

Zeitschrift: Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage
Herausgeber: Bund Schweizer Landschaftsarchitekten und Landschaftsarchitektinnen
Band: 41 (2002)
Heft: 3: Tourismus : Landschaft verkaufen? = "Tourisme : paysage à vendre?"

Artikel: Landschaftsparks : ein neues Angebot für den naturnahen Tourismus = Les parcs paysage : une chance à saisir pour le tourisme proche de la nature
Autor: Stremlow, Matthias
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-138915>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Landschaftsparks: ein neues Angebot für den naturnahen Tourismus

Dr. Matthias StremLOW,
Bundesamt für Umwelt,
Wald und Landschaft
BUWAL, Abteilung Land-
schaft

Die Tourismusprospekte versprechen blühende Wiesen, sprudelnde Bäche und Ruhe fernab alltäglicher Hektik. Unsere attraktiven Landschaften und Berge sind seit jeher Sympthieträger und Garanten für den Schweizer Tourismus.

Gesucht attraktive Landschaften

Die Schönheit und Vielfalt der Landschaft ist auch in der neuesten UNIVOX-Umfrage von 2002 ein Hauptmotiv für die Wahl des Ausflugsziels (siehe Grafik).

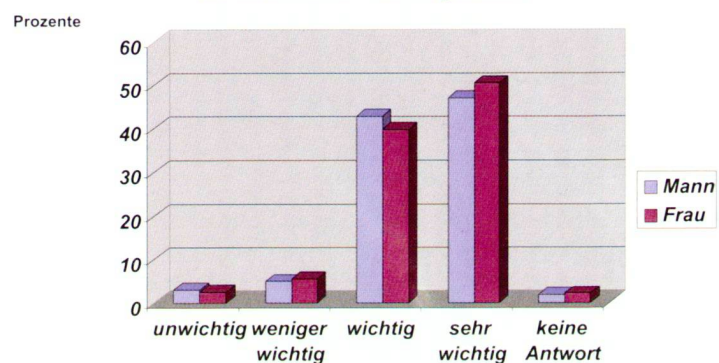
Die natürlichen und landschaftlichen Qualitäten gehören zu den zentralen Verkaufsargumenten des Schweizer Tourismus. Trotzdem haben öffentliche Güter wie schöne Landschaften im Markt oft keinen Preis. Vielerorts sind die Wiesen und Bäche Ferienhäusern, Parkplätzen oder Skipisten gewichen. Gipfel und Gletscher wurden mit Bahnen und Liften erschlossen.

Die Regionen, die in den letzten drei Jahrzehnten bei der touristischen Erschliessung um- und weitsichtig vorgingen und beispielsweise über Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung (BLN) verfügen, haben heute im Segment des Naturtourismus einen Marktvorteil. Dieses touristische Potenzial kann mit sogenannten Landschaftsparks oder auch den gleichbedeutenden regionalen Naturparks, die in einigen Regionen der Schweiz aufgrund regionaler Initiativen im Entstehen sind, genützt werden.

Gefunden buchbare naturnahe Tourismusangebote

Die Schweiz kann mit Parklabels als Gütesiegel eine naturtouristische Marktlücke schliessen. Eine aktuelle Studie zu den Potenzialen des naturnahen Tourismus in der Schweiz, die im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) von der Hochschule für Technik Rapperswil in Zusammenarbeit mit dem Psychologischen In-

Wie wichtig ist die Schönheit der Landschaft für die Wahl Ihrer Ausflugsziele?



Quelle: UNIVOX 2002

Les brochures touristiques font miroiter des prés en fleur, des torrents bouillonnants et un calme qui change de la frénésie quotidienne. Garants du tourisme suisse, nos paysages attractifs et montagnes sont depuis toujours source de sympathie.

Le paysage comme argument de vente

La beauté et la diversité du paysage constituent le principal critère de choix pour une excursion touristique, comme le démontre le tout récent sondage d'UNIVOX effectué en 2002 (cf. tableau).

La nature et le paysage constituent un des arguments de vente les plus importants du tourisme suisse. Cependant les biens publics, ainsi que les beaux paysages n'ont souvent pas de prix sur le marché. En bien des endroits, les prés et les ruisseaux ont cédé la place à des maisons de vacances, des parkings ou des pistes de ski. Les sommets et les glaciers sont devenus accessibles par téléphériques et remontepente.

Les régions qui ont fait preuve ces dernières trois décennies de discernement et d'esprit visionnaire en matière d'aménagements touristiques et qui disposent de paysages et de monuments naturels d'importance nationale (IFP) ont à présent un avantage certain sur le marché du tourisme proche de la na-

In den schönsten Tagen des Jahres Natur und Landschaften zu erleben, ist weltweit im Trend. Mit landschaftsorientierten Tourismusangeboten wollen auch ländliche Regionen der Schweiz ihre Wirtschaft stärken, ohne dabei Landschaft und Kultur zu zerstören. «Landschaftsparks» sind eine mögliche Antwort.

Dr Matthias StremLOW,
Office fédéral de
l'environnement, des
forêts et du paysage
OFEFP, service du pay-
sage

Les parcs paysage: une chance à saisir pour le tourisme proche de la nature

Actuellement, il est de bon ton de passer les plus belles journées de l'année en symbiose avec la nature et le paysage. En favorisant un tourisme mettant en valeur le paysage, les régions rurales de Suisse veulent fortifier leur économie sans pour autant détériorer leur patrimoine paysager et culturel. Les parcs paysage constituent une réponse à ces besoins.



stitut der Universität Zürich erarbeitet wurde, kommt zum Schluss, dass sich die Schweizer Bevölkerung positiv zu Schutzgebieten in Ferienregionen äussert. Schutzgebiete werden als Garant für intakte Natur und Landschaft verstanden. Entsprechend können sie bei der Wahl des Urlaubsortes eine wichtige Magnetfunktion ausüben.

Verschiedene Nachbarländer verfügen heute bereits über solche Labels und Instrumente zur nachhaltigen Entwicklung aussergewöhnlicher Gebiete. In Frankreich findet sich beispielsweise der «Regionale Naturpark», der ein landschaftlich und kulturell hochwertiges Gebiet umfasst und auf einem Projekt zur nachhaltigen Regionalentwicklung beruht. Die Vergabe des Titels «Österreichischer Naturpark» gilt als Anerkennung sowohl einer Landschaft mit besonders hohem Erholungswert als auch der Bevölkerung, die sich für die Erhaltung dieses Wertes einsetzt.

Teilrevision des NHG

Der Bund plant, in enger Zusammenarbeit mit den Kantonen solche sektorübergreifenden Bestrebungen für Natur- und Landschaftsparks zu unterstützen und das Natur- und Heimatschutzgesetz (NHG) zu ergänzen. Vorgesehen sind

ture. Ce potentiel touristique pourra être mis à profit en aménageant des parcs paysage, ou en d'autres termes des parcs naturels régionaux, qui sont en train de voir le jour dans quelques régions de Suisse grâce à des initiatives régionales.

Mise en valeur de paysages au patrimoine naturel et culturel riche

En instituant des labels de qualité pour les parcs naturels, la Suisse a la possibilité d'ouvrir un nouveau créneau en matière de tourisme proche de la nature. Selon une récente étude sur les potentiels du tourisme proche de la nature en Suisse, mandatée par le Secrétariat d'Etat à l'économie (seco) et réalisée par la Haute école de Rapperswil en collaboration avec l'institut de psychologie de l'Université de Zürich, la population suisse est favorable à la création de réserves naturelles dans les régions touristiques. Les réserves sont considérées comme garantes d'une nature et d'un paysage intact. Par conséquent, elles peuvent constituer une attraction importante lorsqu'il s'agit de choisir son lieu de villégiature.

Divers pays voisins disposent déjà actuellement de labels et instruments semblables pour le développement durable de régions exceptionnelles. En France par exemple, on trouve des «parcs naturels régionaux», qui couvrent un territoire au patrimoine na-

Lauenenboden, eine
BLN-Landschaft in
einem geplanten Land-
schaftspark

Lauenenboden, un paysage
inventorié au niveau na-
tional (IFP), situé dans un
futur parc paysager

Photo: M. Küttel

folgende drei Parktypen: Nationalparks, Landschaftsparks und Naturparks. Die Gesetzesvorlage liegt dem Bundesrat zur Eröffnung der Vernehmlassung vor.

Für alle drei Typen von Natur- und Landschaftsparks gilt die Voraussetzung, dass das Gebiet hohe Natur- und Landschaftswerte aufweisen muss. Das ist auch eine Grundvoraussetzung, um bei potenziellen Besuchern und Kunden von Parkprodukten und Dienstleistungen ein hohes Ansehen zu erzielen. Letztlich zählt für den wirtschaftlichen Erfolg die gute und stabile Qualität der (touristischen) Produkte.

Gerade für den naturnahen Tourismus sind Landschaftsparks eine sinnvolle Strategie, lokale und regionale Wertschöpfung zu erarbeiten und gleichzeitig die natürlichen Lebensgrundlagen rücksichtsvoll zu nutzen und kulturelle Werte zu fördern. Die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Region wird durch integrative Parkprogramme gestärkt. Vorgesehen sind insbesondere naturtouristische Aktivitäten wie naturkundliche Exkursionen sowie die Vermarktung qualifizierter land- und forstwirtschaftlicher Produkte.

Das in der Schweiz geplante Labelling für Natur- und Landschaftsparks wird mithelfen, die touristischen Angebote den Konsumentinnen und Konsumenten besser zu vermitteln. Damit wird gleichzeitig ein von vielen Reisenden geäußertes Bedürfnis nach vertieften Informationen über die bereisten Regionen nachgekommen.



turel et culturel riche et qui reposent sur un projet favorisant le développement durable régional. L'octroi du titre «parc naturel autrichien» correspond à distinguer un paysage favorable à la détente, mais aussi une population qui s'engage afin de conserver ces valeurs.

Révision partielle de la loi sur la protection de la nature et du paysage (LNP)

La Confédération, en étroite collaboration avec les cantons, envisage de soutenir de tels efforts communs en faveur des parcs naturels et des parcs paysage, ainsi que de compléter la loi sur la protection de la nature et du paysage (LNP). Trois types de parcs sont prévus: les parcs nationaux, les parcs paysage et les parcs naturels. Le projet de loi a été soumis au Conseil fédéral en vue de l'ouverture d'une procédure de consultation.

La condition préalable pour les trois types de parcs est une preuve d'une grande valeur en termes de nature et de paysage. C'est également une condition essentielle pour que la réputation soit bonne auprès des visiteurs et des consommateurs potentiels des produits et des prestations du parc. Finalement, le succès économique dépend d'une qualité des produits (touristiques) qui reste stable.

En matière de tourisme proche de la nature, les parcs paysage représentent une stratégie intelligente pour donner un nouveau souffle local et régional, pour utiliser de manière respectueuse les ressources vitales, ainsi que pour encourager les valeurs culturelles. Le développement économique et social d'une région sera soutenu par divers programmes intégratifs du parc. On prévoit notamment des activités touristiques orientées nature, telles que des excursions naturalistes, ainsi que la commercialisation de produits agricoles et sylvicoles qualifiés.

La mise en place des labels pour les parcs paysage et les parcs naturels en Suisse aidera à mieux faire connaître les opportunités touristiques auprès des consommateurs et consommatrices. On répondra ainsi au besoin exprimé par de nombreux voyageurs, à savoir des informations fouillées sur les régions visitées.

Bibliographie

Mario F. Broggi; Rudolf Staub; Flavio V. Ruffini: Grossflächige Schutzgebiete im Alpenraum: Daten, Fakten, Hintergründe. Europäische Akademie Bozen, Fachbereich Alpine Umwelt, Berlin/Wien 1999.

Enrico Bürgi; Franz-Sepp Stulz: NHG-Teilrevision «Natur- und Landschaftsparks», Geburtshilfe für neue Schutzgebiete. Magazin Umwelt 4/01, S. 24–25, Bern 2001.

Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft: Rechtliche Möglichkeiten der Sicherung von Grossschutzgebieten, Gutachten von Peter Keller, erschienen in der Schriftenreihe Umwelt, Nr. 321, Bern 2000.

Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft an der Hochschule für Technik Rapperswil und Abteilung für Sozialpsychologie der Universität Zürich: Naturnaher Tourismus in der Schweiz.

Studie im Auftrag des Staatssekretariates für Wirtschaft Seco, 2002.

«Kommunikationsstrasse» von 1811 am Sustenpass. IVS-Objekt.

Voie de communication datant de 1811, près du col du Susten, objet IVS (Inventaire des voies de communication suisses).

Photo: A. Betschard

Exkursion im Auengebiet Pfywald

Excursion dans la zone alluviale Pfywald

Photo: B.S. Walder

