- ... bin Mitglied der Geschäftsleitung
- ... bin Mitarbeiter*in mit Leitungsfunktion
- ... bin Mitarbeiter*in ohne Leitungsfunktion
- Funktion/Titel: _____

Ich als Fragebogenausfüller*in arbeite seit ____ Jahre(n) im Unternehmen

Befragung abschicken

Vielen herzlichen Dank für die Teilnahme an dieser Umfrage!

Im Nachgang zu dieser anonymen Befragung haben Sie hier noch die Möglichkeit Ihre Kontaktdaten zu hinterlassen (z.B. um etwas über die Ergebnisse dieser Studie zu erfahren):

- ... Name:
- ... Vorname:
- ... Email*:
- ... Telefon:

Wir als Unternehmen wünschen uns vom Nationalpark Schwarzwald, dass...:

Wir als Unternehmen haben Interesse...:

- ... mehr über die Möglichkeiten einer inhaltlichen Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Schwarzwald zu erfahren
- ... mehr über die finanzielle Unterstützung (d.h. Sponsoring) des Nationalpark Schwarzwald zu erfahren
- ... Sonstiges: _____

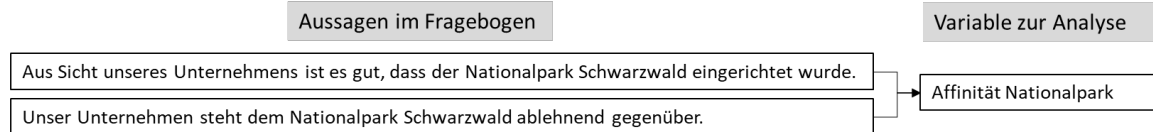
Hier haben Sie die Möglichkeit Lob, Kritik und Verbesserungsvorschläge zu dieser Studie einzubringen:

Senden

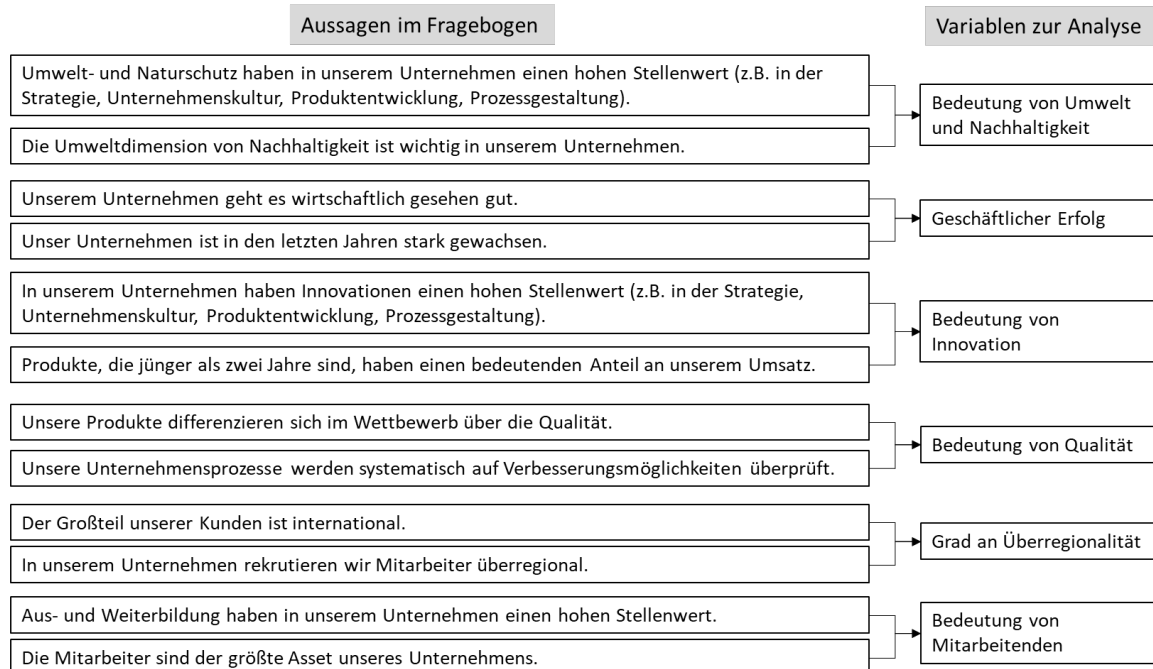
Anhang 2

Variablenbildung basierend auf Aussagen im Fragebogen:

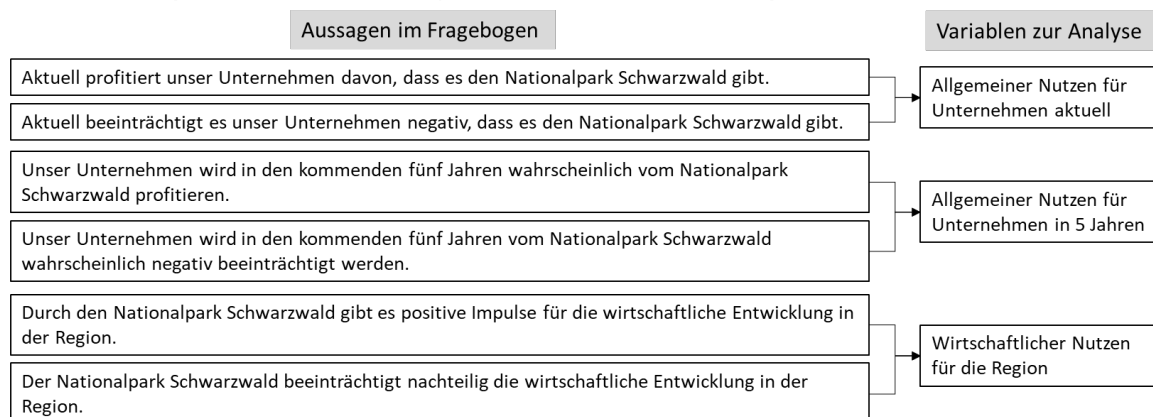
1) Zustimmung und Ablehnung zum Nationalpark durch das Unternehmen



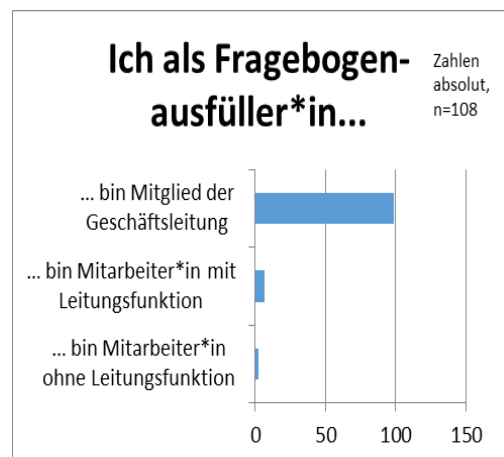
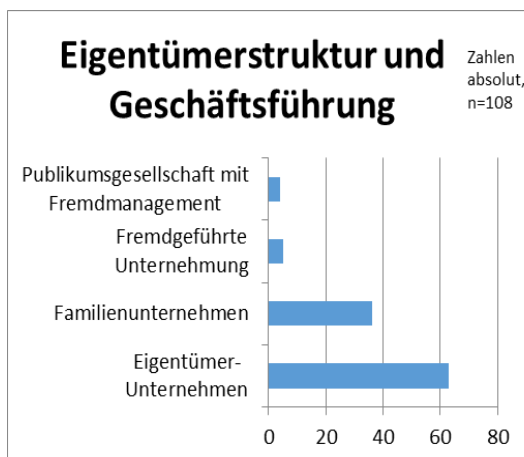
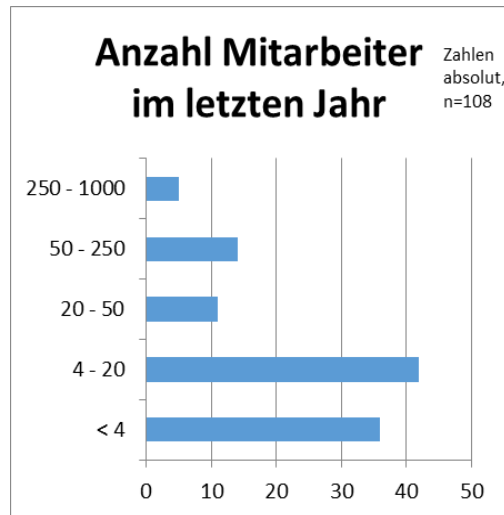
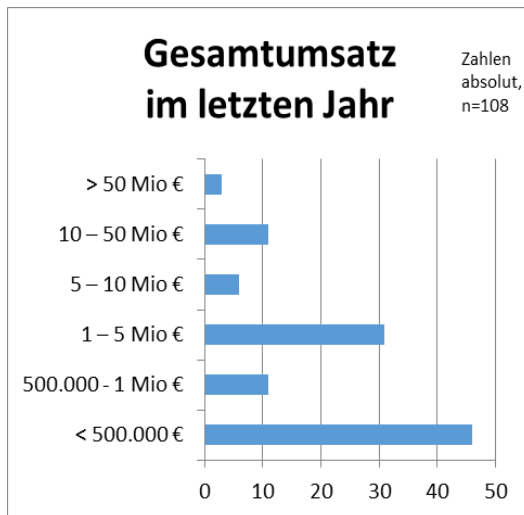
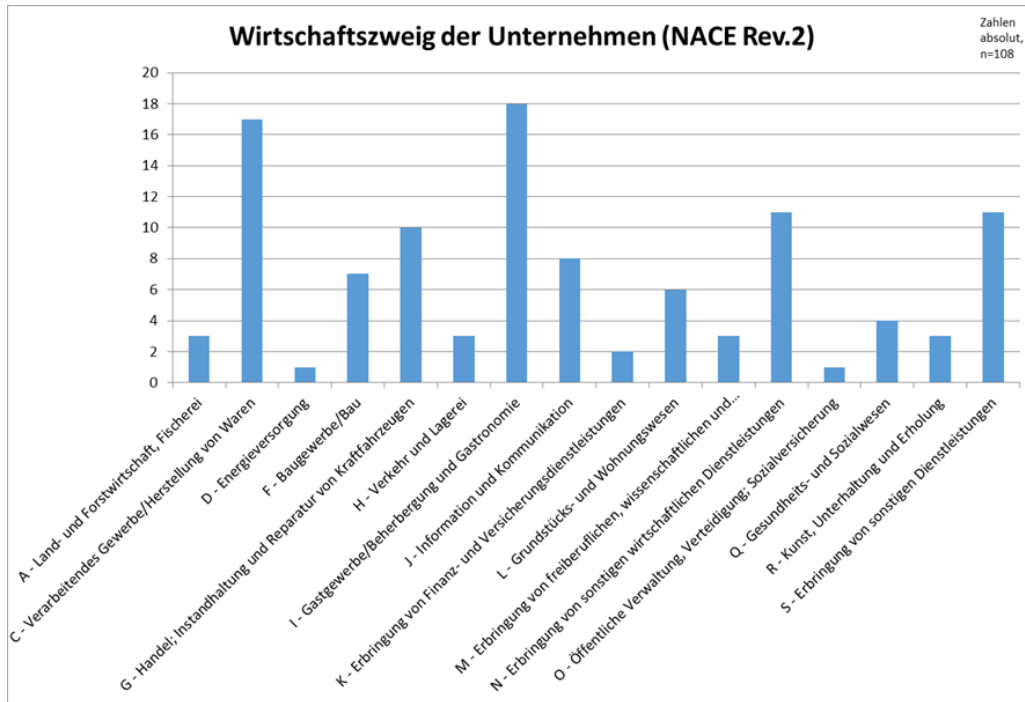
2) Selbsteinschätzung zu unternehmensspezifischen Charakteristika



3) Einschätzung Nutzen durch Nationalpark für Unternehmen und Region



Anhang 3



Anhang 4

Ergebnis der bivariaten Korrelationsanalysen in Bezug auf unternehmensspezifische Charakteristika:

		Affinität Nationalpark	Bedeutung von Umwelt und Nachhaltigkeit	Geschäftlicher Erfolg	Bedeutung von Innovation	Bedeutung von Qualität	Grad an Überregionalität	Bedeutung von Mitarbeitenden
Affinität	Korrelation nach Pearson	1	,269**	-.015	,067	-.027	,026	-.008
Nationalpark	Signifikanz (2-seitig)		,005	,876	,489	,783	,787	,935
	N	108	108	108	108	108	108	108

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Ergebnis der bivariaten Korrelationsanalysen zur Einschätzung des Nutzens:

		Affinität Nationalpark	Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell	Allgemeiner Nutzen für Unternehmen in 5 Jahren	Wirtschaftlicher Nutzen für die Region
Affinität	Korrelation nach Pearson	1	,757**	,744**	,710**
Nationalpark	Signifikanz (2-seitig)		,000	,000	,000
	N	108	108	108	108

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Anhang 5

Ergebnis der bivariaten Korrelationsanalysen nach Zugehörigkeit Wirtschaftszweig:

		Affinität																
		Nationalpark	NACE A	NACE C	NACE D	NACE F	NACE G	NACE H	NACE I	NACE J	NACE K	NACE L	NACE M	NACE N	NACE O	NACE Q	NACE R	NACE S
Affinität	Korrelation nach Pearson	1	-.013	-.199*	-.083	-.128	-.058	-.115	.248**	-.068	.007	.033	-.057	.092	-.083	.124	.162	.021
Nationalpark	Signifikanz (2-seitig)		.891	.039	.395	.187	.549	.234	.010	.483	.943	.733	.557	.342	.395	.201	.095	.830
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Ergebnisse der bivariaten Korrelationsanalysen nach Umsatz, Anzahl Mitarbeitende und Eigentümerstruktur:

		Affinität Nationalpark	Umsatz < 500.000 €	Umsatz 500.000 – 1 Mio. €	Umsatz 1 – 5 Mio. €	Umsatz 5 – 10 Mio. €	Umsatz 10 – 50 Mio. €	Umsatz > 50 Mio. €
Affinität	Korrelation nach Pearson	1	.087	.074	-.024	-.177	-.061	.076
Nationalpark	Signifikanz (2-seitig)		.371	.446	.808	.066	.530	.432
	N	108	108	108	108	108	108	108

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

		Affinität Nationalpark	Mitarbeitende < 4	Mitarbeitende 4 - 20	Mitarbeitende 20 - 50	Mitarbeitende 50 - 250	Mitarbeitende 250 - 1000
Affinität	Korrelation nach Pearson	1	.066	-.058	.040	-.014	-.045
Nationalpark	Signifikanz (2-seitig)		.497	.549	.684	.886	.645
	N	108	108	108	108	108	108

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

		Affinität			Fremdgeführte	Publikumsgesellschaft mit
		Nationalpark	Eigentümer-Unternehmen	Familienunternehmen	Unternehmung	Fremdmanagement
Affinität	Korrelation nach Pearson	1	.208*	-.280**	.108	.035
Nationalpark	Signifikanz (2-seitig)		.031	.003	.266	.717
	N	108	108	108	108	108

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Anhang 6

Ergebnis der multiplen linearen Korrelationsanalyse:

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte	T	Sig.	Kollinearitätsstatistik	
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Koeffizienten Beta			Toleranz	VIF
1	(Konstante)	-2,238	1,488		-1,504	,136		
	Bedeutung von Umwelt und Nachhaltigkeit	,098	,086	,065	1,141	,257	,913	1,095
	Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell	,503	,132	,361	3,810	,000	,329	3,038
	Allgemeiner Nutzen für Unternehmen in 5 Jahren	,191	,159	,130	1,203	,232	,254	3,938
	Wirtschaftlicher Nutzen für die Region	,517	,111	,387	4,654	,000	,427	2,340
	NACE_C	,878	,634	,083	1,385	,169	,828	1,208
	NACE_I	1,372	,649	,132	2,116	,037	,755	1,324
	Eigentümer-Unternehmen	-,021	,793	-,003	-,026	,979	,288	3,468
	Familienunternehmen	-,855	,833	-,104	-1,026	,307	,286	3,495

a. Abhängige Variable: Affinität Nationalpark

Prüfung unabhängige Variablen (Grund: erhöhter VIF) zeigt Korrelationskoeffizient <0,7:

		Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell	Wirtschaftlicher Nutzen für die Region	NACE_I
Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell	Korrelation nach Pearson	1	,631**	,209*
	Signifikanz (2-seitig)		,000	,030
	N	108	108	108
Wirtschaftlicher Nutzen für die Region	Korrelation nach Pearson	,631**	1	,010
	Signifikanz (2-seitig)	,000		,918
	N	108	108	108
NACE_I	Korrelation nach Pearson	,209*	,010	1
	Signifikanz (2-seitig)	,030	,918	
	N	108	108	108

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Zusammenfassung des Modells nach schrittweiser Selektion zur Erklärung der Zustimmung und Ablehnung zum Nationalpark Schwarzwald:

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler	Statistikwerte ändern				
				des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Änderung in F	df1	df2	Sig. Änderung in F
1	,757 ^a	,573	,569	2,54844	,573	142,042	1	106	,000
2	,814 ^b	,663	,656	2,27494	,090	28,019	1	105	,000
3	,826 ^c	,683	,674	2,21693	,020	6,567	1	104	,012

a. Einflußvariablen : (Konstante), Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell

b. Einflußvariablen : (Konstante), Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell, Wirtschaftlicher Nutzen für die Region

c. Einflußvariablen : (Konstante), Allgemeiner Nutzen für Unternehmen aktuell, Wirtschaftlicher Nutzen für die Region, NACE_I

Anhang 7

Begründungen zu "Aus Sicht unseres Unternehmens ist es gut, dass der Nationalpark Schwarzwald eingerichtet wurde."

- Um die Natur zu erhalten und erfahrbar zu machen, 2. sprechen wir damit genau die Zielgruppe für uns Hotel und 3. steigert der Nationalpark die Attraktivität der Tourismusregion.
- Alpirsbach ist zu weit weg, damit der NP direkt Einfluß auf mein Unternehmen nehmen kann.
- Als Baufirma profitieren wir von Investitionen
- Als Hersteller von Maschinen hat der Nationalpark eher den Nachteil, dass sich noch mehr Autos und Busse auf den Straßen rund um den Park tummeln.
- Argument zur Anwerbung von Mitarbeitern
- Braucht kein Mensch, da die meisten Nationalpark nach ein paar Jahren ziemlich unattraktiv werden. Siehe Bayerischer Wald
- Da dieser Nationalpark seinerzeit gegen die Menschen in der betroffenen Region durchgesetzt wurde. Da ich einige Kunden aus dieser Region habe und diese wußten, daß ich ein Mandatsträger der CDU war, habe ich Aufträge verloren. (CDU hat sich wankelmütig verhalten)
- Der Nationalpark hat auf unsere Firma keinerlei erkennbare Bedeutung, deshalb neutraler Mittelwert
- Der Nationalpark ist eine relevante Ergänzung des touristischen Angebots in der Region.
- Der Schwarzwald wird überwiegend von den Bauern im Nebberwerb bewirtschaftet und gepflegt. Der Schwarzwald als Waldbestand existiert allein durch die Pflege von Generationen von Bauern, er war im 18. Jahrhundert "Platt". Der Schwarzwald ist quasi schon ein Naturpark, da bedarf es nicht solcher unsinniger Großprojekte, für die Millionen unserer Steuergeldern sinnlos vergeudet werden, nur um nachher noch mehr an Steuern aufzubürden.
- erhöht den Bekanntheitsgrad der Region im Ausland.
- Erhöhung der Bekanntheit des Nordschwarzalds insgesamt
- es hat sich außen noch mehr Werbung und anderem Namen gegenüber dem Naturpark
- Nordschwarzwald im Angebot nicht viel verändert
- Fördert das Ökosystem und den Tourismus
- Geldverschwendung
- gut für Tourismus
- Gut, das er eingerichtet wurde aber mehr Gäste haben wir deswegen nicht verbucht.
- Ich habe keinerlei Berührungspunkte mit dem Nationalpark. Für mich ergaben sich bisher keinerlei Veränderungen seit der Gründung.
- Ihr macht nichts für den Bereich Fahrradanhänger für Kinder und Hunde, es gibt keine Vermietstationen.
- Im Kommunikationsbereich entstand ein neuer Markt, der für mich als Inhaberin eines Creative Studios, Potential birkt
- ist zwar ein nice to have but kein must have
- Keine Auswirkung, höchstens mehr Verkehr
- mehr Touris, mehr Umsatz
- Mein Unternehmen hat nichts davon. Über die Kosten die das Land Baden-Württemberg zu tragen hat sind für den Steuerzahler schon enorm. Was jedoch die Idee dahinter ist die Natur, Natur sein lassen, finde ich ausgezeichnet.
- Ob Naturpark oder Nationalpark tangiert unser Unternehmen in keinster Weise
- positive Effekte sind mir nicht / nur wenig bekannt.
- Stärkung des Tourismus in der Region

- Umweltschutz ist wichtig und geht uns alle an.
- Tourismus
- Unser Unternehmen wird vom Nationalpark nicht tangiert, insofern sind wir neutral!
- vom Unternehmen hier ist meine Meinung neutral
- weltweit sind National- und Marineparks touristische Magnete für interessierte, gebildete Menschen
- Wir hoffen auf mehr Gäste
- Der Begriff Nationalpark wird als etwas Besonderes wahrgenommen und dies im Inland aber auch im Ausland und sorgt dafür, dass Gäste in den Schwarzwald kommen
- Befürchte für unsere Branche eher Hinderungspunkte, keinen Nutzen
- Bekanntmachung der Region
- aus unternehmerischer Sicht ist es für uns nicht entscheidend, ob der Nationalpark eingerichtet wurde
- Bau branche unabhängig vom Tourismus
- Der Schwarzwald erhält dadurch m.E. einen höheren Stellenwert und der Bekanntheitsgrad steigt.
- Der Nationalpark Schwarzwald ist ein attraktiver Impuls für unsere Region und verdeutlicht den Freizeitwert und die Naturgegebenheiten für die hier lebenden Menschen. Er ist ein wichtiges Element für die Bewerbung von Mitarbeitern außerhalb unserer Region.
- Der Nationalpark hat keine positive Strahlkraft auf sein Umfeld entfaltet.
- Deutlich mehr Chancen als Risiken - sofern richtig damit umgegangen wird.
- Es ist noch lange nicht bewiesen, dass der Nationalpark nur Vorteile bringt - ferner hat die Art und Weise, wie die Landesregierung nach Gutsherrenart die Einrichtung gegen jeden Widerstand durchgedrückt und gefakte Mitspracherechte der Bevölkerung angepriesen hat, meine Politikverdrossenheit massiv Vorschub geleistet
- Es ist ein Juwel.
- Es ist wichtig die Natur zu schützen und Räume für die freie Entfaltung zu geben.
- Für unser Unternehmen gibt es allenfalls indirekten Nutzen. z.B. Image Nordschwarzwald. Das Unternehmen liegt nicht im Nationalparkgebiet.
- Fördert Regionalität
- Geldverschwendung, Grünes geheuchel
- Hat für uns keine Auswirkung
- Ich habe mich mit dem Nationalpark noch nie befasst
- Ich habe Nationalparks auf der ganzen Welt besucht und in jeder richtung nur positive Erfahrungen gemacht. Mehrwert auf allen Ebenen.
- Je mehr Leute kommen um so mehr Kunden habe ich
- keine Auswirkung
- Keine Vor- oder Nachteile
- Naturschutz geht uns alle an und ich lebe gerne hier
- Weil erlebbare wilde oder unberührte Natur für Menschen in industriellen Ländern immer wichtiger wird. Beispiel: "Enzklösterle das Heidelbeerdorf am (im) Nationalpark Schwarzwald", würde doch viel mehr bedeuten und wirken wie "Enzklösterle das Heidelbeerdorf im Nordschwarzwald". Vor allem außerhalb Ba Wü oder Deutschland.
- Tourismusbranche profitiert vom Ruf des Namens - hier ist die Natur in Ordnung
- Schwarzwald hat an Bedeutung gewonnen
- tolle Erweiterung der Angebote für die Region
- Verkehrsbeeinträchtigungen usw.
- Umweltgründe, Gesundheit
- verbessert das positive Image des Schwarzwald weltweit
- Wahrscheinlich keine Auswirkungen auf uns
- Wir spüren keinerlei Auswirkungen außer der Belastung durch das erhöhte Verkehrsaufkommen

Begründungen zu "Unser Unternehmen steht dem Nationalpark Schwarzwald ablehnend gegenüber."

- Es gibt keine vernünftigen Gründe gegen den Nationalpark.
- Ich habe kein Problem mit dem NP, im Gegenteil. Er schadet mir geschäftlich nicht, wäre ich näher dran, würde ich ev. profitieren.
- Es sollte Schluss sein mit dieser Hinterwäldlereinstellung. Wenn ich mir mein Urlaubsziel aussuche will ich wissen was mir die Natur dort bietet.
- warum sollten wir?
- Ich finde es eine gute Sache, bin selbst viel im Schwarzwald unterwegs (MTB, Rennrad, Laufen, Wandern...)
- Frage 2a und 2b bedingen sich gegenseitig, was ist denn das für eine Fragestellung???
- Der Holzanbau wird unterbunden.
- Neutral.
- Der National park ist einzig eine riesige Geldvernichtungsmaschine. So wie es vorher war hat das vollkommen genügt!
- Ich habe mich mit dem Nationalpark noch nie befasst
- Wenn dann nur aus Kostensicht und Steuerzahler. Mein Unternehmen hat nichts davon, manche schlachten dieses Thema jedoch für sich aus. So wie auch der Bollenhut missbraucht wird und das gehört sogar unterbunden. Wer das Logo nutzen will, soll anständig eine Jahresgebühr dafür zahlen müssen und es muss kontrolliert werden wo das Logo eingesetzt wird. Bei Verstoß = Strafe oder Abnahme des Logos
- Warum sollte ich ihn ablehnen?
- negative Effekte sind mir nicht / nur wenig bekannt.
- Wir erhoffen uns eine Stärkung der Destination Nordschwarzwald
- nur Nachteile und reiner Ideologie-Quatsch!
- Ich habe keinerlei Berührungspunkte mit dem Nationalpark. Für mich ergaben sich bisher keinerlei Veränderungen seit der Gründung.
- Wir sehen das Thema Ökologie und Naturschutz als Teil unserer Unternehmensphilosophie
- Wir sehen bisher keine Möglichkeiten, sich positiv einbringen zu können. Wirtschaft findet im Nationalpark nicht statt.
- Aussagen wie "wir schauen wöchentlich nach jedem Baum in der Pufferzone" fördern nicht das Vertrauen in die Führung. Studien wie " über das Wohlbefinden nach Spaziergängen / Wanderungen im Nationalpark" findet die Öffentlichkeit lächerlich und unnötig
- Ablehnung ist nicht Richtig.
- Weder mein Unternehmen noch ich haben sichtbare Vorteile vom Naturpark - mehr will dazu nicht sagen!!
- Unser Unternehmen hat keinen Schaden aus dem Nationalpark.
- Wir finden es sehr gut, das Natur geschützt wird.
- keine Vor- oder Nachteile
- Zu hohe Kosten, Gastronomie wird bereits bei der MwSt. bevorzugt. Industrie befürchtet Massregelungen.
- Noch nie war das der Fall - wir stehen einem NP Schwarzwald seit jeher positiv gegenüber.
- Der Nationalpark ist eher ein verwahtes Gebiet, ähnlich dem Nationalpark Bayrischer Wald und nicht einmal annähernd mit den attraktiven Parks z.B. der USA oder Kanada zu vergleichen. Wer Yellowstone z.B. besucht, taucht in eine andere Welt ein, was man vom Nationalpark Nordschwarzwald absolut nicht behaupten kann.
- wir sind keine Waldbesitzer
- Wir sind neutral
- Für das Gastrogewerbe ist der Schwarzwald eine wichtige Einnahmequelle von der alle profitieren.
- Wir wohnen am "Eingang" zum Nationalpark

Anhang 8

Begründungen zu "Aktuell profitiert unser Unternehmen davon, dass es den Nationalpark Schwarzwald gibt."

- absolut unötig
- Bei Kundenbesuchen in unserem Unternehmen und bei Einstellungsgesprächen für überregionale Bewerber werben wir mit unserem Standort am Rande des Schwarzwalds
- Beschneidet unser Erntepotential. Wir sind auf Wälder angewiesen um Saatgut zu ernten
- Bisher ist noch nie ein erkennbarer Zusammenhang von Nationalpark zu unserem Unternehmen offensichtlich geworden.
- Der NP Schw. ist hier in Enzklosterle, ja im ganze Oberen Enztal nicht angekommen. In keiner der Kurverwaltungen, der T I, oder der Rathäuser wird er beworben oder positiv in Szene gesetzt. Ganz in Gegensatz zu anderen N P's und ich kenne da viele, besteht auch vom Nationalpark keinerlei Anziehungskraft auf nationale oder internationale Gäste, Da hat der kleine Baumwipfelpfad auf dem Sommerberg, von dem man nichts, außer den Gipfeln der umliegenden Fichten sieht, bedeutend mehr Gäste und Besucher angezogen. Selbst die NP Gemeinde Baiersbronn machte dieses Jahr ihren Betriebsausflug mit 150 Personen zum Baumwipfelpfad in Wildbad. Bei der Leitung des NP's ist nicht angekommen, daß ein Naturschutzgebiet vor allem für die Natur, und alles was da im Besonderen dazu gehört, ist. Ein Nationalpark hingegen ist aber in erster Linie für die Menschen gedacht, und zwar nicht nur für die, die von uns Steuerbürgern in Zukunft im 50 M.€ NP-Zentrum sitzen, nicht nur für die im NP-Gebiet, nicht nur für die aus BW, sondern wie der Name sagt, für die ganze Nation. Ich empfehle da den öffentlichen Bedenkenträgern durchaus einen Blick in die richtigen NP's: Yellowstone, Arches, Olympic, Glacier, Yosemite, Everglades, Krüger, Serengeti, Ngorogoro, Masai Mara, Amboseli oder Gran Paradiso, Ecrins, Vanoise, Callanques, Mercantour, 5-Terre und viele andere. Von der Natur für die Menschen !
- Der Umwelt und Nachhaltigkeitsaspekt hat bei den Kunden nicht den Stellenwert wie wir es gerne hätten, am Ende sind wir dann doch in einer Preisdiskussion
- Der Nationalpark hilft uns nicht wirklich in unserer täglichen Arbeit.
- Die touristische Seite des Nationalparks wird sehr stiefmütterlich behandelt - Marketing, Außenauftritt usw. spielen so gut wie gar keine Rolle. Es gibt kaum Beschilderungen und die Arbeit des Nationalparks für potenzielle Besucher und Gäste ist noch nicht einmal angelaufen.
- Direkt profitieren wir nicht davon. Wenn es der Gastronomie gut geht, zb. Europapark, und gebaut und erweitert wird, dann bekommen wir auch Aufträge um die Stromverteilung zu bauen.
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Herstellung unserer Maschinen und dem Park.
- Es gibt keinerlei Berührungspunkte. Parallelwelten.
- Für unser Unternehmen ist es wirtschaftlich nicht relevant, ob es den Nationalpark gibt. Trotzdem begrüßen wir die Gründung des Nationalparks.
- Für unsere Kunden hat sich nichts geändert
- haben keine Berührungspunkte
- Holzverarbeitung wird behindert
- Ich habe ein "Ein-Mann-Unternehmen" in der Beratung für soziale Unternehmen.
- irrelevant, Kosmetikbranche
- Kaum Gäste, die deswegen kommen
- Keine Berührungspunkte
- keine Vor- oder Nachteile
- Keinerlei positive Effekte

- Mehr Kunden im Einzelhandel
- mein Unternehmen ist nur regional tätig mit nur 1 Mitarbeiter
- Nationalpark ist ein Magnet für Touristen. Der Nutzen kann gesteigert werden durch Zusammenarbeit.
- Naturstoffe und Naturtuche sind zwar NATUR - jedoch weder für Ihr Marketing noch für den Park wurde der Nutzen erkannt.
- NP ist noch zu jung und vom Enztal wahrscheinlich zu weit weg.
- Schon einmal erklärt. Nein.
- So viel Nachfragen nach meinen Produkten hatte ich noch nie. Allerdings steigen meine Kosten dadurch überdurchschnittlich. So das selbst bei guter Auftragslage kaum eine Chance besteht Rücklagen zu bilden. Und das macht eben Sorgen.
- Touris=Kunden
- Tourismus
- unsere Gäste schicken wir in den Nationalpark wenn Interesse besteht. Ausschließlich positive Rückmeldungen
- URLAUBER KAUFEN AUCH IN DER REGION - hANDEL - EIN
- Wald, Tiere, Gesundheit, sanfte Bewegung in der Natur
- Wenige Touristen kaufen keine Bedarfsprodukte und sehr wenig Geschenke
- Wir entwickeln und vertreiben Software weltweit. Der Einfluss des Nationalparks geht für uns - abgesehen von der Rekrutierung neuer Mitarbeiter - gegen Null...
- Wir geben Broschüren heraus und betreiben diverse Websites. Vom positiven Effekt des Nationalparks profitieren wir nur nachgelagert indem sich potentielle Gäste wegen des Nationalparks für die Region entscheiden. Einen Einfluss auf unseren Umsatz hat dies allerdings nicht.
- Zu große Entfernung
- zu weit entfernt
- zu weit vom Standort unseres Unternehmen entfernt
- Zu weit weg,noch zu früh

Begründungen zu "Aktuell beeinträchtigt es unser Unternehmen negativ, dass es den Nationalpark Schwarzwald gibt."

- Noch nie eine negativer Aspekt festgestellt
- Wir bewerben den NP seit er das erste Mal ins Gespräch kam und tun alles was uns möglich ist um die Zusammenarbeit mit dem NP und die Gesamtsituation für unsere Region zu verbessern.
- 'Wir haben keine Beeinträchtigung durch den Nationalpark.
- Wer in Deutschland Kleinmaschinen herstellt kämpft teilweise auf verlorenem Posten gegen asiatische Wettbewerber, die über namhafte europäische Unternehmen verkaufen. Wo werden unsere Aktivitäten unterstützt? Scheinbar kennen die Verantwortlichen in unserer Region nur noch den Tourismus, obwohl der wirtschaftlich eine untergeordnete Rolle spielt, auch deshalb, weil das Hotel- und Gaststättengewerbe bis auf Ausnahmen nicht rechtzeitig in die Zukunft investiert hat.
- Restriktionen die sich auf das Umfeld auswirken sind bisher ausgeblieben. Wir sind gespannt auf das Verkehrskonzept.
- haben keine Berührungspunkte
- irrelevant, Kosmetikbranche
- Kosten sind über Steuern aufzubringen. Land hat Kosten verursacht und holt jetzt noch die Gemeinden dazu und will daher die Fläche vergrößern. Anzahl der Mitarbeiter ist total überhöht, drehen Däumchen und kündigen teilw. wieder, da es nicht auszuhalten ist./ Durch den Namen Nationalpark wird alles hochgespielt, was schon vorher Jahrzehnte da war.

- betrifft mich nicht direkt, nur dahingehend, dass hier sinnlos Millionen von Steuergeldern (auch meines) verschwendet wird
- Das im NP nicht geerntete Rundholz fehlt uns und unseren Kollegen aus der heimischen Sägeindustrie. Wir als mittelständische Sägewerke im Schwarzwald schaffen Arbeitsplätze im ländlichen Raum, haben kurze und somit weniger klimaschädliche Transportwege bei unserem Rohstoff. Außerdem erzeugen wir, mit wenig Energieaufwand im Prozess, hochwertige Produkte welche nachwachsen!
- Wir sind unabhängig von dieser "Einrichtung"
- Keinerlei Effekte
- Warum soll der NP das Unternehmen negativ beeinträchtigen - und wie?
- in keinstem Fall Berührungspunkte zum Nationalpark
- Es hat keine Vorteile, aber auch keine Nachteile - außer meiner gesteigerten Politikverdrossenheit
- Je mehr Besucher um so mehr Umsatz.
- keiner besucht den Schwarzwald NICHT, weil es den NP gibt
- keine negativen Auswirkungen.
- Zu große Entfernung

Begründungen zu "Unser Unternehmen wird in den kommenden fünf Jahren wahrscheinlich vom Nationalpark Schwarzwald profitieren."

- wir machen kein Komerz mit Naturschutz.
- Inshallah !
- Das hängt maßgeblich davon ab, ob der NP seine Strategie ändert und erkennt, dass nicht nur der Arten, Natur- und Landschaftsschutz wichtig sind, sondern der NP als Einrichtung des Landes BAWÜ auch die Aufgabe hat die Menschen mitzunehmen.
- Wenn der Tourismus gut läuft werden wir auch davon profitieren.
- Keine Veranlassung zum Optimismus.
- haben keine Berührungspunkte
- irrelevant, Kosmetikbranche
- Wenn sich der NP Tourismus im Enztal niederschlägt
- Kein Bezug
- Hier gibt es nichts zu erläutern
- Noch mehr Besucher, noch mehr Kunden, Senkung der Kosten. Dann passt das.
- Steigerung Tourismus (hoffentlich)
- wir werden dadurch weder gewinnen noch verlieren, es werden lediglich unsere Steuergelder für ein völlig unnötiges Großprojekt ausgegeben. Und die Zwangsregulierung vom Staat nimmt immer groteskere Formen an. Was hat denn die Planwirtschaft im Osten und in Russland für die Menschen und die Natur gebracht? Schule wäre ein Projekt, dort kann Umweltbewußtsein geschaffen werden, wenn man es von den Wurzeln der Familie nicht schon im Blut hat. Gebt das Geld für die Schulen und Kindergärten, dort wird es gebraucht und dort ist es auch sinnvoll angelegt.
- das wollen wir mal schwer hoffen....
- Einfluss ist nur sehr marginal.
- eventuell zukünftig betreffendes Einzugsgebiet
- Es wird auch keine Zusammenhänge geben
- Wir hoffen es

Begründungen zu "Unser Unternehmen wird in den kommenden fünf Jahren vom Nationalpark Schwarzwald wahrscheinlich negativ beeinträchtigt werden."

- Ich denke nicht dass der Nationalpark eine Bedeutung für unser Unternehmen haben kann
- Das ganz sicher auch nicht.
- Das denekn wir nicht - weil wir immer positiv denken wollen!
- Es ist keine direkte Verbindung mit unserem Unternehmen.
- Wenn die Verantwortlichen in der Region nur noch den Tourismus als förderungswert erkennen, kann das Nachteile für das herstellende Gewerbe haben.
- haben keine Berührungspunkte
- irrelevant, Kosmetikbranche
- Warum auch
- Das weiß heute noch nicht
- Ich wüsste keinen Grund.
- kein negativer Einfluss.
- das ist die gleiche Frage wie oben nur vom Schwanz her aufgezogen. (dto - siehe oben
- Aufgrund des fehlenden Rundholzes
- Das ist nicht möglich

Begründungen zu "Durch den Nationalpark Schwarzwald gibt es positive Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung in der Region"

- Vereinzeltte schaufeln sich die Taschen voll. Der rest leided darunter besonders die Natur.
- Die Impulse werden wahrscheinlich nicht wesentlich sein
- kann ich nicht einschätzen, neutraler Mittelwert
- LEIDER, bisher gar nicht. Wir hatten sogar Vorschläge zur Vernetzung und Förderung von ÖNPV, Elektrobussen oder Wasserstoffbetrieben, E-Bikes für die ganze Region über den Dr. Rößler M LT BW an die Landesrgierung erarbeitet. Aber, es kam nur das Schweigen im Walde.
- Der NP verschließt sich momentan nicht nur gegenüber dem tourismus sondern auch weitgehend gegenüber der Wirtschaft, es sei denn sie brauchen potenzielle Mitfinanzierer - Zusammenarbeit ist aber eigentlich etwas Anderes.
- Kann ich nur befürworten und Unterstützen.
- Hier konnte ich bisher keine positiven Impulse erkennen. Auch ist mir dazu keine vorhandene Strategie bekannt.
- Es werden zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen und die Touristkindustrie wird hoffentlich wachsen
- kann ich nicht einschätzen
- Ich habe mich mit dem Nationalpark noch nie befasst
- denke schon - gerade tourismus
- Zuerst aber in den Kernregionen. Daher müssen wir Geduld haben, oder der NP erweitert in seinem ursprünglichem Suchgebiet.
- Es wird immer mehr Touristen und Urlauber geben, die auf das Label Nationalpark achten was mehr Übernachtungen und Tagesbesuche hervorruft.
- Wäre zu schön um wahr zu sein
- das können wir aus unserer Sicht / Branche nicht beurteilen!
- Wenn man zum Bau des Info-Zentrum Holz aus Kanda bezieht - dann sagt das alles.
- Hier gibt es nichts zu erläutern
- Sehen Sie wenn ich mit "FDS" auf der Nummerntafel bundesweit auftauche wird gefragt: "wo ist das?" Außer Baiersbronn kennt kaum Jemand unsere Region. Wie sagte ein Kollege: Da bin ich mal durch gefahren, aber ziemlich schnell damit ich da aus dem nebligen Wald draussen

war. Ist das Werbung für die Region ? Ich gebe zu, wenn ich den Nationalpark besuchen müsste würde ich auch von der Rheinseite kommen.

- Definitiv Stärkung des Tourismus
- Touristisch gesehen vielleicht, aber für die Holzwirtschaft wohl eher nicht
- schwer zu sagen, im Tourismus ja, im Handwerk ja, aber in der Industrie?
- Eine positive Umwelt ist wichtiger Bestandteil des Arbeitsumfelds. Firmen in Regionen, die landschaftlich weniger attraktiv sind haben viel größere Probleme Mitarbeiter zu finden.
- Das hat nach meiner Meinung schlicht gar keine Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung der Region,
- Das dauert aber noch
- Es gibt bestimmt die Eine oder Andere Branche in der dies zutrifft, aber zu welchem Preis und zu Lasten Anderer

Begründungen zu "Der Nationalpark Schwarzwald beeinträchtigt nachteilig die wirtschaftliche Entwicklung in der Region."

- keine Holznutzung
- es sind keine negativen Auswirkungen zu erwarten
- Er wird gar nicht wahrgenommen, fahren Sie mal auf die A-5, man sieht, aber kein Hinweis auf ihn.
- So weit sind wir zum Glück noch nicht.
- Holz- und Forstwirtschaft können evtl. benachteiligt sein
- Es gibt weder positive Effekte noch relevant negative. Das Verkehrskonzept könnte aber den westlichen Einzugsbereich stark beeinträchtigen.
- kann ich nicht einschätzen
- Das Geld wäre in der Infrastruktur besser angelegt. Internet usw.
- Ich habe mich mit dem Nationalpark noch nie befasst
- Das könnte und wird den Tourismus am meisten bringen
- das können wir aus unserer Sicht / Branche nicht beurteilen!
- Das kann man noch nicht sagen
- Warum soll das passieren ?
- für den Holzhandel sicher nachteilig
- das glaube ich auch nicht
- Das hat nach meiner Meinung schlicht gar keine Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung der Region,
- Ist Quatsch