

Inhalt

Zusammenfassung	7
I. Einleitung	21
II. Großschutzgebiete	25
1. Schutztypen.....	25
2. Nationalparke, Naturparke, Biosphärenreservate	32
2.1 Nationalparke	32
2.2 Naturparke.....	35
2.3 Biosphärenreservate.....	37
2.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede	42
III. Tourismus in Großschutzgebieten - Angebot und Nachfrage	45
1. Touristisches Aufkommen.....	46
2. Großschutzgebiete und touristisches Potenzial	51
3. Großschutzgebiete als touristische Produktlinie.....	56
3.1 Strategische Ausrichtung eines Marketing für Großschutzgebiete	56
3.2 Infrastrukturelle Voraussetzungen - eine Bestandsaufnahme am Beispiel von Nationalparks	58
3.3 Gestaltungsoptionen	64
4. Fördermöglichkeiten für den Tourismus in Großschutzgebieten	73
4.1 Förderung durch die Europäische Union	73
4.2 Förderung durch den Bund.....	80
4.3 Förderung durch die Länder.....	83
4.4 Nutzung der Fördermöglichkeiten durch die Großschutzgebiete - erste Bestandsaufnahme.....	83
IV. Großschutzgebiete als Konflikt- und Gestaltungsräume	85
1. Nutzungskonflikte im Überblick.....	86

2. Tourismus und Naturschutz - ein besonderes Spannungsverhältnis.....	94
3. Naturschutz - Strategien, Instrumente, Akteure	98
3.1 Ziele und Strategien.....	99
3.2 Akteure.....	103
3.3 Strategien der Konfliktregulierung.....	111
4. Großschutzgebiete als regionaler Faktor.....	125
V. Nachhaltiger Tourismus - Beiträge zur Regionalentwicklung	133
1. Tourismus und Nachhaltigkeit.....	133
2. Regionalentwicklung und Nachhaltigkeit	143
3. Tourismus als Element nachhaltiger Regionalentwicklung	148
4. Schlussfolgerungen	158
VI. Handlungs- und Forschungsbedarf - einige exemplarische Themen.....	169
1. Grundsatzfragen	169
2. Praxisorientierte Forschungsfragen.....	175
Literatur	181
1. In Auftrag gegebene Gutachten	181
2. Weitere Literatur	181
Anhang.....	187
1. Tabellenverzeichnis.....	187
2. Abbildungsverzeichnis	187
3. Internetverzeichnis	188
4. Abkürzungsverzeichnis.....	189