

Studentische Arbeiten

Nr. 41/2005

Schriftenreihe der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ)

Nachhaltige Landschaftsentwicklung und Tourismus

Tourismusanbieter im Prozess einer nachhaltigen
Landschaftsentwicklung in den Gemeinden Erlach und Tschugg



Corrina Morrissey, Ruth Schuler, Simonne Rufener, Franz
Baumann, Patrick Scheuchzer

Impressum

Schriftenreihe 'Studentische Arbeiten an der IKAÖ'

Hrsg.: Ruth Kaufmann-Hayoz

Nr. 41 **Nachhaltige Landschaftsentwicklung und Tourismus.
Tourismusanbieter im Prozess einer nachhaltigen
Landschaftsentwicklung in den Gemeinden Erlach und
Tschugg**

Diese Projektarbeit entstand im Rahmen der Lehrveranstaltung „D2: Interdisziplinäre Projektarbeit in Allgemeiner Ökologie“ im Winter- und Sommersemester 2004/2005 an der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) der Universität Bern.
Betreuung: Marianne Tiefenbach

AutorInnen: Corrina Morrissey, Ruth Schuler, Simonne Rufener, Franz Baumann,
Patrick Scheuchzer

ISBN: 3-906456-49-8

Bild auf Titelseite: Patrick Scheuchzer

Auflage: 80

Druck: Universität Bern, Kopierzentrale

Pdf <http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>

Nachhaltige Landschaftsentwicklung und Tourismus

**Tourismusanbieter im Prozess einer nachhaltigen
Landschaftsentwicklung in den Gemeinden Erlach
und Tschugg**

Corrina Morrissey, Ruth Schuler, Simonne Rufener, Franz Baumann,
Patrick Scheuchzer

2005
Universität Bern
Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine
Ökologie (IKAÖ)

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	5
1 Einleitung.....	6
1.1 Ausgangslage.....	6
1.2 Problemstellung.....	6
1.3 Zielsetzungen und Fragestellung.....	7
1.4 Methodik.....	8
1.4.1 Methodenwahl.....	8
1.4.2 Auswahl der Interviewpartner.....	8
1.4.3 Interviewleitfaden.....	9
1.4.4 Durchführung.....	10
1.4.5 Auswertung.....	11
1.4.6 Reflexion der Methodenwahl.....	12
1.5 Die Region Erlach - die Tourismusdestination im östlichen Seeland.....	14
1.5.1 Die Gemeinde Erlach.....	14
1.5.2 Die Gemeinde Tschugg.....	15
1.5.3 Tourismusanbieter in Erlach.....	15
1.5.4 Tourismusanbieter in Tschugg.....	17
2 Theoretische Grundlagen zu den Begriffen Landschaft – nachhaltige Entwicklung – nachhaltige Landschaftsentwicklung.....	18
2.1 Landschaft.....	18
2.2 Nachhaltige Entwicklung.....	19
2.3 Nachhaltige Landschaftsentwicklung.....	20

2.3.1	Die Landschaft erhalten und fördern.....	21
2.3.2	Nachhaltige Landschaftsentwicklung und wie sie im Raumentwicklungskonzept des Regionalverbands Erlach + östliches Seeland verstanden wird.....	22
2.4	Zusammenfassung.....	23
3	Mit sanftem Tourismus zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung – Theorie und Praxis.....	25
3.1	Bedeutung der Landschaft für den Tourismus.....	25
3.2	Über den sanften zum nachhaltigen Tourismus und wieder zurück.....	26
3.3	Beiträge von Tourismusanbietern zu einem sanften Tourismus.....	30
3.4	Fördernde und hemmende Faktoren für einen sanften Tourismus.....	31
3.4.1	Ein Modell ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘.....	31
3.4.2	Seelisch-geistige sowie körperliche Faktoren und Prozess – eine interne Struktur.....	32
3.4.3	Sozio-kulturelle Faktoren und Prozesse – touristische Nachfrage, Landschaft als öffentliches Gut und Kooperation.....	33
3.4.4	Sozio-ökonomische Faktoren und Prozesse - wirtschaftlicher Druck in kleinen Unternehmen.....	35
3.4.5	Politisch-rechtliche Faktoren und Prozesse – Raumplanung und Mitwirkung.....	35
3.5	Zusammenfassung.....	36
4	Tourismusanbieter im Spannungsfeld von Alltag und nachhaltiger Landschaftsentwicklung.....	38
4.1	Tourismusanbieter und nachhaltige Landschaftsentwicklung – Was tragen sie dazu bei?.....	38
4.2	Tourismusanbieter und die Bedeutung der Landschaft.....	39
4.2.1	Wichtigkeit der Landschaft für den Betrieb.....	39

4.2.2	Beziehung zur Region Erlach.....	40
4.3	Tourismusanbieter in der Region Erlach – fördernde und hemmende Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung.....	41
4.3.1	Fördernde Faktoren.....	42
4.3.2	Hemmende Faktoren.....	43
4.4	Mögliche Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung.....	44
5	Nachhaltige Landschaftsentwicklung und Tourismusanbieter in der Praxis – ein Vergleich mit der Theorie.....	46
5.1	Der eigene Garten und darüber hinaus.....	46
5.2	Das Handeln der Tourismusanbieter in der Region Erlach – eine Beurteilung.....	47
5.2.1	Umweltverantwortliches Handeln als direkter Einfluss auf die Landschaft.....	47
5.2.2	Sozialverträgliche Sensibilisierung der Gäste und Förderung der regionalen Wirtschaft als indirekter Einfluss auf die Landschaft.....	48
5.2.3	Schlussfolgerungen.....	49
5.3	Hemmende Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung – fünf Herausforderungen.....	50
6	Tourismusanbieter und nachhaltige Landschaftsentwicklung in der Region Erlach – eine Synthese.....	54
	Literaturverzeichnis.....	55
	Anhang.....	58
	Anhang 1: Projektskizze.....	60
	Anhang 2: Interviewleitfaden.....	64

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Schematische Darstellung der Vorgehensweise bei der zusammenfassenden Inhaltsanalyse für die Kategorie ‚Die Landschaft ist wichtig für meinen Betrieb‘... 12	
Abbildung 2-1: Entstehung und Funktion der Landschaft..... 23	23
Abbildung 3-1: Magische Fünfeckpyramide einer nachhaltigen touristischen Entwicklung..... 29	29
Abbildung 3-2: Checkliste für umweltverantwortliche Betriebe..... 30	30
Abbildung 3-3: Ein Modell ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘..... 32	32
Abbildung 4-1: Anzahl Nennungen in der Kategorie ‚Beziehung der Tourismusanbieter zur Region Erlach‘..... 40	40
Abbildung 4-2: Anzahl Nennungen zu fördernden und hemmenden Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung..... 41	41
Abbildung 4-3: Vorstellungen der Tourismusanbieter über Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung..... 45	45
Abbildung 5-1: Tourismusanbieter und ihr Einfluss auf die Landschaft in der Region Erlach..... 46	46

1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

Im Rahmen des Forschungsprojekts ‚Landschaftsentwicklung Seeland‘ unterstützt die Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) den Regionalverband (RV) Erlach + östliches Seeland (EOS) im Prozess einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Zu diesem Zweck will das Projekt Einsichten zum Handlungs- und Gestaltungspotential verschiedener Akteure in der Landschaft gewinnen. Auch Tourismusanbieter tragen auf bewusste und unbewusste Weise zu diesem Potential bei. Da dem Tourismus innerhalb des RV EOS eine zentrale Bedeutung zukommt, besteht seitens der Gemeinden ein grosses Interesse daran, dass sich die Tourismusanbieter der Region mit der Ressource Landschaft auseinandersetzen und ihre Rolle im Prozess einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung überdenken.

Der Anstoss zu dieser Untersuchung findet sich im regionalplanerischen Instrument des RV EOS, dem so genannten Regionalen Raumentwicklungskonzept, in welchem die angestrebte räumliche Entwicklung der Region strukturiert wird. Gemäss dem Leitbild des Konzepts soll „den nachkommenden Generationen der anvertraute Lebensraum so übergeben werden, wie wir ihn uns selber wünschen: in einem verantwortbaren Gleichgewicht der ökonomischen und ökologischen Funktionen.“ Dabei soll weiter „bei allen unseren Tätigkeiten Rücksicht auf Natur und Umwelt genommen werden“ (RV EOS 1999a, o. S.). Vor diesem Hintergrund wird auch der planerische Grundsatz eines sanften Tourismus festgelegt.

Da der Tourismus in der Region Erlach aufgrund der landschaftlichen Attraktivität einen hohen Stellenwert genießt, konzentriert sich die vorliegende Arbeit auf die beiden Gemeinden Erlach und Tschugg. Mit den Erfahrungen und dem lokal gebundenen Wissen zahlreicher aktiver Tourismusbetriebe aus dieser Region erhoffen wir uns, vertiefte Einsichten in das Handeln der Tourismusanbieter im Kontext einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung zu erhalten.

1.2 Problemstellung

Gemäss zahlreichen Gästebefragungen ist eine schöne und abwechslungsreiche Landschaft oft das meist genannte Kriterium bei der Wahl des Reiseziels. Die Eigenart und Vielfalt der Landschaft ist deshalb die wichtigste Grundlage für den Tourismus und eine notwendige Voraussetzung, damit die Tourismusanbieter ihre Angebote vermarkten und so ihre Existenz sichern können.

Eine nachhaltige Landschaftsentwicklung, welche sich zum Ziel setzt, dass die Landschaft als Wirtschaftsgrundlage und Lebensraum sowie als Erlebnis-, Erholungs- und Identifikationsraum in ihrer Gestalt- und Strukturvielfalt sowie ihrer Eigenart und Schönheit für uns und kommende Generationen erhalten und gefördert wird, sollte deshalb auch im Interesse der Tourismusanbieter in der Region Erlach liegen.

Innerhalb dieser Forschungsarbeit interessieren wir uns deshalb für das Handeln der Tourismusanbieter bezüglich einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Wir konzentrieren uns dabei auf die Region Erlach, insbesondere auf die Gemeinden Erlach und Tschugg. In beiden Gemeinden hat der Tourismus einen hohen Stellenwert. Das ‚Stedtli‘ von Erlach mit seinen Rebbergen und der Bielersee mit der St. Petersinsel sind im Sommer Anziehungspunkt für unzählige Touristen.

1.3 Zielsetzungen und Fragestellungen

Übergeordnetes Ziel

Diese Arbeit soll einen Beitrag zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung in der Region Erlach leisten, indem sie die Rolle der Tourismusanbieter innerhalb dieses Kontextes untersucht.

Erkenntnisbezogene Ziele

- Wir erarbeiten allgemeine theoretische Grundlagen einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung und legen dabei den Schwerpunkt auf den sanften Tourismus.
- Wir fordern Tourismusanbieter in der Region Erlach auf, über die Landschaft und ihre Rolle in einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung nachzudenken.
- Wir analysieren, wie Tourismusanbieter im Kontext einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung handeln.

Hauptfragestellung

Welche Beziehungen bestehen zwischen einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung und einem sanften Tourismus und wie handeln Tourismusanbieter in der Region Erlach innerhalb dieses Kontextes?

Unterfragen

- Was ist unter einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung zu verstehen und wie trägt ein sanfter Tourismus zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung bei resp. nicht bei?
- Was tragen Tourismusanbieter in der Region Erlach zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung bei resp. was tragen sie nicht bei?
- Welche Bedeutung hat die Landschaft für Tourismusanbieter in der Region Erlach?
- Welche Faktoren begünstigen bzw. hindern Tourismusanbieter zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung in der Region Erlach beizutragen?

1.4 Methodik

Dieses Kapitel erläutert die methodischen Grundlagen, die für unsere Datenerhebung relevant sind. Im Einzelnen gehen wir kurz auf die Wahl der Methode und der Interviewpartner, den Interviewleitfaden sowie die Durchführung und Auswertung der Interviews ein. Eine kritische Reflexion der angewendeten Methodik bildet den Schluss des Kapitels.

1.4.1 Methodenwahl

Die theoretischen Grundlagen, die zur Befragung der Experten und der Tourismusanbieter nötig waren, erarbeiteten wir uns mit dem Literaturstudium. Dabei interessierten uns Schriften zur Landschaft, zum sanften Tourismus und zur Region Erlach. Erst auf dieser Basis konnten die Ideen für die Interviewfragen entstehen. Die Auswahl des hierzu nötigen Untersuchungsinstruments „ist abhängig vom Forschungsfeld, der Forschungslage, den Erwartungen der Auftraggeber und Adressanten sowie den Ressourcen (Geld, Zeit, Know-how) aller Beteiligten“ (Bruppacher 2001: 85). Dies war einer der zentralen Arbeitsschritte dieses Projekts, weshalb folgend genauer darauf eingegangen wird.

Da wenig vertiefte Forschungsgrundlagen über unser ausgewähltes Forschungsgebiet vorhanden waren, schien es uns sinnvoll, uns für eine explorative Methode zu entscheiden, um auf diese Weise einen Überblick über die Problematik zu erhalten. Hinzu kommt, dass unsere Interviewpartner aus recht unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen stammten. Wir entschieden uns deshalb gegen einen standardisierten Fragebogen. Ein semi-strukturiertes Leitfadenterview erachteten wir für die Datenerhebung innerhalb dieses Kontexts als geeignet. So war es möglich, für alle Interviews denselben Fragebogen als Basis zu verwenden. Gemäss der Qualitativen Sozialforschung nach Flick (2002: 143 ff.) sind folgende Merkmale für unser gewähltes Untersuchungsinstrument von Bedeutung:

- Ein semi-strukturierter Fragebogen kann in breitem Masse angewendet werden.
- Eine relativ offene Gestaltung der Interviewsituation fördert, dass die Sichtweise des befragten Subjekts zur Geltung kommt.
- Offen formulierte Fragen können in Form eines Leitfadens in die Interviewsituation eingebracht werden.

Ausserdem achteten wir auf die generellen Kriterien, die Fragen im Leitfaden erfüllen sollten. Dies sind zum Beispiel die Sicherstellung von Verständlichkeit und Eindeutigkeit der Fragen sowie das Vermeiden von suggestiven und mehrdimensionalen Fragen. (Vgl. Bruppacher 2001: 85)

1.4.2 Auswahl der Interviewpartner

Die Partner für die Interviews setzten sich aus elf Tourismusanbietern aus der Region Erlach (Gemeinden Erlach und Tschugg) sowie drei Experten zusammen. Zu den elf Tourismusanbietern zählten: Restaurants/Hotels (3), Campingplätze (2), Weinbauern (4) und Sport- und Freizeitanbieter (2).

Die Interviews führten wir jeweils mit dem/der InhaberIn oder dem/der GeschäftsleiterIn des Betriebs. Die kleine Anzahl an Tourismusanbietern bewog uns eine Vollerhebung durchzuführen.

Expertengespräche führten wir mit Herrn Jürg Fahm (Gemeinderat Erlach/ Ressort Bauwesen, Strassenunterhalt, Land- und Forstwirtschaft), Frau Ornella Kocher (Gemeinderätin Erlach/ Vorstand Tourismusverband) und Herrn StremLOW (Experte für nachhaltige Landschaftsentwicklung/ BUWAL). Während einem ein- bis zweistündigen, offenen Interview befragten wir die drei Experten zu ihrem Spezialgebiet und zu verschiedenen Aspekten einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Dadurch erhielten wir praxisnahes Wissen über unser Themengebiet und gleichzeitig eine wertvolle Fremdsicht, die uns als Grundlage zur Erarbeitung des Interviewleitfadens diente.

Da wir die Befragten nicht als Privatpersonen, sondern als Experten ihres Gebiets betrachteten, wählten wir eine offene Fragestellung. Dies ermöglichte, dass Expertenaussagen den theoretischen Rahmen einer Untersuchung ausgestalteten und erweiterten. Die theoretischen Grundlagen waren während der Interviews jedoch so transparent, dass die Befragten ihre Expertenmeinung dazu auch erläutern konnten. (Vgl. Bruppacher 2001: 93 ff.)

1.4.3 Interviewleitfaden

Der Aufbau des Interviews musste für die Interviewten klar ersichtlich sein. Deshalb gliederten wir den Interviewleitfaden in sieben Teile. Ein vollständiger Interviewleitfaden befindet sich in Anhang 3:

- *Einleitende Themen: Organisation, Angebot, Beziehung zu Erlach:* Als einleitende Themen wählten wir Fragen zur Person und ihrem Betrieb. Mit dieser Einstiegsart erhofften wir uns, die Gesprächsatmosphäre zu lockern, mögliche Hemmungen abzubauen und Vertrauen zu gewinnen.
- *Bedeutung der Landschaft:* Der zweite Teil widmete sich der Bedeutung der Landschaft für den Betrieb. Mit Fragen wie ‚was ist für den Betrieb an der Landschaft wichtig‘ oder ‚wie ist die Landschaft in das touristische Angebot integriert‘ wollten wir herausfinden, welche Rolle die Landschaft für einen touristischen Betrieb hat.
- *Einflussnahme auf die Landschaft:* Wir wollten wissen, welchen Einfluss der Tourismus auf die Landschaft in der Region Erlach hat und gehabt hat. Deshalb fragten wir nach den Veränderungen der Landschaft in den letzten zehn Jahren, nach der Rolle des Tourismus innerhalb dieses Kontexts sowie nach der Intensität und Art des persönlichen Kontakts der Tourismusanbieter mit der Landschaft.
- *Bezug zur nachhaltigen Entwicklung:* Im vierten Teil fragten wir, wie Tourismusanbieter ihre Zukunft sehen und ob sie Beispiele positiver resp. negativer Beeinflussung der Landschaft kennen. Dies sollte aufzeigen, was die Tourismusanbieter über eine nachhaltige Entwicklung denken und ob sie längerfristig Pläne bezüglich ihren touristischen Angeboten und der Landschaft haben.
- *Mögliche Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung:* Dieser Teil des Interviews enthielt Fragen zum sanften Tourismus, wie zum Beispiel zur Beziehung zwischen Gästen und Einheimischen oder zur Zusammenarbeit zwischen Tourismusanbietern untereinander. Ebenso wur-

den hier Fragen zum Raumentwicklungskonzept EOS gestellt. So wollten wir mögliche Potentiale zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung aufzeigen.

- *Hemmende und fördernde Faktoren:* Schliesslich konzentrierte sich das Leitfadeninterview auf hemmende und fördernde Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung und auf Handlungsmöglichkeiten für die Zukunft. Diese beiden eher schwierig zu beantwortenden Fragen stellten wir bewusst am Schluss des Interviews.
- *Weiteres:* Am Ende des Interviews hatten die Tourismusanbieter die Möglichkeit, uns unabhängig von den vorangehenden Fragen weitere Anliegen mitzuteilen. Diese offene Frage sollte den Tourismusanbietern ermöglichen, diejenigen Inhalte und Anliegen anzusprechen, welche sie zusätzlich beschäftigten.

1.4.4 Durchführung

Die Interviews wurden im Zeitraum zwischen März und Juni 2005 durchgeführt und fanden jeweils am Arbeitsplatz des Interviewten oder in der Buvette des Gemeinde-Campings in Erlach statt. Sie dauerten zwischen 30 und 90 Minuten und wurden mit dem Einverständnis der Befragten aufgezeichnet. Wir waren jeweils zu zweit anwesend: Eine Person übernahm die Befragung und die andere notierte sich stichwortartig die Antworten. So konnten die Informationen schon ein erstes Mal verarbeitet werden, was uns die darauf folgende Arbeit erleichtern sollte. Zudem konnten wir so auch sicherstellen, dass wir im Falle eines technischen Defekts des Tonbandgerätes trotzdem über die notwendigen Daten verfügen würden. (Vgl. Bruppacher 2001: 92)

Das Tourismusbüro in Erlach sandte uns Unterlagen zu sämtlichen Tourismusanbietern in ihrer Gemeinde. Bei den Campingplätzen, Weinbauern, Sport- und Freizeitanbietern wurde eine Vollerhebung durchgeführt. Wir befragten zwei Campingplätze, vier Weinbauern und zwei Sport- und Freizeitanbieter. Da viele Hotel- und Restaurantbesitzer zu wenig Zeit hatten, mit uns ein Interview zu führen, konnte hier keine Vollerhebung gemacht werden. Auf unsere Anfrage hin erhielten wir insgesamt von drei Hotels und Restaurants eine positive Antwort.

Zwei Gruppenmitglieder führten die Interviews mit den Hotels und Restaurants durch, die andern drei widmeten sich den Winzern, Campingplätzen und den Sport- und Freizeitanbietern. Die jeweils zuständige Gruppe nahm individuell mit den jeweiligen Tourismusanbietern Kontakt auf. Die Personen erklärten sich sehr schnell für eine Befragung bereit. Es war uns ein Anliegen, dass wir möglichst viele Interviews an einem Tag durchführen konnten, damit sich die zeitaufwändige Anreise nach Erlach in Grenzen hielt.

Die qualitativ erhobenen Daten der Interviews wurden anhand der Interviewmitschriften stichwortartig zusammengefasst, wobei wir alle Interviewtexte vom Schweizerdeutschen ins Hochdeutsche übersetzten. Kurz nach Interviewabschluss überarbeiteten und ergänzten wir den Interviewmitschriftstext mit Hilfe der Tonbandaufnahme und/oder des Gedächtnisses. (Vgl. Bruppacher 2001:96 ff.)

1.4.5 Auswertung

Bei der Interviewauswertung standen die Inhalte der Interviewaussagen im Zentrum. Aufgrund der geringen Anzahl Befragten (11) und den offen gestellten Fragen werteten wir unsere Interviews qualitativ aus, wobei die angewendete Methode in gewissem Rahmen auch quantitative Aussagen zuließ. Die Auswertung erfolgte nach der von Mayring (1995) beschriebenen zusammenfassenden Inhaltsanalyse. Die folgenden Merkmale dieser Methode scheinen uns zentral: (Vgl. <http://www.qualitative-research.net/fqf-texte/2-00/2-00/mayring-de.htm>)

- *Einordnung in ein Kommunikationsmodell:* Hier soll festgelegt werden, was das Ziel der Analyse ist. Dabei stehen die Erfahrungen, Einstellungen und Gefühle des Textproduzenten sowie die Entstehungssituation des Materials, der soziokulturelle Hintergrund und die beabsichtigte Wirkung des Textes im Vordergrund.
- *Regelgeleitetheit:* Das Material wird, einem inhaltsanalytischen Ablaufmodell folgend, in Analyseeinheiten zerlegt und schrittweise bearbeitet.
- *Kategorien im Zentrum:* Die Analyseaspekte werden in Kategorien gefasst, die genau begründet und im Laufe der Auswertung überarbeitet werden (Rückkopplungsschleife).
- *Gütekriterien:* Das Verfahren will prinzipiell nachvollziehbar sein und seine Ergebnisse mit anderen Studien vergleichbar machen. Deshalb sollten zur Bestimmung der Interkoderreliabilität nur Projektmitglieder zur Datenauswertung eingesetzt werden, welche zudem die Resultate ausführlich begründen.

Folgende Ausführungen zur Anwendung der zusammenfassenden Inhaltsanalyse in unserem konkreten Fall sollen zu einem besseren Verständnis der Methode führen:

Aufbauend auf unseren theoretischen Vorüberlegungen analysierten wir die Interviewprotokolle auf unsere Forschungsfragen hin und bildeten eigene Antwortkategorien, so dass eine Generalisierung der Aussagen möglich wurde. Daraus entstand ein eigenes Kategoriensystem von Aussagen. Auf dieser Ebene wurden die Interviewtexte anschliessend miteinander verglichen und hinterfragt. Indem so der Bezug zwischen dem Kategoriensystem und den ursprünglichen Aussagen der Tourismusanbieter gewährleistet blieb, war eine Rekonstruktion der Interviewtexte jederzeit möglich. Die Antwortkategorien, welche wir bereits vor der Auswertung erarbeiteten, wurden bei Bedarf während der Auswertung der Interviewtexte angepasst.

Die Aussagen der Tourismusanbieter fassten wir in fünf Hauptkategorien zusammen: Bedeutung der Landschaft, Einfluss auf die Landschaft, Beiträge zur Erhaltung der Landschaft sowie fördernde und hemmende Faktoren. Die Kategorie ‚Bedeutung der Landschaft‘ beinhaltete dabei die Unterkategorien ‚sehr wichtig‘, ‚wichtig‘ und ‚nicht wichtig‘. Auch die Kategorie ‚Einfluss auf die Landschaft‘ wurde unterteilt in ‚gross‘, ‚klein‘ und ‚nicht vorhanden‘. Die fördernden und hemmenden Faktoren gliederten wir in verschiedene Unterkategorien wie zum Beispiel finanzieller Druck, Sensibilisierung/Information oder Zusammenarbeit. Hier konnte eine Kategorie sowohl einen fördernden als auch hemmenden Faktor

darstellen. Abbildung 1-1 zeigt anhand der Unterkategorie ‚Landschaft ist wichtig für meinen Betrieb‘, wie bei der Anwendung dieser Methode im Detail vorgegangen wurde.

Hauptkategorie: Bedeutung der Landschaft			
Interviewantworten	Paraphrase	Generalisierung	Unterkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie unterscheiden Sie sich von andern Betrieben/ Tourismus Anbietern in Erlach?</i> An Front von Wasser, grosse Gartenterrasse, schönwetterlastig, familienfreundlich, grosser Betrieb, grosse Bankette, Invalidenausflüge, alles rollstuhlgängig. • <i>Warum stützen sich Ihre Angebote gerade auf Erlach?</i> Nicht nur auf Erlach, grosses Einzugsgebiet. Relativ zentral (Solethurn, Basel, ganze CH) und attraktiv wegen Insel; Leute von aussen holen. • <i>Was verbindet Sie mit diesem Ort? Warum?</i> Es muss schon Erlach sein. Geschäft und dessen Aufbau verbindet mit Erlach, man verwurzelt sich. Kundschaft und Zusammenarbeit mit Carunternehmen verbinden. • <i>Welche Rolle spielt die Landschaft für Ihren Betrieb?</i> Eine sehr grosse Rolle; es ist ein idyllischer, wunderschöner Ort. Die Landschaft macht den Standort attraktiv. • <i>Was ist aus der Sicht Ihres Betriebes wichtig an der Landschaft in Erlach? Was ist weniger wichtig?</i> Es ist wichtig dass die Landschaft gepflegt wird, schöne Felder und Hafen sind attraktiv. Wichtig ist auch das Parkplatzangebot. • <i>Wie ist die Landschaft in Ihren touristischen Angeboten integriert?</i> Fotos vom Haus befinden sich in Prospekten, worin auch ein Teil der Landschaft zu sehen ist. 	<p>Touristen kommen wegen der Landschaft; Restaurant ist an der Wasserfront; wir haben eine grosse Gartenterrasse; wir arbeiten mit Car Unternehmen zusammen</p>	<p>Seeufer-, tourismus- und schönwetterabhängig; Touristen kommen wegen Landschaft</p>	<p>Landschaft ist sehr wichtig für meinen Betrieb</p>

Abbildung 1-1: Schematische Darstellung der Vorgehensweise bei der zusammenfassenden Inhaltsanalyse für die Unterkategorie ‚Die Landschaft ist wichtig für meinen Betrieb‘

(Quelle: Interviewauswertung 2005. Eigene Darstellung)

1.4.6 Reflexion der Methodenwahl

Zu Beginn unserer Methodenwahl beabsichtigten wir einen qualitativen Fragebogen an sämtliche Tourismusanbieter der Region Erlach zu verschicken. Frau Bruppacher (Oberassistentin/ IKAÖ) riet uns jedoch davon ab. Diese Methode eigne sich nicht, um aussagekräftige Antworten auf unsere Forschungsfragen zu erhalten. Ausserdem sei es sehr schwierig, einen Fragebogen so zu konzipieren, dass er auch wirklich alle wichtigen Inhalte der Problematik erfasse. Die Rücklaufquote sei oft gering

und der Aufwand dafür gross, meinte Bruppacher. Sie riet uns deshalb, die Datenerhebung mit semi-strukturierten Interviews durchzuführen.

Ihren Rat befolgten wir und so diente allen Gruppenmitgliedern derselbe semi-strukturierte Interviewleitfaden als Grundlage, um Interviews durchzuführen. Das Basiswissen aus den Experteninterviews setzten wir bei der Gestaltung des Interviewleitfadens gezielt ein. Es war schwierig, die Fragen so zu formulieren, dass sie weder wertend noch suggestiv, sondern klar, präzise und einfach verständlich waren. Die Ausgestaltung des Fragebogens war für unsere Gruppe eine zentrale Aufgabe des Projekts, die wir auch dank der grossen Erfahrung unserer Betreuerin Marianne Tiefenbach gut bewältigen konnten.

Folgende weitere Aspekte können als eher positiv eingestuft werden:

- Es bewährt sich, die Interviews immer nach demselben Leitfaden durchzuführen. Jedes Gruppenmitglied konnte sich dadurch in dieser sehr zeitaufwändigen Phase der Datenerhebung engagieren.
- Unsere methodische Vorgehensweise erlaubte uns eine schrittweise Erweiterung und Annäherung an die Komplexität des Untersuchungsgebietes.
- Das stichwortartige Zusammenfassen aller Interviews erwies sich als wertvoll, denn dies ermöglichte uns, die wichtigsten Interviewaussagen bereits ein erstes Mal zu strukturieren.

Neben diesen positiven Punkten gibt es aber auch negative Anmerkungen anzufügen:

- „Die Ergebnisse sind nur insofern repräsentativ, als man bei Anwendung des gleichen methodischen Vorgehens und der analogen Arbeitsschritte zu denselben oder zumindest ähnlichen Resultaten kommt“ (Tiefenbach 2002).
- „Bei unserem Vorgehen ist es [... nur beschränkt] möglich quantitative Aussagen zu den Daten zu machen. Die Daten können lediglich subjektiv und qualitativ bewertet werden“ (Tiefenbach 2002).
- Da die Interviews nicht wortwörtlich übersetzt wurden, gingen einerseits wichtige Detailinformation verloren und andererseits war es nur bedingt möglich, Zitate in den Text einzubauen. Zudem war und ist es bei einer sinngemässen Übersetzung schwierig, die Ergebnisse sorgfältig zu überprüfen.

Insgesamt sind wir mit unserer Methodenwahl zufrieden. Mit dem Literaturstudium und den Interviewaussagen konnten wir unsere Forschungsfragen beantworten.

1.5 Die Region Erlach – die Tourismusdestination im östlichen Seeland

In zwei kurzen Portraits werden hier die Gemeinden Erlach und Tschugg vorgestellt. Beide Orte charakterisieren sich durch ihre landschaftlichen Reize und ihr vielfältiges touristisches Angebot. Somit sind sie als Durchführungsorte unserer Projektarbeit bestens geeignet.

Anschliessend folgt ein Überblick über die in der Region Erlach ansässigen Tourismusanbieter. Die Betriebe aller elf Interviewpartner mit ihren Angeboten und Eigenheiten werden kurz beschrieben. Wo nichts anderes angegeben ist, stammen die Informationen über die Tourismusanbieter aus den von uns geführten Interviews.

1.5.1 Die Gemeinde Erlach

Das Städtchen Erlach hat 1129 Einwohner und liegt am westlichen Ende des Bielersees am Fuss des Jolimonts. Mit seinen malerischen Gassen hat Erlach eines der originellsten Kleinstadtbilder der Schweiz. Einen Besuch wert sind das Schloss auf dem Schlossberg, die Kirche und das Rathaus. Das Schloss wurde Ende des 11. Jahrhunderts erbaut und dient heute als Schulheim. Die Ursprünge der Kirche sind sogar noch älter als die des Schlosses. Sehenswert sind die kunstvoll geschnitzte Kanzel und die wertvollen Fresken im Inneren der Kirche. Das Rathaus ist ein spätgotisches Gebäude und historisch sehr wertvoll. Es wurde im Zeitraum zwischen dem 15. und 16. Jahrhundert erbaut, wobei noch heute die verschiedenen Räumlichkeiten für Anlässe gemietet und genutzt werden können. Im früheren Estrichraum werden beispielsweise die Gemeindeversammlungen abgehalten. (Vgl. Erlach am Bielersee. Prospekt; Erlach und sein altes Rathaus. Prospekt.; <[http:// www.erlach.ch/tourismus / frame_1a.html](http://www.erlach.ch/tourismus/frame_1a.html)> - Zugriff: 15. Juni 2005)

Die touristische Anziehungskraft von Erlach gründet jedoch vor allem in der landschaftlichen Schönheit. Der Heideweg, der durch das Naturschutzgebiet von Erlach auf die St. Petersinsel führt, ist eine der Hauptattraktionen für Touristen. Weiter bieten der Bielersee und das Strandbad die Möglichkeit, zu baden und verschiedene Wassersportarten auszuüben. In den Wäldern des Jolimonts, einem Molassehügel, gibt es viele schattige Wanderwege. Vier Weinbauern bewirtschaften 113'400 m² Reben (3% der Gemeindefläche Erlachs) und prägen damit die Vielfalt der Landschaft entscheidend mit. Erlach besitzt zwei Campingplätze, verfügt über eine Bootswerft und beherbergt neun Restaurants sowie fünf Hotels. (Vgl. <http://www.erlach.ch/tourismus/frame_1a.html> - Zugriff: 15. Juni 2005)

Die Aktivitätenpalette in Erlach ist gross: Es besteht die Möglichkeit an Führungen durch das ‚Stedtli‘ oder die Rebberge teilzunehmen, wobei auch die verschiedenen einheimischen Weine degustiert werden können. Der ‚Läsetweg‘ dient speziell diesem Zweck. Erwähnenswert sind auch das Strandfest, das ‚Stedtlifest‘, die Regatten, der ‚Töpfermärit‘ und das Hoftheater. Weiter kann man Boote mieten, Kutschen fahren sowie allerhand Sportarten betreiben, wie zum Beispiel Beach-Volleyball, Fischen, Tennis, Tischtennis oder Wandern. Erlach ist auch ein idealer Ausgangsort für Radtouren durch das Seeland, Schiffstouren oder Ausflüge in den Jura. (Vgl. Erlach am Bielersee. Prospekt; Ihr Camping Erlach am Bielersee. Prospekt)

1.5.2 Die Gemeinde Tschugg

Tschugg ist ein kleines Dorf mit 461 Einwohnern und 270 Arbeitsplätzen. Es liegt am Südosthang des Jolimonts zwischen Erlach und Gampelen. Tschugg ist gut mit dem Bus oder dem Auto erreichbar, liegt aber nicht an einer Durchgangsstrasse, weshalb es zu einem ruhigen Naherholungsgebiet wird. An den sonnigen Hängen des Jolimonts werden seit der Römerzeit Reben angebaut. Noch heute werden sechs Hektaren Land für die Weinproduktion bewirtschaftet. (Vgl. <[http://www.tschugg.ch / index2.cfm?nav=infos&pg=20](http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=infos&pg=20)> - Zugriff: 15. Juni 2005; <[http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=infos &pg=19](http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=infos&pg=19)> - Zugriff: 15. Juni 2005; <<http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=gewerbe&pg=31>> - Zugriff: 15. Juni 2005)

Touristisch interessant ist die Swin-Golf-Anlage, bei welcher zudem eine Buvette und eine Reithalle betrieben werden. Auch Beat's Farmhaus ist eine touristische Attraktion. Auf dem Bauernhof mit Mutterkuhhaltung und Ackerbau wird Übernachten im Stroh oder im Matratzenlager angeboten. Auf dem Hof befindet sich weiter eine Naturheilpraxis für Tiere. Die zwei Restaurants ‚Traube‘ und ‚Rebstock‘ sorgen für das leibliche Wohl der Besucher. (Vgl. <<http://www.swin-golf.ch/index.php?id=58>> - Zugriff: 15. Juni 2005; <<http://www.beatsfarmhaus.ch/uebernachten.htm>> - Zugriff: 20. Juni 2005)

1.5.3 Tourismusanbieter in Erlach

Gemeinde Camping, Frau Manuela Montaldo

Frau Manuela Montaldo und 15 weitere Mitarbeiter, die jedoch nicht alle fest angestellt sind, führen in Erlach seit sechs Jahren den Campingplatz der Gemeinde. Dieser ist jeweils sieben bis acht Monate im Jahr und sieben Tage in der Woche geöffnet. Auf der Anlage befinden sich ein kleiner Laden mit Buvette und das Tourismusbüro. Der Camping bietet 130 Dauerplätze und 60 Plätze für Touristen und finanziert sich durch die anfallenden Kurtaxen. Mit speziell für Campeure und Strandbadbesucher organisierten Anlässen kann ein Zusatzeinkommen erwirtschaftet werden. (Vgl. Ihr Camping Erlach am Bielersee. Prospekt. Gemeinde Camping, Erlach; <http://www.tourismus-erlach.ch/index.php?id=6> – Zugriff: 15. Juni 2005)

Camping ‚Mon plaisir‘, Herr Roger Marti

Der Campingplatz ‚Mon plaisir‘ ist ein kleiner Familiencamping direkt am Bielersee. Der Betrieb wird von Roger Marti in zweiter Generation geführt. Die Anlage bietet Jahres- und Touristenplätze an, zudem werden zwei Chalets und Wohnwagen vermietet. Es gibt einen Kiosk, ein Strandcafé, Pedalvermietung und im Winter Sauna und Solarium. (Vgl. <http://www.camping24.ch/> - Zugriff: 15. Juni 2005)

Restaurant Du Port, Frau Dora Graf

Frau Graf ist die Besitzerin des Restaurants Du Port und führt den Betrieb seit 28 Jahren. Das Restaurant besitzt eine grosse Gartenterrasse und bietet bis zu 160 Personen Platz. Es finden insbesondere Bankette sowie Invalidenausflüge statt, weshalb das Du Port bei der letzten Renovation behindertengerecht umgestaltet wurde. Die Auswahl auf der Speisekarte ist sehr breit und reicht von spe-

ziellen Kindermenüs bis hin zu vegetarischen Angeboten. (Vgl. <http://www.duport-erlach.ch/index.php> - Zugriff: 15. Juni 2005)

Hotel-Restaurant St. Petersinsel, Herr Heinz Kern

Herr Kern ist der Geschäftsführer des Hotel-Restaurants St. Petersinsel. Besitzerin des Betriebes ist die Burgergemeinde Bern, Pächterin ist die Hess-Group. Das Restaurant ist ein Ausflugsort für Touristen und Spaziergänger und liegt im Naturschutzgebiet. Die Überreste einer Kirche deuten auf die klösterliche Vergangenheit der Gebäude. Das Angebot ist vielfältig: Restauration à la carte, sechs Säle mit Platz bis zu 120 Personen für Anlässe wie Taufe, Hochzeit, Bankette oder Seminare, ein Selbstbedienungsrestaurant und 13 historisch eingerichtete Zimmer. Schliesslich hat es bei der Schiffflände einen Kiosk und ein Bistro. (Vgl. <http://www.st-petersinsel.ch/> - Zugriff: 15. Juni 2005)

Rebgut Schloss Erlach, Herr Beat Chiauque

Herr Chiauque ist seit 1986 Winzer und Produzent auf dem Schloss Erlach und seit 1996 selbstständig. Das Rebgut ist 2.5 Hektaren gross und wird als Familienbetrieb geführt. Zusätzliche Arbeiter werden nur für grössere Arbeiten angestellt. Das Weinsortiment ist in den letzten Jahren vergrössert worden. Es werden Führungen durch die Reben, Apéros und Degustationen im Keller durchgeführt. Der Betrieb finanziert sich abgesehen von den Direktzahlungen des Bundes für die integrierte Produktion selbst.

Gemeindekeller, Rebgut, Herr Peter Stettler

Herr Stettler führt den Gemeindekeller und das Rebgut seit 18 Jahren. Das Rebgut umfasst zwei Hektaren und ist ein typischer Familienbetrieb, der ausser beim Traubenlesen ohne Angestellte geführt wird. Der Gemeindekeller steht mitten im Dorf. Das Angebot umfasst Wein (Pinot Noir, Chasselas, Chardonnay), Traubensaft, Tafeltrauben und das Treberwurst-Essen. Es werden Apéros, Degustationen und Veranstaltungen organisiert. Zusätzlich finden Führungen durch den Rebberg und den Keller mit Erläuterungen zum Rebbau und der Weinkelterung statt. Privatkunden werden im August zum Fischessen mit Führungen und Weinpräsentation eingeladen. Obwohl der Betrieb dank der integrierten Produktion Direktzahlungen erhält, finanziert er sich praktisch selbst. (Vgl. <http://www.gemeindekeller.ch/aktuelles.htm> - Zugriff: 29. Juni 2005)

Weinbauer, Herr Matthias Stämpfli

Auch das Rebgut von Herrn Stämpfli ist ein Familienbetrieb und umfasst drei Hektaren, was für die Familie mit Aushilfen machbar ist. Herr Stämpfli ist seit Juli 2001 Weinbauer. Auf dem Hof inmitten des Rebberges führt er zusätzlich ein Carnotzet, in welchem Degustationen und Essen für bis zu 50 Personen angeboten werden. Das Carnotzet ermöglicht einen Nebenerwerb und dient in erster Linie der Kontaktpflege mit den Kunden. Diese wohnen zu 50-60% auf dem Campingplatz. Die Haupteinkommensquelle ist dabei der Weinverkauf. Die Direktzahlungen für die integrierte Produktion machen nur einen kleinen Teil des Einkommens aus.

Weinbauer, Herr Fredy Marolf

Herr Marolf besitzt einen Betrieb in Erlach in der Grösse von vier Hektaren. Er führt zudem einen zweiten Betrieb in Tschugg mit 3.5 Hektaren. Seine Frau und er sind für alles selber verantwortlich

und produzieren aus sechs Traubensorten neun verschiedene Weine. Alles wird privat oder über die Gastwirtschaft verkauft, nichts über den Handel. Herr Marolf hat eine gute Stammkundschaft. Zweimal jährlich stehen für Kunden und Freunde die Kellertüren offen, wobei alle angebotenen Weine degustiert und beurteilt werden können. Vom Staat erhält der Betrieb Direktzahlungen für die integrierte Produktion. (Vgl. <http://www.marolf-wein.ch/> - Zugriff: 29. Juni 2005)

Bootswerft, Herr Fredy Faul

Herr Faul besitzt eine Bootswerft, die Motor- und Segelboote anbietet, für deren Reparatur und Unterhalt er zuständig ist. Zusätzlich wird eine Vermietung von Ruderbooten und Pedalos sowie eine Personenfähre auf die St. Petersinsel betrieben. Die Firma ist schon seit über 50 Jahren in der Region tätig.

1.5.4 Tourismusanbieter in Tschugg

Schlafen im Stroh, Herr Beat Garo

Der Bauernhof von Herr Garo liegt am Südhang des Jolimonts. Man kann auf dem Bauernhof im Stroh oder auf dem Matratzenlager übernachten und es gibt einen Aufenthaltsraum sowie einen Rasenplatz mit Grill. Den Haupterwerb stellt aber der Bauernhof mit Ackerbau und Mutterkuhhaltung dar. Hierfür wird Herr Garo vom Staat mit Flächenbeiträgen unterstützt, der Rest des Einkommens erfolgt durch die Direktvermarktung ab Hof. Die Einnahmen aus den Übernachtungen stellen lediglich einen Nebenerwerb dar. Seine Frau führt zusätzlich eine Naturheilpraxis für Tiere. (Vgl. <http://www.beatsfarmhaus.ch/uebernachten.htm> - Zugriff: 20. Juni 2005)

Swin-Golf-Anlage, Herr Fredy Tribolet

Die Swin-Golf-Anlage wird von Fredy und Rita Tribolet-Pferrer geführt und ist die dritte Anlage ihrer Art in der Schweiz. Swin-Golf kann ohne jegliche Vorkenntnisse und auch von Kindern ab etwa acht Jahren gespielt werden. Die Bewegung und die Spielregeln sind praktisch dieselben wie beim klassischen Golf, die benötigte Bodenfläche allerdings beträgt nur etwa einen Viertel der richtigen Fläche. Zudem ist die Bodenbeschaffenheit weniger anspruchsvoll, denn eine regelmässig gemähte Wiese sowie Bäume, Büsche, Hecken und Biotope als natürliche Hindernisse genügen den Anforderungen. Auf der Anlage befindet sich auch eine Buvette, die in eine Reithalle integriert ist. (Vgl. <http://www.swin-golf.ch/index.php?id=55> – Zugriff: 15. Juni 2005; <http://www.swin-golf.ch/index.php?id=58> – Zugriff: 15. Juni 2005)

2 Theoretische Grundlagen zu den Begriffen Landschaft – Nachhaltige Entwicklung - Nachhaltige Landschaftsentwicklung

Die Landschaft und ihre nachhaltige Entwicklung spielen in der Region Erlach eine wichtige Rolle und bilden die Grundlage für das florierende Tourismusgewerbe. In diesem Kapitel sind deshalb allgemeine theoretische Grundlagen zu den Begriffen Landschaft, nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Landschaftsentwicklung aufgearbeitet. Sie geben einen groben Einblick in die Begriffsdiskussion von Landschaft und Nachhaltigkeit. Was eine nachhaltige Landschaftsentwicklung für den Raum Erlach und östliches Seeland (EOS) bedeutet, wird im Abschnitt 2.3.2 kurz dargestellt. Abschliessend weist eine Zusammenfassung nochmals auf die wesentlichsten Merkmale dieser theoretischen Grundlagen hin.

2.1 Landschaft

Das ‚Landschaftskonzept Schweiz‘ beschreibt den Begriff wie folgt: „Landschaft umfasst den gesamten Raum innerhalb und ausserhalb von Siedlungen. Landschaft ist das Entstandene und Werden der natürlichen Faktoren wie Untergrund, Boden, Wasser, Luft, Licht, Klima, Fauna und Flora im Zusammenspiel mit kulturellen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Faktoren“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. 1998a: 127). Bei dieser Definition wird besonders das Zusammenspiel von natürlichen und kulturellen Faktoren hervorgehoben, welches die Landschaft entstehen lässt. Sie umfasst unbebaute wie auch bebaute Gebiete, womit auch Dörfer oder Städte und nicht nur die Natur zur Landschaft gehören.

In der folgenden Definition im Heft ‚Landschaft 2020 - Erläuterungen und Programm‘ ist wiederum das Zusammenspiel der verschiedenen Faktoren enthalten. Neu sind die Elemente der menschlichen Wahrnehmung und Gestaltung der Landschaft.

Landschaft ist „ein Gebiet, wie es vom Menschen wahrgenommen wird, dessen Charakter das Ergebnis der Wirkung und Wechselwirkung von natürlichen und/ oder menschlichen Faktoren ist“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 2003b: 9). Sie „ist einerseits Ergebnis menschlicher Gestaltung, entstanden im Zusammenwirken von natürlichen Prozessen und menschlicher Nutzung. Andererseits ist Landschaft in einer ästhetischen Sichtweise das Ergebnis von Wahrnehmung“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 2003b: 11).

Der Begriff Landschaft wird in der Broschüre ‚Landschaft zwischen gestern und morgen‘, welche die Grundlagen zum Landschaftskonzept Schweiz liefert, weiter ausgeführt. Die Landschaft ist Lebensraum für uns und weitere 50'000 Arten in der Schweiz. Sie bildet unsere unmittelbare Lebensgrundlage und „die Grundlage des Wirtschaftens, vor allem für die bodenabhängige Land- und Waldwirtschaft, aber auch für Industrie, Gewerbe und Dienstleistung“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 12). Landschaft ist aber auch Erlebnisraum: Hier finden Begegnungen mit Natur und Kultur statt und man sucht in ihr sinnliche Erlebnisse, Erholung oder Herausforderung. Die Landschaft

ist weiter Identifikationsraum, wobei ihre Vielfalt und Eigenart Schlüsselemente darstellen. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 15) Identifikation ist auch für eine nachhaltige Entwicklung nötig, wie im Folgenden noch gezeigt wird. Denn sich mit einer Landschaft zu identifizieren, heisst ebenso, Verantwortung für sie zu übernehmen.

Die Landschaft ist einerseits Gemeineigentum, wird aber andererseits „durch die parzellenscharfe Einteilung des Eigentumes [sic] an Grund und Boden strukturiert“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 17). Dies führt zu Interessenkonflikten zwischen Grundeigentümern und Nutzergruppen, welche die Landschaft als öffentliches Gut betrachten. So bedeutet Landschaft als Gemeineigentum beispielsweise, dass Wald, Weide, Uferbereiche von Gewässern und Aussichtspunkte frei zugänglich sein sollten, was häufig jedoch nicht dem Interesse von Grundeigentümern entspricht. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 17)

2.2 Nachhaltige Entwicklung

Für die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung von 1987 ist eine Entwicklung nachhaltig, „wenn sie zukünftigen Generationen die Handlungsfähigkeit nicht versagt, ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 2003b: 25).

Das Kernproblem einer nachhaltigen Entwicklung ist dabei das richtige Verhältnis zwischen Mensch und Natur. So steht in Artikel 73 der Bundesverfassung, dass „Bund und Kantone [...] ein auf Dauer ausgewogenes Verhältnis zwischen Natur und ihrer Erneuerungsfähigkeit einerseits und ihrer Beanspruchung durch den Menschen andererseits an[streben]“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 2003b: 25). Das bedeutet, die menschliche Beanspruchung darf nicht über die Erneuerungsfähigkeit der Natur hinausgehen, wenn ein ausgewogenes Verhältnis angesteuert wird. Dies ist im Tourismusgewerbe, für welches die Natur ein wichtiges Kapital darstellt, natürlich von grosser Wichtigkeit.

Die Definition des Departementalen Ausschusses von Rio 1996 fasst diese Erkenntnisse zusammen: „Nachhaltig ist eine Entwicklung, wenn sie die Bedürfnisse aller Länder und Bevölkerungsgruppen der heutigen Generation erfüllt, ohne dass dadurch die Fähigkeit künftiger Generationen beeinträchtigt wird, ihre Bedürfnisse zu befriedigen, und wenn sie die landschaftliche und biologische Vielfalt gewährleistet“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. 1998a:127). Die Bedürfnisbefriedigung der heutigen und der zukünftigen Generationen muss also für alle Länder und Bevölkerungsgruppen sichergestellt werden. Zudem wird mit der landschaftlichen und biologischen Vielfalt näher definiert, was unter einer erhaltungswürdigen Umwelt zu verstehen ist.

Wie in verschiedenen Broschüren des BUWAL weiter erläutert wird, ist das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung, dass sich die Menschen und alle Tier- und Pflanzenarten in der Schweiz „im gemeinsamen Lebensraum heute und in Zukunft wohl fühlen und angemessen entfalten können“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 2003a: 2). Die nachhaltige Entwicklung soll sozial gerecht und ökologisch dauerhaft sein. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 2003b: 25) In der Broschüre ‚Landschaft 2020 - Analysen und Trends‘ heisst es, dass eine nachhaltige Entwicklung die Solidarität zwischen der heutigen und zukünftigen Generation sowie zwischen allen Ländern und Bevölke-

rungsgruppen [bedingt].“ Damit verbunden ist eine gerechte Verteilung von Ressourcen und Lasten (Stremlow et al. 2003: 100 f.).

Zur nachhaltigen Entwicklung „gehört [auch] die nachhaltige Nutzung der [...] Ressourcen“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. 1998a: 127). Die Regenerationsfähigkeit des Bodens muss erhalten bleiben, die Nutzung nichterneuerbarer Ressourcen soll minimiert und unabdingbare Nutzungen haushälterisch vorgenommen werden. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. 1998a: 127)

Wie eine nachhaltige Entwicklung erreicht werden soll, zeigen Stremlow et al. (2003: 101). Es geht um die Partizipation aller betroffenen Akteure: „Nachhaltige Entwicklung basiert [...] auf einer demokratisch legitimierten Mitwirkung, welche alle politischen Ebenen und Interessen umfasst. Die Ziele der Nachhaltigkeit können nur im gemeinsamen gesellschaftlichen Dialog und Aushandeln Akzeptanz finden und erreicht werden.“

2.3 Nachhaltige Landschaftsentwicklung

Eine nachhaltige Landschaftsentwicklung beinhaltet viele Aspekte. Zentral sind die Grundsätze des nachhaltigen Handelns, wie sie im Landschaftskonzept Schweiz formuliert sind (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. 1998a: 26):

- „Natur und Landschaft für uns und die kommenden Generationen erhalten.“
- „Den Eigenwert von Natur und Landschaft anerkennen und bewahren.“
- „Die Landschaft als Lebensraum für Menschen, Tiere und Pflanzen erhalten und fördern.“
- „Die Landschaft als Heimat, Kulturgut, Wirtschafts- und Erholungsraum nachhaltig entwickeln.“

Damit wir die Landschaft weiterhin nutzen, gestalten und bewohnen können, sollen nicht „bestimmte Zustände von Landschaften unter eine Glasglocke“ gestellt und ihre Entwicklung willkürlich eingefroren werden. „Unsere Tätigkeiten müssen aber so ausgestaltet werden, dass die Landschaft in ihrer Vielfalt und Schönheit und als Lebensgrundlage langfristig erhalten bleibt. Die Nutzung der Landschaft wird deshalb auf die natürliche Regenerationsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit abgestimmt“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 12).

Um das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung zu erreichen, ist es wichtig, dass sich Menschen einerseits mit der Landschaft identifizieren und andererseits kooperativ zusammenarbeiten.

- „Die räumliche und kulturelle Identifikation (Verortung) ist eine Voraussetzung [sic] für eine nachhaltige Entwicklung“ (Stremlow et al. 2003: 105). Vorhandene Gestaltungsmöglichkeiten, Unverwechselbarkeit einer Landschaft wie auch eine zeitliche und räumliche Kontinuität tragen zur Identifikation mit einer bestimmten Landschaft bei. Vertraute Landschaften und Freiräume unter-

stützen diesen Prozess. Findet keine Identifikation statt, entfremdet sich der Mensch von seiner Umwelt und die Bereitschaft, Verantwortung für sie zu übernehmen, sinkt.

- Nachhaltige Landschaftsentwicklung ist zudem nur dann erreichbar, wenn betroffene und beteiligte Akteure koordiniert und kooperativ zusammenarbeiten. Dadurch können Natur- und Landschaftsanliegen besser in raumwirksame Politiken integriert und umgesetzt werden. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 105)

2.3.1 Die Landschaft erhalten und fördern

Nachhaltige Landschaftsentwicklung wird mit zwei Stossrichtungen angestrebt: Landschaft erhalten und Landschaft fördern. Erhalten werden sollen verbliebene natürliche Lebensräume mit ihren naturnahen Landschaftselementen. Fördern bedeutet „Aufwerten und Gestalten der biologischen und der landschaftlichen Vielfalt und der Erholungsqualität der Landschaft“ (Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 96).

Das Heft ‚Landschaft 2020 - Analysen und Trends‘ erläutert die Beziehung zwischen Landschaft und einer nachhaltigen Entwicklung mit den folgenden Kernsätzen:

Landschaft erhalten

- „Nachhaltige Entwicklung erhält landschaftliche Gestalt- und Strukturvielfalt“ (Stremlow et al. 2003: 103). Zur Vielfalt der Landschaft tragen unterschiedliche Elemente und Strukturen wie Reliefs, Gewässer, Vegetationen, gebaute Kulturgüter und ihre Nutzungen bei.
- „Nachhaltige Entwicklung wahrt die Eigenart von Landschaften“ (Stremlow et al. 2003: 104). Unter Eigenart verstehen wir das Typische und besonders Prägende einer Landschaft, die besondere Stimmung und Atmosphäre eines Ortes.
- „Nachhaltige Entwicklung achtet auf die Schönheit von Landschaften“ (Stremlow et al. 2003: 104). Wir Menschen lassen uns von der Schönheit der Natur berühren. Die Schönheit einer Landschaft ist vor allem im Tourismus ein bedeutender Faktor bei der Wahl eines Reiseziels. (Vgl. Stremlow/Kläy, 2001: 87)

Die Gestalt- und Strukturvielfalt sowie die Eigenart und die Schönheit von Landschaften stehen im Zentrum der Landschaftserhaltung. Die Förderung der Landschaft bezieht sich dagegen auf die Gestaltung von Landschaften und ihren Freiräumen sowie auf die Ressourcennutzung.

Landschaft fördern

- „Nachhaltige Entwicklung berücksichtigt das existenzielle Bedürfnis nach Gestaltung“ (Stremlow et al. 2003: 104). Um die Gestaltungsmöglichkeiten für kommende Generationen zu erhalten, muss der Umgang mit dem beschränkten Raum bewusst und sparsam sein. Bei Eingriffen und

Nutzungen sollen die Qualität, die Eigenart und die Schönheit eines Ortes berücksichtigt werden, so dass die Natur- und Kulturgeschichte eines Ortes für kommende Generationen ablesbar bleibt. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 101)

- „Die räumliche und kulturelle Identifikation (Verortung) ist eine Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung“ (StremLOW et al. 2003: 105). Die Unverwechselbarkeit einer Landschaft ist ebenfalls wichtig für die Identifikation mit einer Landschaft.
- „Nachhaltige Entwicklung erhält und schafft Freiräume in der Landschaft“ (StremLOW et al. 2003: 105). Um den Gestaltungsspielraum für kommende Generationen zu erhalten, braucht es physische und finanzielle Freiräume. Unter physischen Freiräumen versteht man grosse unzerschnittene und unüberbaute Flächen. Die Zugänglichkeit für die Allgemeinheit soll erhalten oder verbessert werden.
- „Eine nachhaltige räumliche Entwicklung basiert auf einer nachhaltigen Ressourcennutzung“ (StremLOW et al. 2003: 102). Damit ist gemeint, dass jede Nutzung die (Multi-) Funktionalität der betroffenen Ressourcen langfristig gewährleisten muss und andere Nutzungen nicht irreversibel ausschliessen darf. Zudem soll der Verlust nicht ersetzbarer Elemente vermieden werden. (Vgl. StremLOW et al. 2003: 103) Eine nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen bedeutet, dass erneuerbare Ressourcen auf die Standortverhältnisse angepasst genutzt werden und dass ihre Regenerationsfähigkeit erhalten und gefördert wird. Der Umgang mit nichterneuerbaren Ressourcen soll haushälterisch und schonend sein und sie sollten mit nachwachsenden Rohstoffen substituiert werden. Problematische Ressourcennutzungen sollten nicht ins Ausland verlagert werden. (Vgl. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft 1998b: 101)

2.3.2 Nachhaltige Landschaftsentwicklung und wie sie im Raumentwicklungskonzept des Regionalverbands Erlach + östliches Seeland verstanden wird

Auch die Region Erlach, in welcher unsere beiden Untersuchungsgemeinden Erlach und Tschugg liegen, verfügt über Vorstellungen einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Diese sind im Raumentwicklungskonzept des Regionalverbands Erlach + östliches Seeland (RV EOS) als Zielsetzungen für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung in der Region wie folgt formuliert:

„Wir wollen den nachkommenden Generationen den anvertrauten Lebensraum so übergeben, wie wir ihn uns selber wünschen: in einem verantwortbaren Gleichgewicht der ökonomischen und ökologischen Funktionen. Wir planen und handeln deshalb stets im Bewusstsein, dass wir uns in einem dynamischen, begrenzten System bewegen und nehmen bei allen unseren Tätigkeiten Rücksicht auf Natur und Umwelt“ (RV EOS 1999a). Die Gerechtigkeit zwischen den Generationen und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Menschen und ihrem Handeln einerseits und der Natur andererseits sind auch aus regionaler Sicht für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung von Bedeutung. Obschon nicht explizit von „Landschaft erhalten und fördern“ gesprochen wird, weist nachfolgendes Zitat auf die beiden Stossrichtungen einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung hin.

„Wir erachten den Schutz, die Ausdehnung und die fachgerechte Pflege naturnaher Lebensräume, die Erhaltung eines intakten Landschaftsbildes, die Rücksichtnahme auf kulturhistorische Zeugen und die Bewahrung der Erholungswerte als Aufgabe der ganzen Gesellschaft. Wir fördern das notwendige Verantwortungsbewusstsein in der Bevölkerung wie auch private Initiativen zum Schutz und zur Pflege der Landschaft und unterstützen die Bewirtschaftenden durch geeignete Massnahmen“ (RV EOS 1999b). Während Landschaftsbilder, kulturhistorische Zeugen und Erholungswerte erhalten bleiben sollen, ist man bestrebt, das Verantwortungsbewusstsein in der Bevölkerung und der Schutz und die Pflege der Landschaft zu fördern.

Die Frage nach einem angemessenen Ressourcenverbrauch ist gemäss den Zielsetzungen des Raumentwicklungskonzepts auch für die Region Erlach von Bedeutung: „Wir setzen uns für einen sorgfältigen und schonenden Umgang mit unseren Lebensgrundlagen Boden, Wasser und Luft, sowie für die Erhaltung der biologischen Vielfalt ein. Wir fördern den haushälterischen und verantwortungsbewussten Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen und unterstützen ökologisch sinnvolle Kreisläufe“ (RV EOS 1999b).

2.4 Zusammenfassung

Zur Übersicht sind in Abbildung 2-1 die verschiedenen Aspekte der Landschaft nochmals grafisch zusammengefasst:

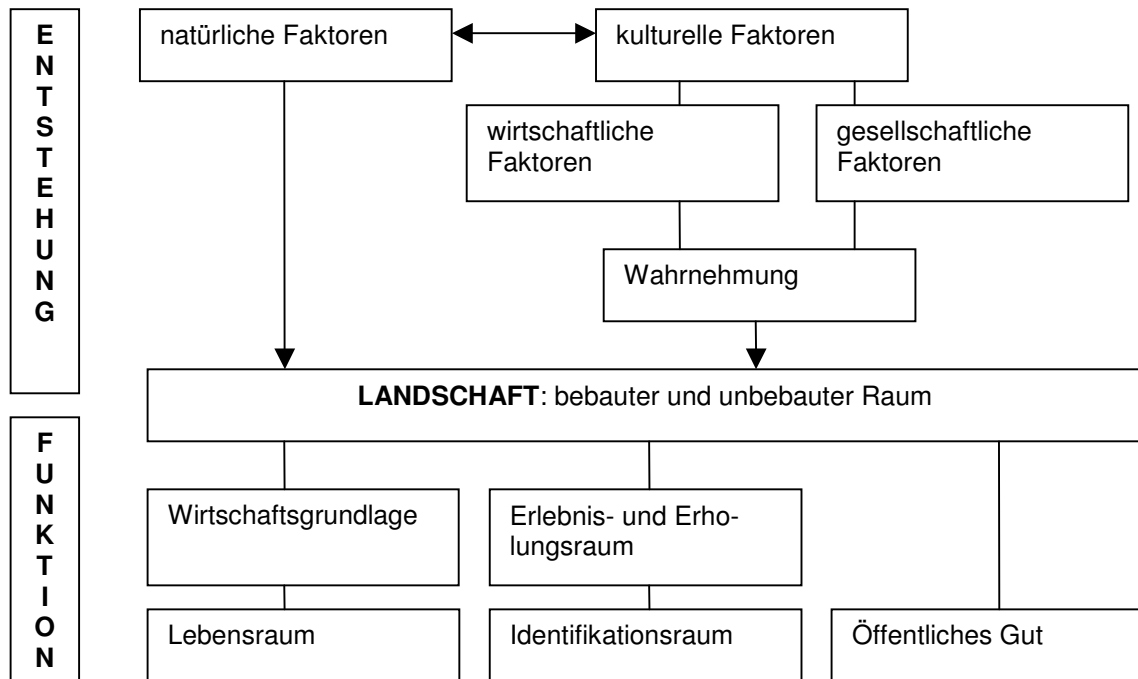


Abbildung 2-1: Entstehung und Funktion der Landschaft
(Quelle: Theoretische Grundlagen. Eigene Darstellung)

Die Landschaft ist durch natürliche und gesellschaftliche Prozesse entstanden und besitzt demnach Natur- und Kulturelemente. Dabei verstehen wir unter Landschaft den gesamten bebauten und unbebauten Raum, so wie er wahrgenommen wird. Die Wahrnehmung wiederum ist abhängig vom kulturellen Hintergrund der Wahrnehmenden. Die Landschaft bildet unsere Lebens- und Wirtschaftsgrundlage, ist aber gleichzeitig auch Erlebnisraum und dient der Erholung. Vielfalt und Eigenart einer Landschaft sind dabei Schlüsselqualitäten und ein möglicher Grund dafür, weshalb wir uns mit gewissen Orten identifizieren können und uns für deren Erhaltung einsetzen. Wir haben es somit mit einem mehrdimensionalen und komplexen Phänomen zu tun und wollen dieses auch in diesem Sinn verstehen und behandeln.

Unter einer nachhaltigen Entwicklung verstehen wir, dass alle Menschen heute und in Zukunft ihre Bedürfnisse befriedigen können. Handlungsfreiheit und Lebensäußerungen sollen nicht eingeschränkt, landschaftliche und biologische Vielfalt jedoch gewährleistet sein. Eine nachhaltige Ressourcennutzung ist eine Voraussetzung, damit diese Ziele erreicht werden können:

- Ressourcen sparsam und effizient nutzen
- Regenerationsfähigkeit des Bodens erhalten
- Nutzung nicht erneuerbarer Ressourcen minimieren
- unerlässliche Nutzungen haushälterisch vornehmen

Weiter ist die Solidarität zwischen der heutigen und den zukünftigen Generationen sowie zwischen allen Ländern und Bevölkerungsgruppen ein entscheidendes Element zur Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung. Es handelt sich um einen sozial- und umweltverträglichen Prozess, der auf einer demokratisch legitimierten Mitwirkung sämtlicher Akteure in Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft beruht.

Nachhaltige Landschaftsentwicklung bedeutet, dass die Landschaft für uns und kommende Generationen sowie für Tiere und Pflanzen als Lebensraum erhalten bleibt. Als Wirtschaftsgrundlage und Lebensraum sowie als Erlebnis-, Erholungs- und Identifikationsraum soll die Landschaft nachhaltig genutzt und entwickelt werden. Es wird angestrebt, dass die Gestalt- und Strukturvielfalt der Landschaft sowie ihre Eigenart und Schönheit erhalten bleiben. Nachhaltige Landschaftsentwicklung beinhaltet zudem, dass auch künftige Generationen die Landschaft noch gestalten können, dass Freiräume geschaffen werden und dass Ressourcen nachhaltig genutzt werden. Um dies zu erreichen, ist es wichtig, dass sich die Menschen mit der Landschaft identifizieren und dass sie kooperativ zusammenarbeiten.

Im Raumentwicklungskonzept des Regionalverbands Erlach + östliches Seeland wird die Gerechtigkeit zwischen den Generationen und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Menschen und ihrem Handeln einerseits und der Natur andererseits betont. Landschaftsbilder, kulturhistorische Zeugen und Erholungswerte sollen erhalten bleiben, das Verantwortungsbewusstsein in der Bevölkerung und der Schutz und die Pflege der Landschaft will man fördern und mit Ressourcen soll verantwortungsbewusst umgegangen werden.

3 Mit sanftem Tourismus zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung – Theorie und Praxis

Einführend wird die Bedeutung der Landschaft für den Tourismus näher erläutert. Es wird gezeigt, warum die Landschaft die wichtigste Grundlage einer funktionierenden Tourismuswirtschaft ist. Deshalb stellt sich die Frage, was die Tourismusanbieter - von dieser Tatsache am stärksten betroffene Akteure - zur Erhaltung und Förderung ihrer Existenzgrundlage beitragen können.

Als Bezugspunkt für das unternehmerische Handeln soll dabei die nachhaltige Landschaftsentwicklung gelten. In einem ersten Schritt werden hierzu die Haupteigenschaften eines sanften Tourismus herausgearbeitet und zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung in Bezug gesetzt. Mit konkreten Handlungsbeispielen wird dieser Zusammenhang verdeutlicht.

Es ist jedoch nicht nur zu fragen, wie Tourismusanbieter in der Region Erlach zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung beitragen (können), vielmehr ist auch zu untersuchen, ob und warum sie es tun resp. nicht tun. Fördernde und hemmende Faktoren für einen sanften Tourismus geben auf diese Frage mögliche Antworten, da sie ein Handeln zu Gunsten oder zu Ungunsten einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung im Ansatz zu erklären vermögen. Hier wird auch der Bezug zur Situation in den beiden Untersuchungsgemeinden der Region Erlach hergestellt.

Aufgrund der so entstandenen Erkenntnisse werden schliesslich in einer Zusammenfassung erste Antworten auf unsere Forschungsfragen gegeben.

3.1 Bedeutung der Landschaft für den Tourismus

Gästabefragungen machen immer wieder deutlich, welche grosse Bedeutung die Landschaft für den Tourismus hat. Das Landschaftsbild und die landschaftliche Schönheit stehen bei einer grossen Mehrheit der Touristen zuoberst auf der Prioritätenliste. So erachteten in einer von Opaschowski (1995: 45; Vgl. Müller 1999: 16) durchgeführten Studie 72% der befragten Deutschen „landschaftliche Schönheit“ als eine der wichtigsten Eigenschaften für ein Reiseziel. Auch in der Schweiz beurteilen 60% der Gäste die Landschaft als das wichtigste touristische Angebotelement. (Vgl. Schweiz Tourismus 1996: 71; Vgl. Müller 1999: 100)

Die Landschaft ist für die Menschen Erlebnisraum - insbesondere für die Touristen. Hier finden sie Erholung und Herausforderung und damit die notwendige Abwechslung zum Arbeitsalltag. Die Erholungsfunktion, die stark von der landschaftlichen Vielfalt und Eigenart abhängt, ist somit eine zentrale Eigenschaft einer Landschaft und Hauptgrundlage jeder touristischen Existenz. Das Reiseverhalten basiert in erster Linie auf dem landschaftlichen Attraktivitätsgefälle zwischen Quell- und Zielgebiet, also zwischen dem Ausgangs- und Zielort einer Reise. (Vgl. Müller 1999: 100 f.) In einer schönen und gepflegten Berglandschaft lässt es sich besser erholen als in der lauten und hektischen Stadt. Wir können also festhalten: „Nur wenn eine Landschaft von Touristen als schön beurteilt wird, kann sie die Erholungsfunktion wahrnehmen“ (Müller 1999: 101). Die Landschaft wird damit zum zentralen Kapital

für den Tourismus. Die Erhaltung und Förderung der landschaftlichen Vielfalt verbessert ihre Erholungsqualität und ist zur Sicherung der kurz- und längerfristigen Existenz touristischer Unternehmen eine Notwendigkeit.

Nun ist es aber gerade der Tourismus selbst, der zur Verminderung des Attraktivitätsgefälles zwischen Ziel- und Quellgebiet beiträgt. Jede Definition von Tourismus wird zum einen in irgendeiner Form mit räumlicher Mobilität in Beziehung gebracht. Der umfangreiche Privatverkehr sorgt mit seinen negativen Umweltauswirkungen wie Lärm und Abgasen für eine erste Verminderung der landschaftlichen Reize des Zielgebiets. Andererseits ist auch der Siedlungsbau eine notwendige Bedingung für den Übernachtungstourismus. Hotels und Ferienwohnungen tragen entscheidend zum Landschaftsbild eines Ortes bei und beeinflussen damit ihren Erholungswert. (Vgl. Müller 1999: 46 f.) Sowohl der Verkehr als auch die Siedlung sind zentrale Elemente der touristischen Aktivität und tragen zu einer Angleichung der Attraktivität von Ziel- und Quellgebiet bei. Dadurch vermindert sich die Erholungsfunktion der Landschaft im Zielgebiet und die Tourismusanbieter sind gezwungen, durch aufwändige und kostenintensive Angebote ihre Attraktivität aufrechtzuerhalten. Allerdings entstehen dadurch wiederum neue Bauten und die Verschandelung der Landschaft steigt. Zudem sind die Erfolgsaussichten einer solchen Strategie nur für einzelne Destinationen genügend gross, denn die Angleichung des Angebots in den Zielgebieten macht die Schaffung von Exklusivität immer schwieriger. Aus dieser Sicht ist und bleibt die landschaftliche Schönheit der grösste Vorteil touristischer Zielorte gegenüber ihren Quellgebieten. (Vgl. Müller 1999: 113 f.) Die Erhaltung und Förderung einer intakten Landschaft ist damit ein ernstzunehmendes, weil existenzsicherndes Ziel.

Alle in der Tourismusindustrie beteiligten Akteure müssen gemeinsam zur Erreichung dieses Ziels beitragen. Wir konzentrieren uns in den folgenden Betrachtungen aber nur auf die Tourismusanbieter. Sie sind von einer intakten Landschaft am stärksten abhängig, weshalb sie besonders daran interessiert sein sollten, sich für einen landschaftschonenden Tourismus einzusetzen. Eine nach den Prinzipien des Ökomanagements ausgerichtete Unternehmenskultur „berücksichtigt [dabei] in sämtlichen Unternehmensfunktionen die Wechselwirkung mit der natürlichen Umwelt und zieht sie bei allen Unternehmensaktivitäten verantwortungsvoll in die Entscheidungsprozesse ein“ (Müller 1999: 205). Diese Idealvorstellung kann nicht von heute auf morgen realisiert werden. Vielmehr handelt es sich um einen in kleinen Schritten verlaufenden Prozess. Deshalb sind die folgenden Ausführungen nicht als absolut verbindliche Aussagen sondern als mögliche Richtlinien für einen nachhaltigen Umgang der Tourismusanbieter mit der Landschaft zu verstehen.

3.2 Über den sanften zum nachhaltigen Tourismus und wieder zurück

Als die negativen Umwelteinflüsse des Massentourismus anfangs der 80-er Jahre in einer breiteren Öffentlichkeit bekannt wurden, machte man sich das erste Mal über mögliche alternative Tourismusformen Gedanken. Robert Jungk prägte diese Entwicklung mit seiner Idee eines sanften Tourismus. (Vgl. Baumgartner 2001: 3) Allerdings gibt es bis heute keine allgemein gültige Definition für diesen Begriff. Darum führen wir hier einige mögliche Beispiele auf, aus welchen wir Gemeinsamkeiten ablei-

ten. So können wir die wichtigsten Eigenschaften eines sanften Tourismus bestimmen und diese mit einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung in Beziehung setzen.

Eine stark vereinfachte und somit als Ausgangspunkt nützliche Definition benützten Kirstges und Lück (2001: 14). Unter sanftem Tourismus verstehen sie „Reiseformen und Massnahmen, die stärker als bisher in Einklang mit der sozialen und natürlichen Umwelt stehen.“ In lokalen Definitionen wird detaillierter darauf eingegangen, was unter den Dimensionen des natürlichen und sozialen Umfeldes zu verstehen ist. In der Deklaration von Chur aus dem Jahre 1984 wird ein „Gästeverkehr [angestrebt], der gegenseitiges Verständnis des Einheimischen und Gastes für einander schafft, die kulturelle Eigenart des besuchten Gebietes nicht beeinträchtigt und der Landschaft mit grösstmöglicher Gewaltlosigkeit begegnet“ (Österreichischer Alpenverein 1989: 15). Im Verständnis eines sanften Tourismus spielen also einerseits die Beziehung zwischen den Besuchern und den Besuchten sowie die Bewahrung der kulturellen Eigenschaften des Gastortes eine wichtige Rolle. Andererseits erhält die Landschaft eine zentrale Stellung.

Eine wichtige dritte Dimension kommt in anderen Definitionen zum Ausdruck. So zeichnet sich das in Schweden geförderte „verantwortungsvolle Reisen“ dadurch aus, dass es „zum Schutz von Natur und Umwelt und zum Wohlbefinden der Lokalbevölkerung beiträgt“ (Kirstges/Lück 2001: 88). Das Wohlbefinden und damit auch der Wohlstand der einheimischen Bevölkerung soll also durch eine „vorteilhafte aktive sozioökonomische Beteiligung“ gefördert werden (Baumgartner 2001: 7).

Folgende Eigenschaften sind zusammenfassend für einen sanften Tourismus von Bedeutung. (Vgl. Baumgartner/Röhler 1998: 11) Innerhalb der jeweiligen Bereiche sind Beispiele für konkrete Forderungen an einen sanften Tourismus aufgeführt.

1) Die Umweltverantwortlichkeit gilt als die wichtigste Eigenschaft. Mit ihr verbunden ist insbesondere ein hohes Interesse an einer schönen und vielfältigen Landschaft, die durch möglichst wenige Infrastruktureingriffe beeinträchtigt werden soll. Damit bleibt ihre Attraktivität erhalten und sie kann die Erholungsfunktion wahrnehmen. Konkret ausformulierte Forderungen lauten beispielsweise: (Vgl. Österreichischer Alpenverein 1989: 16)

- Unerschlossene Landschaftsräume vor einer Erschliessung bewahren.
- Auf technische Grossprojekte verzichten und dafür Erholungsräume im Rahmen kleiner Landschaftskonzepte fördern.
- Die Verkehrsinfrastruktur nicht weiter ausbauen.

2) Ein sanfter Tourismus ist sozialverträglich gegenüber der einheimischen Kultur und Lebensweise, wobei der einheimischen Bevölkerung ein Höchstmass an Eigenständigkeit in Entscheiden über die Entwicklung ihres Lebensraumes zugestanden wird. Weiter nimmt der Informationsaustausch zwischen Gästen und Einheimischen eine zentrale Stellung ein. (Vgl. Österreichischer Alpenverein 1989: 15 f.):

-
- Die umweltrelevante Planung „von, mit und für die örtliche Bevölkerung“ durchführen.
 - Einheimische und Gäste kontinuierlich informieren und zu einem umweltverantwortlichen Verhalten motivieren, zum Beispiel im Bereich der Mobilität.
 - Die Lebensbedingungen der Ortsansässigen verbessern, beispielsweise durch die Mitbenützung der Freizeitinfrastruktur. (Vgl. Hasse/Schumacher 1990: 12)

3) Mit einer möglichst eigenständigen Regionalentwicklung sollen die Vernetzung der lokalen Wirtschaft gefördert und damit regionale Wertschöpfungsketten geschaffen werden. Das Erzielen eines genügend grossen Einkommens ist zur Wahrung der Eigenständigkeit der einheimischen Bevölkerung und zur Realisierung eines sanften Tourismus von grosser Bedeutung.

- Investitionen vor Ort schaffen und daraus resultierende Erträge zum Teil der regionalen Wirtschaft machen. (Vgl. Hasse/Schumacher 1990: 12)
- Das touristische Potential möglichst auf die im Raum vorhandenen Ressourcen stützen. (Vgl. Österreichischer Alpenverein 1989: 15)

Auch in der Region Erlach + östliches Seeland (EOS) soll, wie im Raumentwicklungskonzept des Regionalverbands (RV) EOS (1999) dargelegt wird, eine sanfte Tourismusedwicklung angestrebt werden. Alle drei Dimensionen werden genauer beschrieben. So wollen die Mitglieder des Verbands das „touristische Potential gezielt, massvoll und unter grösstmöglicher Schonung der Landschaft inwertsetzen“ und „bei unseren Gästen das Interesse und Verständnis für die natur- und kulturgeschichtlichen Kostbarkeiten in unserer Region [wecken].“

Sanfter Tourismus ist nicht gleichzusetzen mit nachhaltigem Tourismus. Es handelt sich in erster Linie um eine alternative Strategie zu den herkömmlichen Tourismusangeboten. Allerdings kann die Verbreitung des sanften Tourismus eine generelle Umorientierung bei den touristischen Unternehmen bewirken, indem ihr Handeln sich dem Konzept einer nachhaltigen Entwicklung annähert. So entspricht der Einbezug der ökonomischen, soziokulturellen und ökologischen Dimension der integrativen Nachhaltigkeitsidee. (Vgl. Baumgartner/Röhner 1998: 25) Die intergenerationelle Gerechtigkeit als Haupteigenschaft einer nachhaltigen Entwicklung kommt allerdings im Verständnis des sanften Tourismus nicht zum Ausdruck. Auch wenn zu erwarten ist, dass eine konsequente Umsetzung der Ideen des sanften Tourismus eine schöne und abwechslungsreiche Landschaft zu erhalten und damit die Existenzgrundlage zukünftiger Generationen zu sichern vermag, so ist es doch empfehlenswert, dieses Ziel direkt in der Definition zu verankern.

In der Definition von Müller (1999: 43) wird deutlich, wie stark verwandt die beiden Konzepte sind. Er bezeichnet eine nachhaltige Tourismusedwicklung als „das umweltverantwortliche und sozialverträgliche Gestalten, Lenken und Entwickeln des Tourismus als zweckorientiertes System.“ Die soziokulturelle Dimension wird dabei in drei gleichwertige Elemente unterteilt: Das Wohlbefinden der einheimischen Bevölkerung und die Bewahrung ihrer Kultur ist ebenso wichtig wie die optimale Bedürfnisbe-

friedigung der Gäste. Aufgrund dieser Basis, die dem Verständnis des sanften Tourismus entspricht, entsteht nun eine ‚magische Fünfeckpyramide‘ einer nachhaltigen touristischen Entwicklung, welche die zukünftigen Generationen explizit miteinschließt. Abbildung 3-1 zeigt diese Anordnung. Es sei hier aber noch einmal wiederholt, dass die Idee des nachhaltigen Tourismus als Richtlinie zu verstehen ist. Der jeweilige konkrete Inhalt der einzelnen Elemente und deren Umsetzung „ändert mit der Zeit, der Situation, der Kultur und dem Wissen“ (Kaufmann-Hayoz/Gutscher 2001: 20 – „The societal visions of sustainable development vary with time, situation, culture and knowledge.“).

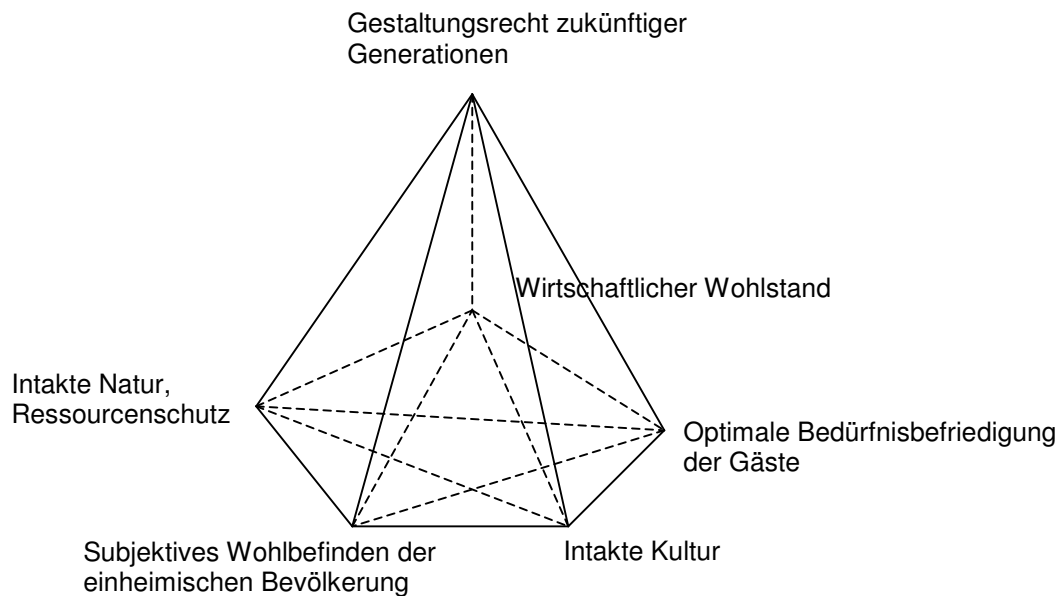


Abbildung 3-1: Magische Fünfeckpyramide einer nachhaltigen touristischen Entwicklung

(Quelle: Müller 1999: 44)

Wir können festhalten, dass die Landschaft im Konzept des sanften Tourismus eine dominante Rolle erhält. Mit der Umsetzung dieser Nischenstrategie wird somit ein wesentlicher Beitrag zur Erhaltung und Förderung von vielfältigen und schönen Landschaften mit einer intakten Erholungsfunktion geleistet. Die integrative Leitidee des sanften Tourismus leitet auf dem Weg hin zu einem nachhaltigen Tourismus wichtige Entwicklungsschritte ein. Die Landschaft soll bei allen Unternehmensaktivitäten verantwortungsvoll mitberücksichtigt werden. Im Dialog zwischen Gästen und Einheimischen wird auf einen schonenden Umgang mit der Landschaft hingewiesen. Zudem sollen die Einheimischen eigenständig über die Entwicklung ihres Lebensraumes entscheiden können. Dies erhöht einerseits die Identifikation mit der Landschaft und verbessert andererseits die kooperative Zusammenarbeit. Beides sind wichtige Bedingungen für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung. Die Wirtschaft setzt schließlich auf die Ressourcen ihrer Umgebung und treibt damit die Vernetzung der regionalen Wirtschaftsläufe voran. Das touristische Angebot stützt sich auf diese Weise auf das Potential des Zielortes ab und kann längerfristig gesichert werden. Somit erhält und fördert ein sanfter Tourismus die Erholungsfunktion der Landschaft auf vielfältige Weise und sichert damit nicht nur die gegenwärtige Existenz der

Tourismusanbieter, sondern schafft auch die Grundlage für den Weg hin zur intergenerationellen Gerechtigkeit.

3.3 Beiträge von Tourismusanbietern zu einem sanften Tourismus

Die Kommunikation mit den Kunden ist ein wesentliches Element in einem nachhaltigen Tourismusunternehmen. Die Gäste werden dabei informiert über „die während der Reise verursachten Umweltbelastungen [...] die Umweltsituation am Reiseziel [...] sowie] die Kultur, Sitten und Bräuche in den bereisten Gebieten mit entsprechenden Verhaltensanregungen“ (Müller 1999: 224). Durch eine aktive Kommunikationspolitik werden umweltbewusste Reisende angesprochen und nicht umweltbewusste Gäste zu einem verantwortungsvolleren Umgang mit der Landschaft animiert. Weitere Schritte hin zu einer unternehmerisch nachhaltigen Umweltstrategie sind: (Vgl. Kirstges/Lück 2001: 24 ff.)

- Die Verankerung der Umweltorientierung im unternehmerischen Zielsystem.
- Die organisatorische Umsetzung der Umweltorientierung durch die Schaffung eines für Umweltfragen zuständigen Organs oder der Festlegung von gewissen von jedem Mitarbeiter zu erfüllende Aufgaben. Eine Kombination dieser beiden Elemente wäre dabei die wirkungsvollste Lösung.
- Eine umweltorientierte Produktpolitik, indem zum Beispiel Angebote mit dem öffentlichen Verkehr kombiniert oder vor Ort landschaftlich-kulturelle Exkursionen angeboten werden. Damit verbunden ist auch eine entsprechende Preisgestaltung, welche die Auswirkungen des Tourismus auf die Landschaft und die Umwelt mitberücksichtigt.

Der Schweizer Hotelierverein und Gastro Suisse haben gemeinsam ein Buch herausgegeben, in welchem Vorschläge für ein nachhaltiges Handeln von Hotel- und Restaurantbetrieben zu finden sind. (Vgl. Müller 1999: 235) Abbildung 3-2 zeigt Beispiele daraus.

Bau und Inneneinrichtungen

- möglichst heimische und natürliche Baumaterialien und Baustoffe verwenden
- Fassaden mit Spalierbäumen begrünen, Gartenanlagen standortgerecht bepflanzen, ggf. blühende Stützmauern
- Innenräume möglichst natürlich ausstatten (zum Beispiel Holz)
- Lärm maximal dämmen (Pflanzungen der Strasse entlang)

Wasser und Energie

- Energie- und Wasserspartipps für Gäste sowie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen publizieren
- Nutzung alternativer Energiequellen prüfen
- energiesparendes und schadstoffarmes Heizsystem vorsehen (Holzschnitzelheizung)

Food and Beverage

- regionale Nahrungsmittel bevorzugen, direkt bei Landwirten einkaufen
- hauseigener Gemüse- und Kräutergarten pflegen
- Getränke aus der Region und aus biologischem Anbau anbieten
- Gäste sowie Mitarbeiter/innen über gesunde und natürliche Ernährung informieren

Freizeitprogramme

- umweltschonende Verkehrsmittel propagieren
- naturnahe, aber umweltverträgliche Aktivitäten und naturkundliche Exkursionen und Führungen anbieten
- Gästemitarbeit in Wald und Garten durch Rabattangebote fördern

Geschäftsführung/Werbung/Preisgestaltung:

- neue ökologische Erkenntnisse ständig berücksichtigen – Ökoinnovationen fördern
- Umweltverantwortung als wichtiges Verkaufsargument einsetzen

Abbildung 3-2: Checkliste für umweltverantwortliche Betriebe

(Quelle: Müller 1999: 235 ff.)

3.4 Fördernde und hemmende Faktoren für einen sanften Tourismus

Der Zielrahmen eines sanften Tourismus ist abgesteckt und die Notwendigkeit eines landschaftsschonenderen Handelns ist begründet. Der Entscheid eines Tourismusanbieters, sich auf einen nachhaltigen Weg zu begeben, hängt jedoch von vielen Faktoren ab. Anhand eines Modells des ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘ wird in diesem Kapitel versucht, die für das Handeln von Tourismusanbietern relevanten Einflussfaktoren zu bestimmen. So wird es möglich, die Bedingungen für ein Verhalten zu Gunsten resp. zu Ungunsten eines sanften Tourismus und damit auch einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung ansatzweise zu begründen. Schliesslich soll auch ein Bezug zur Region Erlach geschaffen werden.

3.4.1 Ein Modell ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘

Das Modell des ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘ wurde innerhalb des Forschungsprojekts „Swiss Priority Programme Environment“ (SPPE) entwickelt. Wie in Abbildung 3-3 zu erkennen ist, wird das Handeln des Einzelnen in diesem Modell einerseits geprägt durch seine interne Struktur, die sich bestimmt durch „die Gesamtheit der seelisch-geistigen und körperlichen Faktoren und Prozesse.“ Handelt es sich um ein Kollektiv, spricht man von der „Gesamtheit organisationaler Faktoren und Prozesse“ (Kaufmann-Hayoz/Gutscher 2001: 23).

Andererseits ist nicht nur die persönliche Fähigkeit eines Akteurs für sein Handeln entscheidend, sondern auch der entsprechende Handlungskontext. Das Modell unterscheidet innerhalb dieser externen Struktur sozio-kulturelle, sozio-ökonomische, rechtliche-politische und physische Aspekte, durch welche sich für die einzelnen Akteure Handlungsoptionen oder Handlungsrestriktionen ergeben.

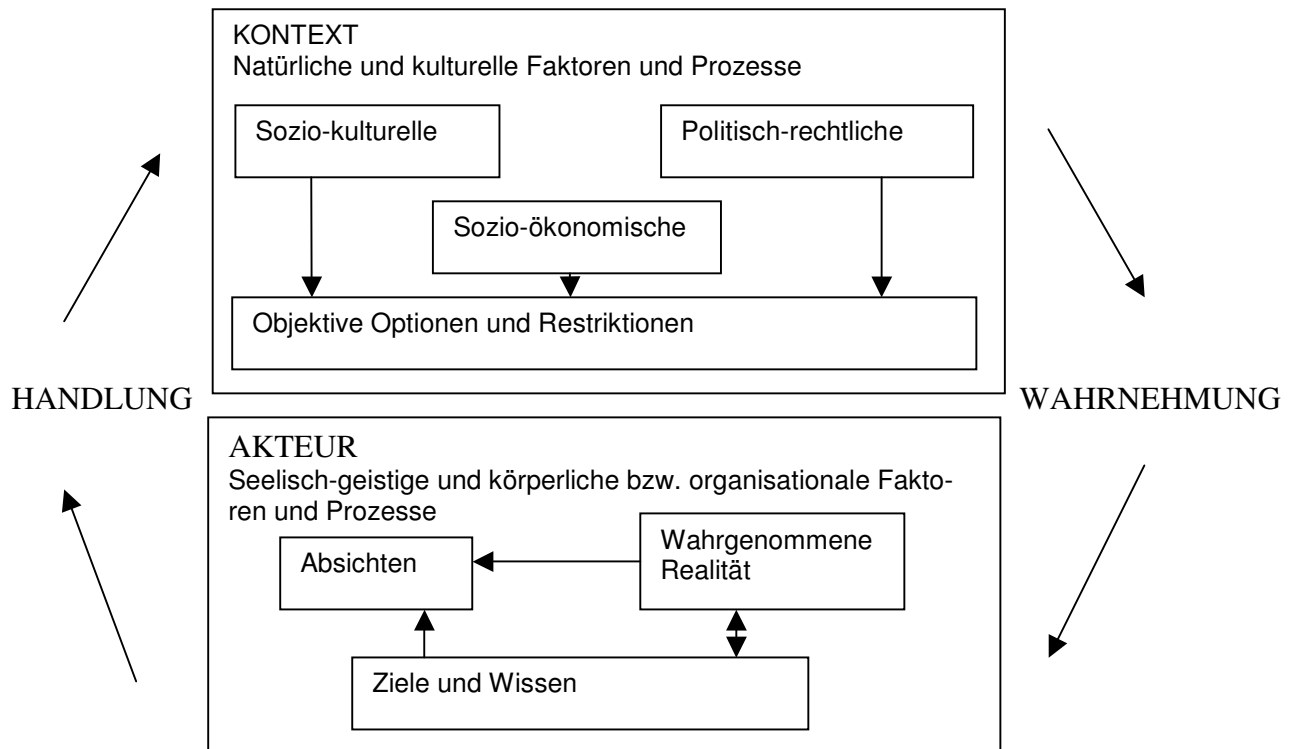


Abbildung 3-3: Ein Modell ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘
(Quelle: Kaufmann-Hayoz/Gutscher 2001: 24)

3.4.2 Seelisch-geistige und körperliche Faktoren und Prozesse – eine interne Struktur

Die interne Struktur eines Tourismusanbieters bestimmt, ob er fähig ist, das Problem der Übernutzung der Landschaft und damit den Verlust der Erholungsfunktion zu erkennen. Sie bestimmt zudem, ob er auch willens ist, diese Tatsache als ernstzunehmendes Problem anzusehen und etwas dagegen zu tun. Der Entscheid für eine nachhaltigere Unternehmensstrategie kann sowohl an der Fähigkeit der Problemerkennung wie auch am Willen zur Problemlösung scheitern.

Die Bedeutung der Landschaft für einen einzelnen Tourismusanbieter und seine Vorstellungen von einem intakten und schönen Lebensraum widerspiegeln einen Teil dieser internen Struktur. Sie geben ein ungefähres Bild vom Identifikationsgrad des Einzelnen mit seiner Umgebung und lassen deshalb auf seine Bereitschaft schliessen, Verantwortung für diese zu übernehmen. Je grösser die indivi-

duelle Bedeutung ist und je genauer die Umschreibungen einer schönen Landschaft ausfallen, umso eher wird ein Akteur auch bereit sein, sich für ihren Erhalt und ihre Förderung einzusetzen.

Diese Voraussetzungen scheinen in der Region Erlach ziemlich gut erfüllt zu sein. Das Landschafts- und Lebensraumbild ist hier direkt und besonders stark wahrnehmbar. Es ist vor allem dann Ursache für das Handeln einzelner Akteure, wenn diese den Verlust von Lebensraumqualität feststellen. Für nicht landwirtschaftliche Grundbesitzende können ebenso ästhetische Werte einer Landschaft handlungsmotivierend sein. Auch das Interesse aussenstehender Fachpersonen vermag Initiative auszulösen, wobei vor allem konkrete, handlungsleitende und spezifisch auf bestimmte Akteure ausgerichtete Informationen gefragt sind. (Vgl. Flury et al. 2001: 127 ff.)

Wenn wir annehmen, ein Tourismusanbieter sei aufgrund seiner internen Struktur fähig und willens, seinen Beitrag zur Erhaltung einer vielfältigen Landschaft zu leisten, dann heisst das jedoch nicht, dass er seine guten Absichten auch umsetzen kann. Auch der externe Handlungskontext bestimmt über die Möglichkeiten resp. die Hindernisse bei der Realisierung seiner Handlungsabsichten. So ist unter Umständen auch dann nicht mit einem landschaftsschonenden Verhalten eines Tourismusanbieters zu rechnen, wenn sich bei ihm die Einsicht durchgesetzt hat, „dass die schöne Landschaft ‚das Kapital‘ des Tourismus darstellt“ (Müller 1999: 106).

Es wird nun versucht, diesen externen Handlungskontext aus der Sicht eines Tourismusanbieters zu bestimmen. Auf diese Weise sollen weitere fördernde resp. hindernde Faktoren für einen sanften Tourismus aufgezeigt werden.

3.4.3 Sozio-kulturelle Faktoren und Prozesse - touristische Nachfrage, Landschaft als öffentliches Gut und Kooperation

Der gesellschaftliche Wandel hat die Entwicklung des Tourismus entscheidend mitgeprägt. Der um 1918 in der Schweiz gesetzlich geregelte Anspruch auf eine Woche Ferien am Stück kann dabei als Ursprung für das heutige Reise- und Ferienverständnis gelten. Mit der Zunahme des Wohlstands und dem Ausbau der Strasseninfrastruktur im weiteren Verlauf der Industrialisierung waren weitere Bedingungen erfüllt, damit immer mehr Menschen diese freie Zeit auf individuelle und mobile Art nutzen konnten. Die zunehmende Umweltbelastung und Verstädterung in den Zentren sowie die Monotonisierung der Arbeit haben schliesslich das Ihrige zu der starken Entwicklung des Bedürfnisses nach auswärtigen Aufenthalten und Ferien beigetragen. Das Phänomen des Massentourismus ist also zu einem grossen Teil ein Phänomen der Wohlstandsgesellschaft. (Vgl. Müller 1999: 92 ff.)

Die Tourismusanbieter können sich dieser Entwicklung nur sehr bedingt entgegenstellen. Es wäre auch „utopisch [...] vom einzelnen [...] Zielgebiet einen Beitrag zur Reduzierung dieses Nachfrage-trends zu erwarten“ (Kirstges /Lück 2001: 19). Angesichts der riesigen Reiseströme wäre ein durchwegs sanfter Tourismus auch gar nicht realisierbar. (Vgl. Kirstges/Lück 2001: 20) Nach dem Prinzip ‚Masse folgt Klasse‘ kann eine totale Ausrichtung auf einen sanften Tourismus sogar als schädlich beurteilt werden. So entdecken einzelne immer neuere Orte und weisen damit unter Umständen vielen anderen den Weg, womit sich aber auch die negativen Einflüsse des Tourismus verbreiten. Des-

halb hat der Massentourismus auf dem Weg hin zu einer nachhaltigen Entwicklung seinen Platz in der Gesellschaft. (Vgl. Kirstges/Lück 2001: 178) Es kann in gewissen Fällen sogar vermutet werden, dass der Massentourismus die Umweltbelastungen effizienter bewältigen kann als der Individualtourismus. (Vgl. Müller 1999: 94)

Die Tourismusanbieter können durch ihr Angebot zwar „ein Verständnis von Freizeit, das auf Konsum, Mobilität und Lebensgenuss“ ausgerichtet ist, fördern (Müller 1999: 178). Doch ist dies neben dem sozio-kulturellen Wandel der Gesellschaft nur eine Ursache für die Dynamik im Tourismus. Die Intensität der Nachfrage nach Ferien an einem Ort ist deshalb ein wichtiger Faktor, wenn es darum geht, wie stark sich Tourismusanbieter nach den Anforderungen eines sanften Tourismus ausrichten können.

Neben dieser gesellschaftlichen Dynamik hat die soziale Beziehungsdichte im Tourismusort eine grosse Bedeutung für die Umsetzung eines sanften Tourismus. In diesem Zusammenhang ist die Tatsache wichtig, dass eine schöne Landschaft ein öffentliches Gut darstellt. Niemand kann vom Konsum dieses Gutes ausgeschlossen werden. So kann im Prinzip jeder von einer schönen Landschaft profitieren, auch wenn er nichts zu ihrer Erhaltung oder Förderung beiträgt. Deshalb hat der Einzelne den Anreiz, sich als Trittbrettfahrer zu verhalten und dabei gratis an den Leistungen anderer teilzuhaben. Weil nun alle ähnliche Überlegungen anstellen, wird unter Umständen niemand bereit sein, sich für den Erhalt und die Förderung einer vielfältigen Landschaft einzusetzen. Was im Zweifel alle wollen, wird nicht bereitgestellt. Unter diesen Umständen kann ein einzelner Tourismusanbieter nur sehr schwer die Erholungsqualität der Landschaft sicherstellen. Nur im Kollektiv, sei es durch die Gemeinde oder die gemeinsame Kooperation der touristischen Unternehmen, ist es möglich, diese Dilemmasituation zu überwinden. Die Wahrscheinlichkeit der Kooperation ist umso höher, je grösser die soziale Dichte in einem Ort ist. Dann nämlich kann über die gegenseitige Kontrolle das Trittbrettfahrerproblem überwunden werden. (Vgl. Kirsch 2004: 168 f.)

Mosler et al. (1995: 245 ff.) haben festgestellt, dass Pioniere des umweltgerechten Handelns in diesem Prozess hin zu einer nachhaltigen und kooperativen Gemeinschaft eine Vorbildfunktion einnehmen. Eine Minderheit kann eine Mehrheit überzeugen, je mehr Pioniere es in einer Gemeinschaft gibt, die nicht nachgiebig sind, mit möglichst vielen anderen Akteuren vernetzt sind und einen hohen Status in der Gesellschaft haben.

Zusammenfassend ist ein sanfter Tourismus umso eher zu erwarten,

- je geringer die Intensität der gesellschaftlichen Nachfrage nach Ferien im Ort ist.
- je besser die soziale Zusammenarbeit funktioniert.
- je mehr unnachgiebige Pioniere in einer Gemeinschaft aktiv sind.

In der Region Erlach ist vor allem der Bielersee ein starker touristischer Anziehungspunkt. An heissen Tagen kann dies besonders in Erlach zu viel Verkehr und einer Übernutzung des Seeufers führen, was von den Tourismusanbietern nur bedingt beeinflusst werden kann. Ausserhalb der Sommersaison

ist es jedoch fast unheimlich ruhig. Mit dem Raumentwicklungskonzept des Regionalverbands Erlach + östliches Seeland besteht zudem eine gemeinsame Vision bezüglich einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Verschiedene Gemeinden haben auf der Basis dieses Konzepts gemeinschaftliche Projekte in der Landschaftspflege realisiert. Dies fördert die Zusammenarbeit und die Bildung von Netzwerken unter den verschiedenen Akteurguppen. Konflikte innerhalb der Interessengemeinschaften sind dabei nicht zu verhindern, doch ist die Chance der Konfliktlösung aufgrund des Zusammengehörigkeitsgefühls in den eher kleinen und ländlichen Gemeinden grösser als in dicht besiedelten städtischen Gebieten. (Vgl. Flury et al. 2001: 129 f.) Auch unter den Tourismusanbietern besteht somit Potential für ein koordiniertes Vorgehen in Richtung eines sanften Tourismus.

3.4.4 Sozio-ökonomische Faktoren und Prozesse – wirtschaftlicher Druck in kleinen Unternehmen

Ökologie kann auch als Langzeitökonomie bezeichnet werden. „Doch die kurzfristigen betriebswirtschaftlichen Entscheide stehen meistens im Konflikt mit den ökologischen Erfordernissen“ (Müller 1999: 205). Besonders in kleinen und mittelständischen Unternehmen kann sich dieser Konflikt aufgrund der finanziellen und organisatorischen Rahmenbedingungen verstärken: (Vgl. Kirstges/Lück 2001: 17)

- Die Rendite dieser Betriebe ist meist klein.
- Sie verfügen nur über ein geringes Eigenkapital und haben aufgrund hoher Risikowerte oft Schwierigkeiten, sich mit Fremdkapital zu versorgen.
- In der arbeitsintensiven Tourismusbranche können sich kleine Unternehmen nur schwer zusätzliche Arbeitskräfte leisten, da dies die Kosten sprunghaft erhöhen würde. Daher gibt es keine freie Personenkapazität für Sonderprojekte zur Förderung eines sanften Tourismus.
- Oft werden alle Bereiche von einer Person geführt, was das Innovationspotential eines Unternehmens erheblich beeinträchtigt.

Aus diesen Gründen ist die Umsetzung eines sanften Tourismus umso schwieriger, je kleiner das Unternehmen ist. Deshalb geht in Familienbetrieben bei gleichzeitig hohem Konkurrenzdruck zwischen den Betrieben resp. zwischen verschiedenen Ferienorten die Notwendigkeit des ökonomischen Handelns vielfach weiter als die Einsicht, dass dabei die Landschaft als Existenzgrundlage zu Schaden kommt.

Es ist zu erwarten, dass die kleinen und mittelständischen Tourismusbetriebe in Erlach mit ähnlichen Problemen zu kämpfen haben. Die Möglichkeiten, sich für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung aktiv einzusetzen, sind zeitlich und finanziell beschränkt.

3.4.5 Politisch-rechtliche Faktoren und Prozesse – Raumplanung und Mitwirkung

Bund, Kanton und Gemeinden geben mit der Raumplanung die Richtlinien der Landschaftsentwicklung vor. So ist das Ausscheiden von Bauzonen für die touristische und zugleich landschaftliche Entwicklung von grosser Bedeutung. Die Tourismusanbieter nehmen hier nur indirekt über die aktive Mitwirkung am politischen Entscheidungsprozess Einfluss auf die Landschaftsentwicklung. Die Gemeinde ihrerseits kann direkte planerische Massnahmen ergreifen, um die Zersiedelung zu verhindern und somit die Schönheit der Landschaft zu bewahren. (Vgl. Müller 1999: 245 ff.) Dazu gehören:

- Rückzonung von Bau- in Landwirtschaftszone
- Konzentrierung der Landnutzung
- Etappierung von Erschliessungen des Landes
- Baulandzonenstopp

In den kleineren Gemeinden Erlach und Tschugg, wo die Bürger direkt von politischen Entscheidungen betroffen und die Probleme relativ überschaubar sind, wo zudem der Einzelne ein relativ hohes Gewicht im Entscheidungsprozess erhält, ist die Partizipation von touristischen Akteuren eher wahrscheinlich als auf höheren politischen Ebenen. Trotzdem bleibt der Einfluss des Bürgers auf die kommunale Politik beschränkt.

3.5 Zusammenfassung

1) Was ist unter einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung zu verstehen und wie trägt ein sanfter Tourismus zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung bei resp. nicht bei?

Nachhaltige Landschaftsentwicklung bedeutet, dass die Landschaft als Wirtschaftsgrundlage und Lebensraum sowie als Erlebnis-, Erholungs- und Identifikationsraum in ihrer Gestalt- und Strukturvielfalt sowie ihrer Eigenart und Schönheit erhalten und gefördert wird. Die Erholungsqualität der Landschaft soll gesichert und der Gestaltungsspielraum für kommende Generationen soll bewahrt werden.

Die Landschaft als ‚das Kapital‘ des Tourismus nimmt im Konzept des sanften Tourismus eine zentrale Rolle ein. Auch wenn das Ziel einer sanften Tourismusstrategie nicht explizit die Sicherung der Bedürfnisse zukünftiger Generationen ist, kann ihre integrative Leitidee die Grundlage für eine Entwicklung in diese Richtung schaffen. Es wird darauf Wert gelegt, dass die einheimische Bevölkerung eigenständig über die Entwicklung ihres Lebensraumes entscheidet und sich so stärker mit ihrer Umgebung identifizieren kann. Im Dialog zwischen Gästen und Einheimischen wird auf einen schonenden Umgang mit der Landschaft hingewiesen und die Vernetzung der regionalen Wirtschaft sichert ein auf den lokalen Ressourcen ruhendes Angebot. Somit erhält und fördert ein sanfter Tourismus die Erholungsfunktion der Landschaft auf vielfältige Weise und trägt damit wesentlich zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung bei.

2) Was tragen Tourismusanbieter in der Region Erlach zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung bei resp. was tragen sie nicht bei?

Die Landschaft ist für die Menschen - insbesondere für die Touristen - nicht nur Lebens- sondern auch Erlebnisraum. Die Erholungsfunktion der Landschaft hängt dabei stark von ihrer Vielfalt und Eigenart ab, weshalb das Reiseverhalten in erster Linie auf dem landschaftlichen Attraktivitätsgefälle zwischen den touristischen Quell- und Zielgebieten gründet. Es sollte also auch im Interesse der Tourismusanbieter liegen, ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung zu leisten.

Neben der Verankerung der Umweltorientierung im unternehmerischen Zielsystem, organisatorischen Massnahmen und einer umweltorientierten Preis- und Produktpolitik ist vor allem die aktive Kommunikation mit den Kunden eine Möglichkeit, als Tourismusanbieter zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung beizutragen. Durch die Befragung der Tourismusanbieter in der Region Erlach wollen wir herausfinden, wie sie auf die Entwicklung der Landschaft Einfluss nehmen und in welchem Masse diese Aktivitäten als nachhaltig beurteilt werden können.

3) Welche Bedeutung hat die Landschaft für Tourismusanbieter in der Region Erlach?

Innerhalb des Modells ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘ haben wir festgestellt, dass sowohl die interne als auch die externe Struktur eines Akteurs seinen Handlungsrahmen vorgeben. Die Bedeutung der Landschaft für einen einzelnen Tourismusanbieter und seine Vorstellungen von einem intakten und schönen Lebensraum widerspiegeln dabei einen Teil der internen Struktur. Je grösser die Bedeutung ist und je genauer die Umschreibungen einer schönen Landschaft ausfallen, umso eher wird ein Tourismusanbieter auch bereit sein, sich für ihren Erhalt und ihre Förderung einzusetzen.

4) Welche Faktoren hindern bzw. begünstigen Tourismusanbieter zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung beizutragen?

Wenn wir annehmen, der Tourismusanbieter sei aufgrund seiner internen Struktur fähig und willens, seinen Beitrag zur Erhaltung einer vielfältigen Landschaft zu leisten, dann heisst das jedoch nicht, dass er seine guten Absichten auch umsetzen kann. Die externe Struktur ermöglicht eine Entwicklung in Richtung eines sanften Tourismus umso eher,

- je geringer die Intensität der gesellschaftlichen Nachfrage nach Ferien im Ort ist.
- je besser die soziale Zusammenarbeit funktioniert.
- je mehr unnachgiebige Pioniere in einer Gemeinschaft aktiv sind.
- je grösser das Unternehmen ist.
- je mehr Einfluss die nachhaltig ausgerichteten touristischen Akteure auf den politischen Entscheidungsprozess haben und je stärker sie sich daran beteiligen.

4 Tourismusanbieter im Spannungsfeld von Alltag und nachhaltiger Landschaftsentwicklung

Bei der Auswertung der Interviews nach der qualitativen Inhaltsanalyse von Mayring (1995) hielten wir uns stark an die von uns gestellten Forschungsfragen. Ebenfalls berücksichtigten wir die verschiedenen Kategorien von Tourismusanbietern in der Region Erlach.

4.1 Tourismusanbieter und nachhaltige Landschaftsentwicklung – Was tragen sie dazu bei?

Gastronomiebetriebe der Region Erlach haben kaum einen direkten Einfluss auf Veränderungen der Landschaft. Dieser beschränkt sich auf ihren eigenen Garten, wo sie zum Beispiel Rasen mähen, Bäume zuschneiden, Sommerflor pflanzen oder das Haus der Landschaft entsprechend streichen lassen. Auch ziemlich weitreichende Einflüsse wie das Teeren eines ehemaligen Schotterstein-Parkplatzes sind möglich. Ein indirekter Einfluss auf die Landschaft besteht im Einkauf von ökologischen Produkten aus der Region. Hier existieren sehr grosse Meinungsverschiedenheiten bezüglich des Nutzens einer solchen Strategie für den Betrieb. Die einen vermarkten die Qualität, welche sie mit Natura Beef vom Feld direkt neben der Terrasse des Restaurants auf den Teller bringen, die anderen legen eher Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Für letztere ist das regionale Biofleisch zu teuer.

Einer der zwei Campingplatzbetreiber glaubt, abgesehen vom Wasser- und Stromverbrauch, kaum einen Einfluss auf die Landschaft zu haben. Eine Verminderung des Verbrauchs von Ressourcen durch eine verstärkte Nutzung erneuerbarer Energien wird jedoch nicht in Betracht gezogen. Die häufigsten Kontakte der Campingplatzbetreiber mit der Landschaft entstehen bei der Pflege der Anlage, so zum Beispiel beim Rasenmähen oder beim Entsorgen von Abfall. Es besteht aber offenbar auch ein indirekter Einfluss, indem ein Campingplatzbetreiber versucht, seine Gäste für die Landschaft zu sensibilisieren. Besucher werden gebeten ihren Abfall zu entsorgen und das Fahrrad zur Fortbewegung zu gebrauchen. Die Sensibilisierung wirke umso stärker, je länger die Gäste in der Region verweilen. Der andere Campingplatzbesitzer jedoch meint, er könne seine Gäste weder belehren noch ihr Verhalten beeinflussen.

Weinbauern kommen durch ihre Arbeit in den Reben am stärksten mit der Landschaft in Kontakt und tragen so auch viel zum Landschaftsbild bei. Einer bezeichnete sich dementsprechend als Landschaftsgärtner. Oft werden in diesem Zusammenhang auch die Rebzonen erwähnt, die dank der Bewirtschaftung der Winzer erhalten werden können. Innerhalb dieser Zonen kann nicht gebaut werden, womit die Rebberge als wichtiges Landschaftselement bestehen bleiben. Diese seien aufgrund der integrierten Weinproduktion, bei welcher die Böden nicht mehr so intensiv bearbeitet werden, wieder grüner und schöner geworden. Bei öffentlichen Anlässen gebe man sich in der Pflege der Reben besonders Mühe und man achte stärker auf das Gesamtbild der Rebberge. Weiteres Handlungspotential besteht beispielsweise im Verzicht auf das Montieren von Hagelschutznetzen. Diese seien eine Ka-

tastrophe und hätten einen total negativen Einfluss auf die Landschaft. Auch die partiellen Terrassierungen der Rebberge, bei welchen zum Teil alte Eisenbahnschwellen verwendet werden, seien hässlich. Ausserhalb ihrer bewirtschafteten Parzelle erkennen einige Weinbauern bei Anlässen oder Führungen die Möglichkeit der Gästesensibilisierung, wobei sie so indirekt Einfluss auf die Landschaft nehmen. Der ‚Läsetweg‘ ist ein solcher Anlass, wo Gäste sensibilisiert werden können. Er wird zweimal im Jahr durchgeführt und pro Tag nehmen zwischen 600 und 700 Besucher teil. Es handelt sich dabei um einen zweistündigen Postenlauf, während dem die Gäste auf die vielfältige Landschaft, die verschiedenen Weine und das gastronomische Spezialitätenangebot von Erlach aufmerksam gemacht werden. Bei Führungen durch die Reben, den Keller oder das ‚Stedtli‘ wird den Leuten zum Beispiel auch vermittelt, welche Massnahmen bei der integrierten Weinproduktion eingehalten werden müssen und welche Folgen dies auf die Landschaft und den Betrieb hat. Der Kundenkontakt wird von allen als sehr wichtig erachtet, wobei Bezugspersonen und gegenseitiges Vertrauen (90% wiederkehrende Gruppen) eine wichtige Rolle spielen. Herzlichkeit und Freundlichkeit seien die obersten Gebote. Der grosse Anteil an Touristen in der Kundschaft der Weinbauern (bis zu 60%) und der durch das Geschäft bedingte enge Kontakt zu denselben verdeutlicht das Sensibilisierungspotential im Weinbauergewerbe im Bezug auf die Landschaft. Einer sieht sich sogar in der Funktion eines Tourismusbüros, das den Gästen wichtige Informationen über den Ort vermittelt.

Die Tourismusanbieter der Kategorie Freizeit & Sport beurteilen ihren Einfluss auf die Landschaft als gross. Sie kommen täglich mit dem See in Berührung und ergreifen auch bauliche Massnahmen, um neue Angebote zu schaffen. Einer erwähnt, er wolle allen die Möglichkeit bieten, von der Schönheit der Landschaft zu profitieren. Weiter trage er vor allem Sorge zum Areal, welches er entsprechend in einem sauberem und aufgeräumtem Zustand halte. Die Werft aus Holz integriere sich gut in das Landschaftsbild. Die Aussage „wir brauchen die Landschaft und die Landschaft braucht uns“ unterstreicht die Tatsache, dass ein gewisser Einfluss lebensnotwendig ist. So wie die Landschaft momentan sei, soll sie erhalten bleiben. Schliesslich sei es wichtig, dass man einen vernünftigen Umgang mit der Natur pflege und seinen Einfluss auf die Landschaft auch vertreten könne.

4.2 Tourismusanbieter und die Bedeutung der Landschaft

In diesem Abschnitt analysieren wir, wie wichtig die Landschaft für die Tourismusanbieter ist. Die Aussagen werden dabei in die drei Kategorien ‚sehr wichtig‘, ‚wichtig‘ und ‚nicht wichtig‘ unterteilt. Bemerkungen zu den Gründen, warum die Landschaft für die Tourismusanbieter von Bedeutung ist, werden ebenfalls aufgeführt. So widmet sich der Teil 4.2.2 der Beziehung der Tourismusanbieter zur Region Erlach.

4.2.1 Wichtigkeit der Landschaft für den Betrieb

Die Restaurationsbetriebe und Hotellerieanbieter erachten die Landschaft ausnahmslos als sehr wichtig für ihren Betrieb. Sie sind auf einen ständigen Fluss von Besuchern angewiesen, um das Geschäft lohnend führen zu können. Erlach zieht dank seiner Landschaft täglich Touristen an. Als stark frequentierte Ausflugsziele werden der Bielersee, allgemein die Wasserfront, die St. Petersinsel, das

Grosse Moos und natürlich die vielen Velowanderwege in der Region genannt. „Viele Gäste kommen wegen der schönen harmonischen Landschaft, fahren zum Grossen Moos, gehen im See baden oder besuchen die St. Petersinsel.“

Diese Faktoren spielen beim Erfolg des Campingplatzes weniger mit. Schönes Wetter ist zumindest für einen Campingplatzbetreiber wichtiger als eine vielfältige Landschaft. Der andere Campingplatzbetreiber hingegen empfindet eine vielfältige Landschaft für den Betrieb und den nahe gelegenen Hafen als wichtig.

Auch die Weinbauern erachten die Landschaft als wichtig. Vor allem die Aussicht vom Jolimont auf die St. Petersinsel, den See und das ‚Stedtli‘ sei - insbesondere bei Führungen - ein zentrales Element. Ein Weinbauer habe schon von vielen Leuten gehört, dass sie sich daran erinnerten, wie es in Erlach aussehe, sobald sie zu Hause ein Glas Erlacher trinken würden. Sie brächten den Weingenuss mit den Reben und der Landschaft in Verbindung. Eine schöne Ortschaft sei denn auch die Grundlage ihres Gewerbes. Dadurch kämen viele Besucher in die Region, die sich in den Restaurants verpflegten und so auch mit dem einheimischen Wein in Kontakt kämen. Der See schliesslich Sorge für ein mildes Klima, welches Spätfrost verhindere und gute Bedingungen für den Rebbau schaffe.

Auch für die Kategorie Sport & Freizeit ist die Landschaft wichtig. Gäste dieser Betriebe wollen sie erleben, indem sie die Seen und Kanäle sowie das Strandbad besuchen oder indem sie wandern gehen und von den Velowegen Gebrauch machen. Sie finden so Erholung und Freiheit. Ein Tourismusanbieter erklärt, nicht seine Schiffe, die man überall kaufen könne, seien exklusiv, sondern die Landschaft. Erst wenn das Ambiente stimme, würden Kunden auch bei ihm kaufen. Dieses sei vor allem dank der Seeuferrenaturierung und der dazugehörigen Infrastruktur direkt neben dem Betrieb einmalig. Eine abwechslungsreiche Landschaft und ein vielseitiges Landschaftsbild mit all seinen Elementen seien bei den Touristen beliebt. Vor allem der direkte Zugang zum See wird hervorgehoben: „Wie ein Bergort nicht ohne Skilift leben kann, können wir nicht ohne Seeanstoss leben.“

4.2.2 Beziehung zur Region Erlach

Die Kategorie ‚Beziehung der Tourismusanbieter zur Region Erlach‘ unterteilen wir in die Unterkategorien Tradition, Landschaft, Zentralität und ‚Stedtli‘. Es ist möglich, dass sich eine Person zu einer oder gleich zu mehreren der hier beschriebenen Kategorien äussert. Abbildung 4-1 zeigt eine Übersicht zu den Anzahl Nennungen der Tourismusanbieter in den hier erläuterten Unterkategorien.

Unterkategorie	Anzahl Nennungen
Tradition	7
Landschaft	7
Zentralität	4
‚Stedtli‘	1
Total	19

Abbildung 4-1: Anzahl Nennungen in der Kategorie ‚Beziehung der Tourismusanbieter zur Region Erlach‘

(Quelle: Interviewaussagen 2005. Eigene Darstellung)

Die meisten Antworten fallen auf die Kategorien Tradition und Landschaft. Das Spazieren am See, die Sicht auf den See und das Seeland werden hier oft genannt. Erlach sei schön, so wie es ist. In der Kategorie Tradition fällt oft die Antwort, dass der Betrieb vom Vater oder sogar Grossvater übernommen worden oder dass der Tourismusanbieter selbst in Erlach aufgewachsen sei. Sie erachten es als „logisch“, dass man dann den Betrieb aufrechterhält. Auch wichtig ist den Tourismusanbietern die zentrale Lage von Erlach. Bern, Neuenburg, Murten und Biel sind Städte, die unmittelbar in der Nähe liegen. Dies wird als grosser Vorteil erachtet, obwohl keine dieser Städte direkt mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar ist. Andererseits wird auch die Nähe zur Romandie und zur Sprachgrenze angesprochen sowie die Möglichkeit, im Sommer im See zu baden und im Winter im Jura Ski zu fahren. Erlach als ‚Stedtli‘ an und für sich wird nur einmal genannt. Das ‚Stedtli‘ könne sehr persönlich sein, so die Aussage des Tourismusanbieters.

Viele der befragten Tourismusanbieter sind in der Region aufgewachsen, was auch gleichzeitig der Grund ist, wieso ihnen dieser Ort am Herzen liegt. Andere fühlen sich zur Region Erlach hingezogen wegen der schönen Landschaft. Tradition und Landschaft sind die meistgenannten und somit die wichtigsten Gründe, warum sich die Tourismusanbieter mit der Region Erlach verbunden fühlen. Das ‚Stedtli‘ an und für sich und die Standortvorteile sind zu vernachlässigen. Dies mag auch daran liegen, dass zur Nutzung der Zentralitätsvorteile das Besitzen eines Autos nötig ist. Andernfalls ist die Region Erlach ziemlich schlecht durch den öffentlichen Verkehr erschlossen.

4.3 Tourismusanbieter in der Region Erlach – fördernde und hemmende Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung

In den nachstehenden Abschnitten werden wir nun genauer auf die von Tourismusanbietern der Region Erlach genannten fördernden und hemmenden Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung eingehen. Abbildung 4-2 fasst die Ergebnisse zusammen, wobei in Klammern die Anzahl der Nennungen in der entsprechenden Unterkategorie steht.

Fördernde Faktoren (31)	Hemmende Faktoren
Gesetze/Reglemente/Politik (8)	Gesetze/Reglemente/Politik (9)
Überzeugung/Einstellung (5)	Wirtschaftlicher Druck (6)
Sensibilisierung/Information von Gästen und Ortsansässigen (5)	Überzeugung/Einstellung (3)
Zusammenarbeit (4)	Fehlende öffentliche Unterstützung (3)
Öffentliche Unterstützung und Anreize (3)	Massen-/Tagestourismus (2)
Schönheit der Landschaft (2)	
Technologischer Fortschritt (2)	
Langfristiger Planungshorizont (2)	

Abbildung 4-2: Anzahl Nennungen zu fördernden und hemmenden Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung

(Quelle: Interviewaussagen 2005. Eigene Darstellung)

4.3.1 Fördernde Faktoren

Die am häufigsten genannten fördernden Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung finden sich in der Kategorie Gesetze/Reglemente/Politik. Fahrverbote, zum Beispiel auf dem Heidenweg in Richtung St. Petersinsel, und Strassenbaugesetze werden aufgrund der geringeren Belastung für die ansässige Bevölkerung und die Landschaft positiv bewertet. Schutzbestimmungen, wie beispielsweise die Ausscheidung der St. Petersinsel als Naturschutzgebiet, und Vorschriften werden - wenn sie eingehalten werden - als sinnvoll erachtet. Hier zu nennen sind die zu erfüllenden Auflagen zur Ausübung von Bootssport auf den Seen, die respektiert und als wichtig erachtet werden. Sie verhindern beispielsweise den Einsatz von zu lauten Motorbooten. Ein Tourismusanbieter plädiert trotzdem für eine stärkere Geschwindigkeitsbegrenzung, um den Lärm weiter zu verringern. Im Bereich der Raumplanung werden als positive Elemente die Errichtung von Rebzonen und der Verzicht auf eine weitere Einzonung von Bauland genannt. Ein anderer Tourismusanbieter lobt die fortschrittliche Umweltpolitik in der Region Erlach.

Bei der Kategorie Überzeugung/Einstellung betonen die Tourismusanbieter die Wichtigkeit eines gesunden Menschenverstands, von Respekt und Einsicht sowie den Aspekt der Freiwilligkeit für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung. In einem Interview wird hervorgehoben, dass sich ein Tourismusanbieter als ein Teil des gesamten touristischen Angebots einer Region sehen und die Natur respektieren sollte.

Der Sensibilisierung und Information der Menschen in Bezug auf die Landschaft sollte gemäss den touristischen Anbietern in der Region Erlach vor allem in der Bildung der Kinder ein grösseres Gewicht zukommen. In den Interviews wird oft unterstrichen, dass die Bedeutung der Landschaft für einen Menschen, wie zum Beispiel auch die Benutzung des öffentlichen Verkehrs, eine Einstellungssache sei. Um das Bewusstsein für die Landschaft zu fördern sei ebenfalls eine gute, ehrliche und nicht einseitige Information der Gäste durch die Ortsansässigen wichtig. Doch auch die Einwohner sind auf Informationen angewiesen, wobei die Gemeinde und auch der Regionalverband (RV) Erlach + östliches Seeland (EOS) als bedeutende Institutionen für die landschaftliche Entwicklung eine zentrale Rolle einnehmen sollten.

Ein weiterer wichtiger fördernder Faktor für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung zeigt sich in der Zusammenarbeit zwischen Tourismusanbietern und Gemeinden. Die Tourismusanbieter akzentuieren dabei die Bedeutung regionaler Produkte und Partnerschaften untereinander, aber auch die aufeinander abgestimmte Zusammenarbeit der verschiedenen Gemeinden der Region. Der RV EOS nimmt in dieser Hinsicht eine Vorreiterrolle in der Region ein.

Die Kategorie ‚öffentliche Unterstützung und Anreize‘ wird sowohl als fördernd als auch als hemmend angesehen. So wird die Tätigkeit der Gemeinde zur Erhaltung der Landschaft von einem Tourismusanbieter als bedeutsam empfunden und ferner auf die Wichtigkeit von Entschädigungen oder Kompensationen für geleistete Arbeiten zum Schutz oder zur Erhaltung der Landschaft hingewiesen. In die gleiche Richtung zielt auch die Aussage, „wenn es im Portemonnaie nichts ändert, passiert nichts“, die einen gewissen ökonomischen resp. monetären Anreiz als fördernd bezeichnet.

Weiter wird die Schönheit der Landschaft an sich genannt: „Je schöner die Landschaft, desto eher will man sie erhalten und desto grösser ist der finanzielle Nutzen, der daraus gezogen werden kann“. In Erlach schätze man die Schönheit der Landschaft, deshalb trage man Sorge zu ihr. Schliesslich werden auch technologische Fortschritte, wie zum Beispiel der Einsatz von neuen und ungiftigen Mitteln an Stelle von Pestiziden im Weinbau, und ein langfristiger Planungshorizont erwähnt.

Betrachtet man die Nennungen der verschiedenen Kategorien von fördernden Faktoren anhand unserer Einteilung der Tourismusanbieter in Hotels /Restaurants, Camping, Weinbauern und Freizeit & Sport ergeben sich keine klaren Zusammenhänge oder Unterschiede. Auffallend ist einzig, dass bei allen vier die Sensibilisierung und Information von Gästen und Ortsansässigen betont wird. Es zeigt sich die Tendenz, dass sich Hotels und Restaurants am wenigsten mit fördernden Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung auseinandersetzen.

4.3.2 Hemmende Faktoren

Der meist genannte Faktor, der die Tourismusanbieter bei ihrem Engagement für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung hemmt, ist die Kategorie Gesetze/Reglemente/Politik. So beklagen sich Tourismusanbieter über einen eingeschränkten Handlungsspielraum und über eine schlechte Information durch die Behörden mit Aussagen wie „je mehr Reglemente existieren, desto eher wird man sich ärgern und versuchen sie zu umgehen.“ Sie verlangen konstruktive Vorschläge und nicht lediglich neue Reglemente und Vorschriften. Von einem Interviewpartner wird ebenfalls hervorgehoben, die Gesetzgebung „sei immer hintendrin“ und sobald neue Gesetze verabschiedet würden, hätten sich die Bedingungen bereits wieder verändert.

Ein weiteres wichtiges Hindernis für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung sehen die Tourismusanbieter im wirtschaftlichen Druck, unter welchem sie stehen. Demgemäss rechtfertigt ein Weinbauer den Einsatz von Hagelschutznetzen – welche das Bild der Landschaft nach der Meinung anderer Weinbauern verunstalten – mit deren wirtschaftlicher Bedeutung und Notwendigkeit. Eine Versicherung bringe ihm nichts, wenn er nach starkem Hagelschlag keinen Wein im Keller habe, insbesondere weil der Kundenkontakt in ihrem Gewerbe so wichtig sei. Die Rechnung würde dann nicht mehr aufgehen und er müsste sein Einkommen zu Gunsten der Allgemeinheit schmälern, wozu wohl nur selten jemand bereit wäre. Unterstrichen wird dieses Verhalten mit der Aussage „Ökologie bringt kein Einkommen“. Viele Tourismusanbieter haben weder die finanziellen noch die personellen und zeitlichen Mittel, sich stärker um die Landschaft und den Landschaftsunterhalt zu kümmern. Dies umso mehr als es sich bei den Tourismusanbietern im Raum Erlach fast ausschliesslich um kleinere Familienbetriebe handelt. Die Aufrechterhaltung des Betriebs erfordere einen enormen Arbeitseinsatz. Für die meisten fehlt ein monetärer Anreiz, deshalb setzen sie sich nicht für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung ein.

Ebenfalls als Hindernis angegeben wird die Einstellung der Gäste, die zu faul seien, den Abfall zu entsorgen und zu trennen sowie entsprechende Aufforderungen nicht verstehen wollten und die Schönheit des Ortes nicht zu schätzen wüssten.

Stark mit dem Faktor des wirtschaftlichen Drucks verbunden, ist die fehlende öffentliche Unterstützung, welche von verschiedenen Tourismusanbietern erwähnt wird. Besonders die schlechte Anbindung an den öffentlichen Verkehr der Region Erlach wird von vielen als eine Behinderung einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung aufgefasst und als das Hauptproblem für die starke Verkehrsbelastung durch die Touristen angesehen. Wie zuvor erwähnt, ist es den Tourismusanbietern nicht möglich, sich ohne finanzielle Entschädigung neben den betrieblichen Aufgaben auch noch der Landschaft zu widmen.

Auch als hemmender Faktor aufgefasst wird der starke Tagestourismus an den Sommerwochenenden und während der Sommerferien. Ersterer bringt einer Interviewaussage zufolge „niemandem etwas“, da diese Art von Touristen ihre Nahrungsmittel und Ausrüstungen selber mitbringen und zudem viel Abfall und Schmutz verursachen würden. Zudem werde durch die vielen Autos die Aussicht vom Jolimont her beeinträchtigt. Auch die Wirkung der Campingplätze und des prägenden Hafens sei in dieser Hinsicht störend, müsse aber so hingenommen werden. Denn oft müsse man auf etwas verzichten, um dafür etwas zu erhalten. Die Dauermieter und länger verbleibenden Gäste auf den Campingplätzen sind die Haupteinnahmequelle vieler Betriebe in der Region Erlach.

Ein Tourismusanbieter vertritt jedoch auch die Meinung, dass keine hemmenden Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung vorhanden und die Rahmenbedingungen in Ordnung seien.

Bei der Betrachtung anhand der vier Tourismusanbieterkategorien ergibt sich auch bei den hemmenden Faktoren kein klares Muster von Gemeinsamkeiten oder Unterschieden. Interessant ist jedoch die Anzahl hemmender Faktoren, welche für die jeweiligen Tourismusanbieter eine Rolle spielen. Wiederum scheinen insbesondere für die Hotels/Restaurants die Hindernisse für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung eine geringere Bedeutung zu haben als für die anderen Kategorien von Tourismusanbietern.

4.4 Mögliche Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung

In dieser Kategorie erfassen wir die Aussagen zur Frage, ob es aus der Sicht der Tourismusanbieter unausgeschöpfte Potentiale für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung gibt. Recht häufig ist darauf die Antwort gefallen, man könne zur nachhaltigen Landschaftsentwicklung keine weiteren Beiträge leisten. Im Verlauf des Gesprächs sind dann doch noch Vorschläge gemacht worden.

Die meistgenannten möglichen Beiträge sind die Sensibilisierung und Information von Gästen und Einheimischen sowie das Verhalten und die persönliche Einstellung der Tourismusanbieter. Die Informationen sollen von Seiten der Tourismusanbieter aber auch von den Behörden kommen. Ein wichtiger Aspekt sei, dass auch Schulen einen Schwerpunkt auf die Sensibilisierung und die Information der Schüler legen und dass sie so ein entsprechendes Verhalten und eine umweltgerechte Einstellung fördern.

Viele Nennungen fallen weiter auf die Berücksichtigung der Lokallieferanten bei den Einkäufen. Hier ist zu ergänzen, dass fast alle von uns befragten Tourismusanbieter bereits Kunden der Lokallieferan-

ten sind. Sie kaufen so viel wie möglich in Erlach und Umgebung ein. „Wenn ich in einem Erlacher Restaurant esse oder meinen Kunden dieses Restaurant empfehle, dann nimmt dieses Restaurant meinen Wein auf die Speisekarte.“ Der Kreis schliesse sich so wieder.

Mit der Politik, respektive Gesetzen und Verboten könne man viel regeln. Diese Antwort wird auch oft registriert. Hier wird zum Beispiel das Ausweisen der Ökoflächen für Landwirte genannt.

Die Beiträge zur Landschaftspflege durch die Tourismusanbieter selber werden jedoch nur in kleinem Rahmen vorgeschlagen. Jeder soll zu seinem Haus und Umschwung schauen, damit sich ein sauberes und gepflegtes Gesamtbild ergebe. Die Winzer tragen durch die Bewirtschaftung der Rebberge am stärksten zur Landschaftspflege bei. Die Landschaft soll nach den Meinungen vieler Tourismusanbieter in ihrem jetzigen Zustand erhalten bleiben.

Der öffentliche Verkehr, die Konzentration auf Qualität anstatt auf Quantität und die Zusammenarbeit werden jeweils nur einmal genannt. Der öffentliche Verkehr sollte mehr gefördert werden, da Erlach ziemlich schlecht erschlossen ist. Der Massentourismus bringe keinem etwas, sondern es sei verstärkt auf eine ansprechende Qualität im touristischen Angebot zu achten. Schliesslich wird eine regionsübergreifende Zusammenarbeit gefordert. Abbildung 4-3 zeigt die hier erläuterten Ergebnisse.

Kategorie	Anzahl Nennungen
Sensibilisierung/Information	6
Einstellung/Verhalten	6
Lokallieferanten	5
Politik/Verbote	5
Landschaftspflege	3
Öffentlicher Verkehr	1
Qualität	1
Zusammenarbeit	1
Total	28

Abbildung 4-3: Vorstellungen der Tourismusanbieter über Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung
(Quelle: Interviewaussagen 2005. Eigene Darstellung)

5 Nachhaltige Landschaftsentwicklung und Tourismusanbieter in der Praxis – ein Vergleich mit der Theorie

In einem ersten Schritt fassen wir die für die Landschaft relevanten Aktivitäten der Tourismusanbieter noch einmal zusammen. Darauf aufbauend wird in Verbindung mit der Theorie das Handeln der Tourismusanbieter bezüglich einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung beurteilt. Schliesslich wird anhand der externen Faktoren des Modells ‚menschlichen Handelns-im-Kontext‘ das Verhalten der Tourismusanbieter interpretiert. In diesem Zusammenhang werden auch Herausforderungen für die Zukunft formuliert.

5.1 Der eigene Garten und darüber hinaus

Abbildung 5-1 ist ein Versuch, die verschiedenen landschaftswirksamen Handlungen der Tourismusanbieter zusammenzufassen.

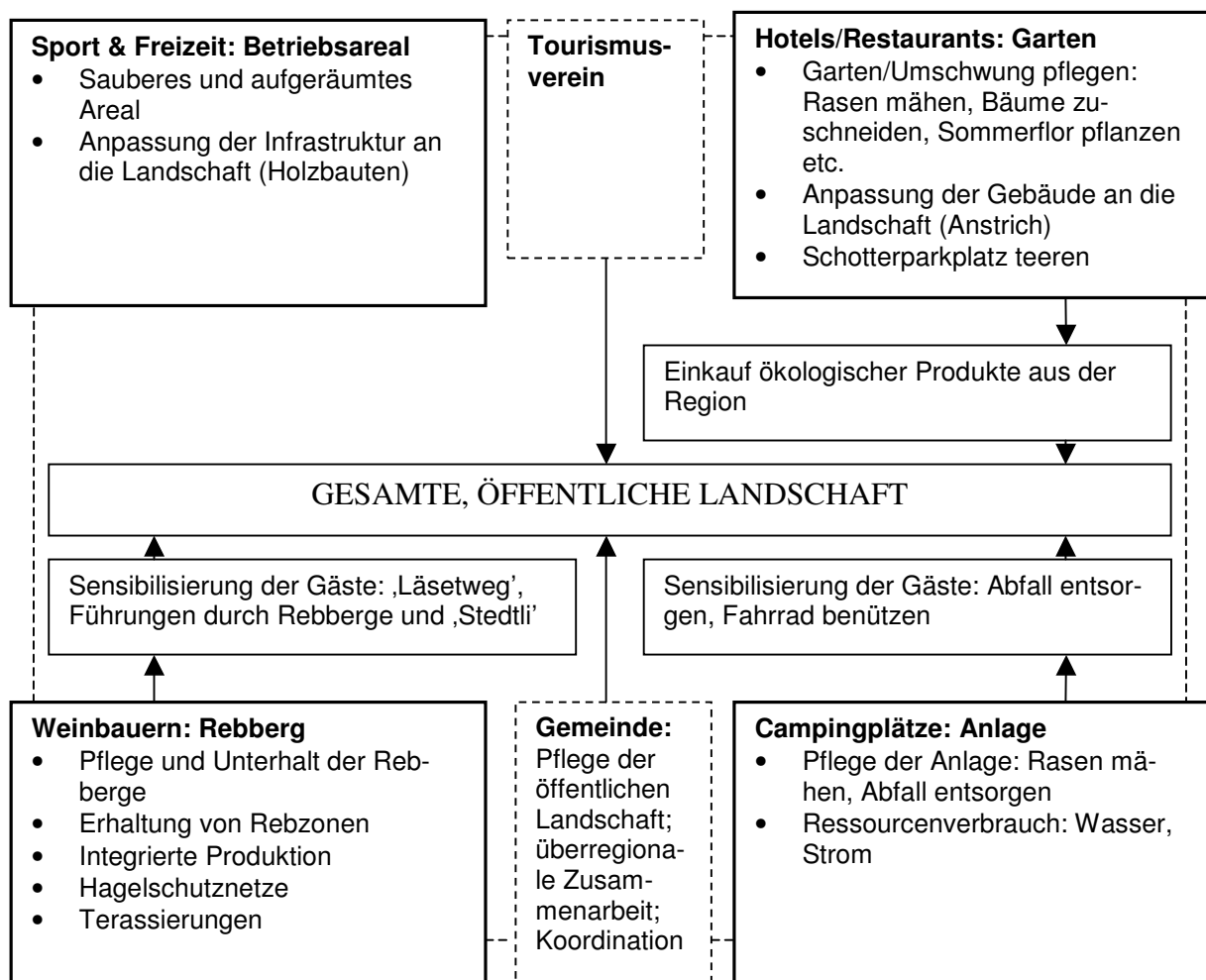


Abbildung 5-1: Tourismusanbieter und ihr Einfluss auf die Landschaft in der Region Erlach

(Quelle: Interviewaussagen 2005. Eigene Darstellung)

Die dick umrandeten Rechtecke bezeichnen die landschaftswirksamen Handlungen der Tourismusanbieter auf ihrem Grundstück. Diese direkte Einflussnahme auf die Landschaft beschränkt sich vor allem auf das Eigentum, wie zum Beispiel auf die Pflege des eigenen Gartens, der Campinganlage, der Reben oder des Betriebsareals. Indirekte Einflüsse der Tourismusanbieter auf die gesamte Landschaft werden in den schwach umrandeten Rechtecken aufgeführt. Sie entstehen durch die Sensibilisierung der Gäste oder durch die Zusammenarbeit, zum Beispiel in der Berücksichtigung lokaler Produkte beim Einkauf. Institutionelle Organisationen mit touristischer Beteiligung und Einfluss auf die Landschaft werden mit einer gestrichelten Linie umfasst.

5.2 Das Handeln der Tourismusanbieter in der Region Erlach – eine Beurteilung

Der Ausgangspunkt für die Bewertung des Handelns der Tourismusanbieter ist die nachhaltige Landschaftsentwicklung. Sie fordert, dass die Landschaft

- als Wirtschaftsgrundlage und Lebensraum sowie
- als Erlebnis-, Erholungs- und Identifikationsraum
- in ihrer Gestalt- und Strukturvielfalt sowie ihrer Eigenart und Schönheit
- für uns und kommende Generationen

erhalten und gefördert wird. Das Konzept des sanften Tourismus soll folgend bei der Suche nach diesen Anforderungen entsprechenden Handlungen der Tourismusanbieter als Orientierungshilfe dienen. Wie in Abschnitt 3.2. erläutert, trägt die Umsetzung dieser Strategie auf vielfältige Weise zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung bei.

5.2.1 Umweltverantwortliches Handeln als direkter Einfluss auf die Landschaft

Einen direkten Einfluss auf die Erhaltung und die Förderung der Landschaft nehmen die Tourismusanbieter durch umweltverantwortliches Handeln. Wie in unseren Resultaten deutlich zum Vorschein kommt, beschränkt sich diese Aktivität auf den eigenen Besitz.

Die Winzer nehmen hier eine Sonderstellung ein. Ihr direkter Einfluss auf die Landschaft ist beträchtlich, da die Rebflächen einen ziemlich grossen Teil der Erlacher Landschaft bestimmen. Durch die integrierte Produktion werden die Böden nicht mehr kahl gehalten, sondern es wird verschiedenen Pflanzen und Nützlingen eine Existenz ermöglicht. Die Artenvielfalt wird dadurch erhöht und die Sicht auf die grünen und gepflegten Rebberge kann als positiver Beitrag zum gesamten Landschaftsbild beurteilt werden. Die Erhaltung dieser Rebzonen ist mit der Bewirtschaftung durch die Winzer sichergestellt. Handlungsbedarf resp. –potential besteht im Verzicht auf Hagelschutznetze, wobei nur ein Tourismusanbieter zu diesem die Landschaft prägenden Mittel greift. Auch der Rückbau der zum Teil angelegten Terrassen wäre eine mögliche Investition in ein harmonischeres Gesamtbild der Landschaft.

Bei den anderen Kategorien von Tourismusanbietern stehen sowohl ein sauberes und aufgeräumtes Areal sowie die Anpassung der Infrastruktur an die Landschaft im Vordergrund. Beides trägt zu einem schönen Landschaftsbild bei. Ein gepflegter Garten mit gemähtem Rasen, geschnittenen Bäumen oder Sommerflor vervielfältigt die Landschaft. Einer originellen Gestaltung sind dabei fast keine Grenzen gesetzt. Auch Freiräume, innerhalb welcher sich die Natur entfalten kann, sind erwünscht. Gerade auf Campingplätzen, wo der Energie- und Wasserverbrauch ziemlich gross ist, könnte man sich vermehrt auch Gedanken zu alternativen Energien machen. Solarenergie zum Heizen von Wasser und zur Stromerzeugung wäre eine innovative Investition innerhalb der eigenen Anlage.

Es steht in der Verantwortung jedes einzelnen Tourismusanbieters, wie stark er sich tatsächlich für die Gestaltung der Betriebsumgebung engagiert. Wichtig ist die Feststellung, dass manchmal nicht im ersten Moment ersichtlich ist, was man noch tun könnte. Dies hat auch die Erfahrung während der Interviews gezeigt, wobei sich die befragten Tourismusanbieter oft länger Zeit nehmen mussten, um eine Antwort auf eine Frage zu finden. Erst eine bewusste Auseinandersetzung mit der betriebseigenen Umgebung schafft die Grundlage für neue innovative Ideen in Richtung einer attraktiven Landschaft.

Ein Schritt in die richtige Richtung wäre beispielsweise, die nachhaltige Landschaftsentwicklung explizit als unternehmerisches Ziel festzulegen. Darauf aufbauend sind Richtlinien und Aufgaben für alle Mitarbeiter formulierbar. Praktische Literatur mit konkreten Vorschlägen, wie das im Abschnitt 3.3. zitierte Buch des Schweizer Hotelvereins mit einer Checkliste für umweltverantwortliche Betriebe, lässt sich gut als Ausgangspunkt und Ideenspender verwenden. Die Gemeinden und die IKAÖ könnten solche Information in geeigneter Form bereitstellen und kommunizieren.

5.2.2 Sozialverträgliche Sensibilisierung der Gäste und Förderung der regionalen Wirtschaft als indirekter Einfluss auf die Landschaft

Die Landschaft ausserhalb des eigenen Besitzes interessiert die Tourismusanbieter nicht oder nur gering. Sie sind nicht bereit zur gesamten Landschaft beizutragen. Im nachfolgenden Abschnitt 5.3. wird genauer darauf eingegangen, wieso dies so ist und was dagegen unternommen werden kann. Trotzdem nehmen die Tourismusanbieter in Erlach – wenn auch nicht bewusst – indirekt Einfluss auf die gesamte Landschaft.

Vor allem Campingplatzbetreiber und Weinbauern besitzen durch ihren engen Kontakt zur Kundschaft ein grosses Potential zu einem sozialverträglichen Umgang mit den Gästen. Sie sind in der Lage, diese für die Landschaft und ihre Eigenheiten zu sensibilisieren. So kommen die Gäste während dem ‚Läsetweg‘ oder bei Führungen durch die Rebberge oder das ‚Stedtli‘ mit Erlach und seiner Landschaft in Berührung. Aufgrund des so bewirkten intensiveren Kontakts von Touristen und Einheimischen mit der Landschaft verstärkt sich die Identifikation aller Beteiligten mit dem Ort. Wie wir gesehen haben, ist dies eine wichtige Voraussetzung für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung. Die Aussage, viele Gäste erinnerten sich zu Hause bei einem Glas Erlacher an die Umgebung in Erlach, belegt diesen Zusammenhang. Hinweise auf Abfallordnungen oder Velowege sind weitere Beispiele für die Sensibilisierung der Touristen.

Allerdings kann, wie auch bei den direkten Tätigkeiten in der Landschaft, noch bewusster und gezielter informiert werden. Hierzu ist es erforderlich, dass sich die Tourismusanbieter stärker damit auseinandersetzen, was sie genau den Gästen mitteilen wollen. Allgemein sind Informationen über die Umweltbelastungen der Reise sowie der Umweltsituation am Reiseziel angebracht, welche sich mit Verhaltensanregungen kombinieren lassen. Konkret könnten die Gäste darauf hingewiesen werden, dass in der Hochsaison sehr viel Touristen mit dem Auto nach Erlach kämen und dass das Schiff oder das Velo gute Alternativen zu dieser Anreisemöglichkeit seien. Entsprechende Angebote würden darauf aufmerksam machen, dass sowohl der Frühling als auch der Herbst hervorragende Bedingungen für Ferien in Erlach bieten. Um die Anhäufung der Menschen am See während des Sommers wenigstens ein wenig zu lockern, könnte man den Jolimont als Wanderberg vermehrt ins Bewusstsein der Leute bringen. Schliesslich sind Führungen durch Rebberge der geeignete Anlass, um auf die Ansprüche der integrierten Produktion hinzuweisen und die positiven Folgen auf die Landschaft zu erwähnen. So kann unter Umständen auch ein höherer Preis für den Wein gerechtfertigt werden.

Ein weiterer indirekter Einfluss auf die Landschaft sind die Berücksichtigung des lokalen Gewerbes und der Einkauf ökologischer Produkte aus der Region. Hier sind vor allem Restaurants und Hotels gefordert, die regionalen Ressourcen, wie den See, den Weinbau und die Landwirtschaft sowie deren Produkte zu verwerten. Unter den Tourismusanbietern wird darauf geachtet, dass man sich gewerblich gegenseitig unterstützt. Allerdings beschränkt sich das Engagement häufig auf die Einstellung „wer bei mir Kunde ist, dem bin auch ich Kunde.“ Innovative Zusammenarbeit zur Bildung regionaler Wertschöpfungsketten gibt es nicht. So wäre zum Beispiel eine bessere Vernetzung und Vermarktung der lokalen Angebote eine mögliche Massnahme. In diesem Zusammenhang erwähnt ein Campingplatzbetreiber, er würde gerne eine Zusammenstellung der Menükarten der verschiedenen Restaurants auf seinem Camping bereithalten, damit sich die Gäste schon bei ihm informieren könnten, wo sie essen gehen möchten. Die Wirte würden sich jedoch für dieses Projekt nicht interessieren.

5.2.3 Schlussfolgerungen

Für alle Tourismusanbieter hat die Landschaft in Erlach einen hohen Stellenwert. Sie empfinden sie als wichtig für ihren Betrieb, weil der See, die St. Petersinsel oder die Velowanderwege Kunden anziehen oder weil sie selbst in der Landschaft tätig sind. Sie sind sich bewusst, dass die Gäste dank der vielfältigen und abwechslungsreichen Landschaft nach Erlach kommen, in welcher sie Erholung und Freiheit finden. Diese Feststellung deckt sich mit den Aussagen der Theorie, welche die Bedeutung der Landschaft für die touristischen Anbieter hervorhebt.

Dementsprechend leisten die Tourismusanbieter auf ihren eigenen Grundstücken einen wesentlichen Beitrag für die Vielfalt und die Eigenart der Landschaft. Auch über die Grenzen des eigenen Gartens hinaus nehmen sie durch die Sensibilisierung der Gäste und die Berücksichtigung lokaler Produkte einen positiven Einfluss auf ihre Umgebung. Dabei besteht jedoch noch Potential, indem sich die Tourismusanbieter bewusster damit auseinandersetzen, was sie auf ihrem eigenen Betrieb noch leisten können und welche Informationen sie den Gästen weitergeben wollen.

5.3 Hemmende Faktoren für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung – fünf Herausforderungen

Obwohl die Landschaft als sehr wichtig empfunden wird, folgt daraus nicht, dass die Tourismusanbieter auch etwas zu deren Erhaltung oder Förderung beitragen. Sowohl innerhalb ihres Verantwortungsbereichs auf ihrem Areal als auch ausserhalb dieser Grenzen existieren Hindernisse, die es zu überwinden gilt. (Vgl. auch Abschnitt 3.4.)

Sozio-kulturelle Faktoren und Prozesse – touristische Nachfrage

Als erstes stehen die grossen Besucherströme im Sommer ausserhalb des Einflussbereichs der Tourismusanbieter. An warmen Sommertagen strömen in einer Blechlawine aus Autos die Besucher aus allen Himmelsrichtungen an den Strand von Erlach. Ein Problem sei hier, dass einfach alle am Sonntag frei hätten. Eine bessere Verteilung der Arbeitszeiten auf die Woche sei aber Wunschdenken. Die Folgen sind ein immenser Verkehr und die Trübung der Aussicht vom Jolimont durch die vielen abgestellten Fahrzeuge. Hier wird auch das Problem der Eintagestouristen angesprochen, die alles selber mitnehmen, den Dreck liegen liessen, kein Gehör für Verhaltensanweisungen seitens der Tourismusanbieter hätten und die Schönheit der Landschaft nicht schätzten. An solchen Tagen sei das Wohnen in Erlach nicht mehr angenehm. Auch die Reduktion der Parkplätze würde hier nichts bringen, weil die Autos dann einfach überall im ‚Stedtli‘ abgestellt würden und das Chaos noch grösser wäre. Der grosse Hafen und das ansehnliche Campingplatzareal zeugen von der starken Nachfrage nach Ferien in Erlach. Beides seien relativ prägende Landschaftselemente, wobei die individuelle Beurteilung unterschiedlich ausfällt. Die einen empfinden Campingplätze als störend, die anderen meinen, sie würden unter den Bäumen verschwinden. Von verschiedenen Seiten wird auch angemerkt, dass der Winter in Erlach im Gegensatz zum pulsierenden Sommer sehr ruhig sei. Diese Tatsache wird geschätzt, denn dann könne man sich von den Strapazen des Sommers erholen.

Herausforderung 1 – Alternativen zum intensiven Sommertourismus suchen:

Über drei Problembereiche lohnt es sich an dieser Stelle Gedanken zu machen. Erstens ist überlegenswert, wie der Gästeansturm mit gezielten Angeboten zeitlich besser verteilt werden könnte. Das Treberwurstessen, das sowohl unter der Woche im Sommer als auch im Winter stattfindet, ist ein Beispiel hierfür. Zweitens ist nach Möglichkeiten zu suchen, wie der Anteil an Eintages- auf Mehrtagestouristen umgelenkt werden könnte, wodurch auch Sensibilisierungsversuche für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung ihre Wirkung besser entfalten könnten. Schliesslich wäre zu überprüfen, ob die Potentiale des öffentlichen Verkehrs (Bus, Schiff) und der Veloanreisemöglichkeiten tatsächlich ausgeschöpft sind. Indem Campingplatzbetreiber entsprechende Aufforstungen vornehmen und auch die Parkplätze bepflanzt werden, wird es möglich, die schöne Aussicht vom Jolimont her auch im Sommer zu erhalten.

Sozio-kulturelle Faktoren und Prozesse – Landschaft als öffentliches Gut:

Da die Landschaft in Erlach als schön und intakt wahrgenommen wird, sehen die Tourismusanbieter kaum einen Grund, eine nachhaltige Landschaftsentwicklung zu fördern. Ihnen ist es wichtiger, die Landschaft so zu erhalten, wie sie ist. Dies wiederum deshalb, weil sie keinen persönlichen Nutzen darin sehen, sich für die Landschaft als öffentliches Gut zu engagieren. Wenn ein Tourismusanbieter etwas zur Verschönerung der Landschaft beiträgt, profitiert nicht nur er selbst, sondern auch alle anderen, die nichts dazu beitragen. Wird er für seinen Zusatzaufwand nicht monetär oder durch soziale Anerkennung entschädigt, ergibt sich für ihn keinen Anreiz, sich über seinen eigenen Betrieb hinaus für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung einzusetzen. „Wer sei schon bereit, zu Gunsten der Allgemeinheit sein Einkommen zu schmälern?“ Diese Aussage eines Tourismusanbieters ist durchaus berechtigt, denn insofern alle profitieren, sollen auch alle ihren Beitrag leisten. Aus diesem Grund wird oft auf die Gemeinde verwiesen, die für diese Aufgaben verantwortlich sei. Hier muss in Form von Steuern jeder seinen Anteil beitragen. Da hier die anfallenden Arbeiten bereits zufriedenstellend organisiert sind, würde es keinen Sinn machen, wenn die Gemeinde die Tourismusanbieter für ein allfälliges Engagement in der öffentlichen Landschaft entschädigte. Dies steht in der Kompetenz der Gemeinde und es ist hervorzuheben, dass sie ihre Aufgabe sehr gut macht. So wird in fast allen Interviews die Seeuferrenaturierung und die dazugehörige Infrastruktur als positiver Beitrag der Gemeinde zur Landschaft gelobt. Die Ursache dieser positiven Beteiligung der Behörden ist vielleicht auch darin zu suchen, dass sie durch den Betrieb eines eigenen Campingplatzes einen direkten und finanziellen Anreiz erhalten. Will man als Tourismusanbieter die Gemeinde für ihre Einmischung ins private Geschäft kritisieren, so sollte auch berücksichtigt werden, welche positiven Folgen dies für die Landschaft in Erlach und den eigenen Betrieb hat.

Herausforderung 2 – die Vorbild- und Vernetzungsfunktion der Gemeinde erhalten und fördern:

Für die Gemeinde gilt, dass sie ihr Engagement in der öffentlichen Landschaft aufrechterhält, innovativ bleibt und die Anliegen aus der Bevölkerung ernst nimmt. Dabei kann sie aber auch auf die bereits umgesetzten Leistungen hinweisen. Zum Teil werden diese nicht von allen Tourismusanbietern anerkannt: „Alles, was Seebereich ist, hat mit uns keinen Zusammenhang, sondern bedeutet einfach ein neues Freizeitangebot“. Andererseits gibt es aber auch viele positive Stimmen. Obwohl letztere überwiegen, ist es trotzdem wichtig, dass die Gemeinde bewusst zu ihrem Engagement steht und auf die positiven Folgen hinweist, dabei aber nicht zu selbstgefällig wird. Weiter ist eine überregionale Zusammenarbeit, vor allem zur Vermarktung der Region, von vielen Seiten gewünscht. Der Regionalverband Erlach + östliches Seeland (RV EOS) bietet hierzu eine geeignete Plattform, da hier bereits auf einer gemeinsamen Vision aufgebaut werden kann.

Sozio-kulturelle Faktoren und Prozesse – Kooperation:

Sowohl Tourismusanbieter als auch die Gemeinden leisten ihre Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Die Feststellung, dass sehr viele Akteure an der Bereitstellung des öffentlichen Gutes ‚schöne und vielfältige Landschaft‘ beteiligt sind, ist zentral. Sie macht deutlich, wie wichtig die Koordination der Aktivitäten auf diesem Gebiet ist. Dies erfordert die Zusammenarbeit der Tourismusanbieter untereinander und ihre Kooperation mit der Gemeinde. Unsere Resultate zeigen jedoch, dass

sich Tourismusanbieter nur gemeinsam für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung engagieren, wenn sie so eigene Interessen verfolgen können oder einen ökonomischen Nutzen darin erkennen. So beschränkt sich die Zusammenarbeit hauptsächlich darauf, dass Restaurationsbetriebe bei lokalen Produzenten einkaufen oder dass Freizeitanbieter auf Restaurants in der Region verweisen. Konkrete Beispiele sind hier das Treberwurstessen, wobei alle hierzu nötigen Produkte aus Erlach stammen. Auch das lokale Wein- und Naturabebefangebot können hier aufgeführt werden. Eine weiterführende Zusammenarbeit der Tourismusanbieter untereinander oder mit der Gemeinde bezüglich der Landschaft als öffentliches Gut existiert jedoch kaum. Auf diese Problematik wurde im oberen Abschnitt eingegangen.

Herausforderung 3 – Institutionelle Zusammenarbeit:

Ein möglicher Schritt wäre, dass der Tourismusverband Erlach die Landschaft bewusst in seine Traktanden aufnimmt. Hier ist die Zusammenarbeit bereits organisiert. Was und wie viel jedes Mitglied beiträgt, ist ziemlich klar geregelt, womit die ersten Hemmungen für ein öffentliches Engagement bereits abgebaut sind. Natürlich ist es auch hier jedem freigestellt, wie stark er sich schliesslich für den Verband einsetzt, doch gibt es in Erlach genügend Pioniere, die andere mitreissen können. An die Stelle finanzieller Entschädigung würde dann die soziale Anerkennung treten. Der Tourismusverband wäre so auch potentieller Ansprechpartner für die Gemeinde: Die Landschaftsbedürfnisse der Tourismusanbieter und der Gemeinde können gegenseitig kommuniziert und die unterschiedlichen Beiträge koordiniert werden. Der Informationsfluss zwischen beiden Parteien wäre durch die institutionelle Zusammenarbeit zu einem grossen Teil gewährleistet. Ein mögliches Thema wäre die Sensibilisierung der Gäste, denn mit einer einheitlichen Vorgehensweise könnte die beabsichtigte Wirkung eher erreicht werden: Auf was genau will man die Gäste aufmerksam machen? Welche Informationen will man ihnen weitergeben? Wie will man sie informieren? Das Ziel muss dabei eine bewusste Sensibilisierung sein. Ein weiteres Thema wäre die Bereitstellung von Informationen mit konkreten Handlungsvorschlägen für den eigenen Betrieb resp. das eigene Grundstück der Tourismusanbieter. Eine Chance, diese Kooperation in die Bevölkerung zu tragen, ist der jährlich durch die Gemeinde und den Tourismusverband organisierte gemeinsame Aufräumtag ‚Sauberes Erlach‘. Die Zusammenarbeit zwischen Bevölkerung, Tourismusanbietern und Gemeinde an diesem Aktionstag schafft Raum für Vertrauen und für eine gemeinsame Auseinandersetzung mit der Landschaft. Dies unterstützt auch das Ziel des RV EOS, das Verantwortungsbewusstsein in der Bevölkerung für den Schutz und die Pflege der Landschaft zu fördern. Durch die Aussage eines Tourismusanbieters, er sei gegen den Aktionstag, da die damit verbundenen Aufräumarbeiten Sache der Gemeinde seien, sollte man sich nicht beirren lassen. Denn genau derselbe Tourismusanbieter meint auch, er fände es gut, sich Gedanken über die Landschaft zu machen. Dies ist ein wichtiger Hinweis für den Zweck, den diese Veranstaltung erfüllen kann und soll.

Sozio-ökonomische Faktoren und Prozesse – kleine Betriebe

Fast alle Tourismusanbieter führen kleinere Familienbetriebe, so dass der zusätzliche Aufwand für ein Engagement in der Landschaft für viele zu gross ist. Es fehlt an personellen, finanziellen und zeitli-

chen Ressourcen. In den meisten Fällen ist ein Engagement für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung, wie das Beispiel der öffentlichen Beiträge für die integrierte Produktion im Rebbau zeigt, nur denkbar, wenn die Arbeiten für die Landschaft ökonomisch abgegolten werden. Dies deckt sich weitgehend mit dem theoretischen Gedankengut, dass kleine Betriebe oft nur eine kleine Rendite erwirtschaften und Mühe haben, sich mit Fremdkapital zu versorgen. Meistens können sie sich keine zusätzlichen Arbeitskräfte leisten, da diese zu teuer sind. Bei Betrieben mit wenigen Mitarbeitern ist dementsprechend auch das Innovationspotential kleiner, weil eine oder zwei Personen alle Funktionen von der Geschäftsleitung über die Produktion bis hin zur Vermarktung übernehmen müssen.

Herausforderung 4 – (Über)betriebliche Zusammenarbeit:

Die Betriebe sollten trotzdem versuchen, innovativ zu bleiben. Der Weg führt auch hier vor allem über die koordinative Zusammenarbeit mit den anderen Anbietern. Der ‚Läsetweg‘ ist ein Beispiel dafür, dass innovative Ideen bei einem gemeinsamen Engagement umgesetzt werden können. Potential besteht vor allem in der einheitlichen Vermarktung des Angebots: Der Campingplatzbetreiber sollte über das regionale, vielleicht sogar biologische Angebot der Restaurants Bescheid wissen und diese dementsprechend an seine Gäste vermitteln. Dies bedingt natürlich die Mitarbeit der Gastronomie. Die Wirte wiederum könnten sich die Informationen zur integrierten Produktion des Weins aneignen und diese im geeigneten Moment kommunizieren. Die Beispiele sind beliebig erweiterbar. Die Koordination erfolgt wiederum über den Tourismusverband.

Politisch-rechtliche Faktoren und Prozesse – Raumplanung

Viele Tourismusanbieter erachten Gesetze und Reglemente als einen hemmenden Faktor. Die Landschaft entwickelt sich ständig, die Gesetzgebung demgegenüber sei schwerfällig und entspreche häufig nicht der Realität. Oft wird die Landschaft von den Tourismusanbietern als „nicht unsere Aufgabe“ angesehen, da vor allem die Gemeinde mit der Landschaftspflege betraut ist. Dies wird als Legitimation betrachtet, sich nicht in der Landschaft zu engagieren. Die Information der Behörden sei zudem zu wenig konstruktiv und erfolge zu langsam. Allerdings sind die Tourismusanbieter nicht in der Lage, die hinderlichen Gesetze zu benennen und genaue Aussagen über deren Inhalt zu machen.

Herausforderung 5 – Politische Mitwirkung:

Hier ist die Erkenntnis wichtig, dass die Gemeinde nicht nur Informationen liefern kann, sondern dass sie auch auf Anregungen, Wünsche und Kritik der Einwohner angewiesen ist. Für konstruktive Vorschläge und Ideen braucht es zwingend beide Seiten, sowohl die Bürger als auch die Amtsmitglieder der Gemeinde. Die oben beschriebene institutionelle Zusammenarbeit könnte gewisse Anreize für die Tourismusanbieter schaffen, sich mit der lokalen sowie regionalen Gesetzgebung auseinanderzusetzen und neue Ideen einzubringen. Damit würde das Verständnis gefördert, dass politische Entscheidungen einen gewissen zeitlichen Rahmen bedingen.

6 Tourismusanbieter und nachhaltige Landschaftsentwicklung in der Region Erlach – eine Synthese

Wo gibt es noch freie Potentiale, damit die Tourismusanbieter sich stärker für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung einsetzen?

Eine zentrale Feststellung unserer Untersuchung ist die Tatsache, dass sich die Tourismusanbieter hauptsächlich um ihren eigenen Besitz kümmern, da es ihnen um das Überleben des eigenen Betriebs geht. Hier jedoch haben sie einen beträchtlichen Einfluss auf die Landschaft und leisten wichtige Beiträge für eine attraktive Landschaft. Eine bewusste Auseinandersetzung mit der Landschaft und ein gezieltes Engagement auf dem eigenen Grundstück sind jedoch kaum vorhanden. Hier besteht Handlungspotential. Obwohl ihnen die Landschaft als Ganzes sehr wohl wichtig ist, engagieren sich Tourismusanbieter nur bedingt für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung in der gesamten Region Erlach. Eine bewusste Sensibilisierung der Gäste sowie die Zusammenarbeit untereinander und mit den staatlichen Behörden sind potentiell ausbaubare Beiträge der Tourismusanbieter zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Eine wichtige Aufgabe für die Zukunft besteht deshalb darin, die Tourismusanbieter mittels Anreizen dazu zu bewegen, sich stärker mit einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung auseinanderzusetzen und über ihren ‚eigenen Garten‘ hinaus aktiv zu werden.

Wie könnte man die Tourismusanbieter für die Themen der Landschaft und der nachhaltigen Landschaftsentwicklung interessieren? Welche Anreize können dazu führen, dass sie über ihren ‚eigenen Garten‘ hinausblicken, ausserpersönliche Probleme wahrnehmen und zu deren Lösung Verantwortung übernehmen?

Ökonomische Anreize spielen hierbei eine wichtige Rolle. Die Tourismusanbieter sind umso eher zum Einsatz für eine vielfältige und attraktive Landschaft bereit, je besser sich dieser mit den betrieblichen Tätigkeiten kombinieren lässt. So zum Beispiel bei Führungen der Winzer durch die Rebberge: Die betrieblichen Interessen lassen sich hier problemlos und mit geringem Aufwand mit der Sensibilisierung der Gäste vereinbaren. Auf solchen Win-Win Situationen sollte aufgebaut werden. Soziale Anreize für ein bewusstes Engagement der Tourismusanbieter in der nachhaltigen Landschaftsentwicklung finden sich im Tourismusverband der Region Erlach. Gemeinsame Erfolge und soziale Anerkennung lassen innovative Ideen entstehen und motivieren zu einer stärkeren Einsatzbereitschaft. Die Gemeinden Erlach und Tschugg könnten diese Zusammenarbeit fördern, indem sie geeignete Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung schaffen. Diese reichen von der Raumplanung über die Bereitstellung von Information zur Sensibilisierung von Gästen und Tourismusanbietern oder zur Ausgestaltung konkreter Beiträge auf dem eigenen Areal der Tourismusanbieter bis hin zum direkten und vorbildlichen Engagement der Gemeinden in der Landschaft.

Literaturverzeichnis

Baumgartner Ch.; Röhrer Ch. (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektive auf regionaler Ebene. Wien

Bruppacher S. (2001): Umweltverantwortliches Handeln in Privathaushalten. Bern

Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (2003a): Landschaft 2020 – Leitbild. Bern

Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (2003b): Landschaft 2020 – Erläuterungen und Programm. Synthese zum Leitbild des BUWAL für Natur und Landschaft. Bern

Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. (1998a): Landschaftskonzept Schweiz. Bern

Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft et al. (1998b): Landschaft zwischen gestern und morgen. Grundlagen zum Landschaftskonzept Schweiz. Bern

Erlach am Bielersee. Prospekt. Tourismus Erlach

Erlach und sein altes Rathaus. Prospekt. Gemeindeverwaltung Erlach

Flick U. (2002): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag GmbH

Flury M. et al. (2001): Potenziale ökologischer Landschaftsentwicklung im Seeland, eine Synthese. In: Flury M. et al. (2001): Ökologische Landschaftsentwicklung im Seeland – Akteure und ihre Handlungsmöglichkeiten. Bern: Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie

Gruppe Neues Reisen (1986): Sanfter Tourismus – ein Schlagwort mehr? Schriften zur Tourismuskritik. Band 17/18: Königswinter

Hasse J.; Schumacher F. (1990): Sanfter Tourismus – Über ein konstruktives Verhältnis von Tourismus. Freizeit und Umweltschutz – Ein konzeptioneller Rahmen für die Verwaltung. Bunderhee (D): Institut für Umweltforschung

Ihr Camping Erlach am Bielersee. Prospekt. Gemeinde Camping. Erlach

Kaufmann-Hayoz R.; Gutscher H. (Hrsg) (2001): Changing Things - Moving People. Strategies for Promoting Sustainable Development at the Local Level. Basel [etc.]: Birkhäuser

Kirsch G. (2004): Neue Politische Ökonomie. 5. Auflage. Stuttgart

Kirstges T.; Lück M. (2001): Umweltverträglicher Tourismus – Fallstudien zur Entwicklung und Umsetzung sanfter Tourismuskonzepte. Messkirch

Mayring P. (1995): Qualitative Inhaltsanalyse. 5. Auflage. Weinheim: Deutscher Studien Verlag

Mosler H. J. et al. 1995: Kollektive Veränderung zu umweltverantwortlichem Handeln. In: Kaufmann-Hayoz R.; Di Giulio A. (Hrsg.) 1996: Umweltproblem Mensch. Bern [etc.]: Haupt

Müller H. (1999): Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern

Opaschowski H. W. (1995): Tourismus mit Zukunft. Eine Europäische Tourismusanalyse in vier Ländern. Hamburg

Österreichischer Alpenverein (1989): Sanfter Tourismus – Theorie und Praxis – Markierungen für weitere Diskussion. Aus der Serie Alpine Raumordnung – Fachbeiträge des Österreichischen Alpenvereins. Innsbruck

Regierungsrat des Kantons Bern (1998): Landschaftsentwicklungskonzept. Bern

Regionalverband Erlach + östliches Seeland (1999a): Raumentwicklungskonzept 99. Die Region – freier Wille und gemeinsame Verantwortung

Regionalverband Erlach + östliches Seeland (1999b): Raumentwicklungskonzept 99. Charta

Schweiz Tourismus (1996): Reisemarkt Schweiz 1995/96. Inlandreisen der Bewohner der Schweiz. Zürich

StremLOW M. (2001): Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus. Impulse für die nationale Tourismuspolitik. Bern

StremLOW M.; Iselin G.; Kienast F.; Kläy P.; Maibach M. (2003): Landschaft 2020 – Analysen und Trends. Grundlagen zum Leitbild des BUWAL für Natur und Landschaft. Schriftenreihe Umwelt Nr. 352, Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft. Bern

StremLOW M.; Kläy P. (2001): Landschaft und nachhaltige Entwicklung – ein Diskussionsbeitrag. In: Gaia 10/2

Tiefenbach M. (2002): Methodenkapitel. Unveröffentlichte Ausgabe. Bern: Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie

Internetadressen

Campingplatz „Mon plaisir“: <<http://www.camping24.ch>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Forum für qualitative Sozialforschung: <<http://www.qualitative-reasearch.net/fqf-texte/2-00/2-00/mayring-de.htm>> - Zugriff: 29 Juli 2005

Landschaftsentwicklung Seeland: <<http://www.ikaoe.unibe.ch/forschung/seeland/>> - Zugriff: 22. Mai 2005

Landschaftsentwicklung Seeland: <<http://www.ikaoe.unibe.ch/forschung/seeland/>> - Zugriff: 22. Mai 2005

Restaurant Du Port: <<http://www.duport-erlach.ch/index.php>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Schlafen im Stroh: <<http://www.beatsfarmhaus.ch/uebernachten.htm>> - Zugriff: 20. Juni 2005

St. Petersinsel: <<http://www.st-petersinsel.ch>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Swin-Golf Anlage in Tschugg - Unsere Anlage: <<http://www.swin-golf.ch/index.php?id=55>> – Zugriff: 15. Juni 2005

Swin-Golf Anlage in Tschugg - Was ist Swin-Golf?: <<http://www.swin-golf.ch/index.php?id=58>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Tourismusbüro Erlach: <http://www.erlach.ch/tourismus/frame_1a.html> - Zugriff: 15. Juni 2005

Tschugg Online - Geschichtliches: <<http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=infos&pg=20>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Tschugg Online - Lage und Daten: <<http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=infos&pg=19>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Tschugg Online - Rebbau: <<http://www.tschugg.ch/index2.cfm?nav=gewerbe&pg=31>> - Zugriff: 15. Juni 2005

Weinbaubetrieb Fredy Marolf: <<http://www.marolf-wein.ch>> - Zugriff: 29. Juni 2005

Weinbaubetrieb Peter Stettler: <<http://www.gemeindekeller.ch/aktuelles.htm>> - Zugriff: 29. Juni 2005

Anhang

Anhang 1:	Projektskizze.....	60
Anhang 2:	Gruppenprozess.....	64
Anhang 3:	Interviewleitfaden.....	66



Anhang 1

Projektskizze

Titel

Tourismusanbieter (TA) in der Region Seeland und ihr möglicher Beitrag zu einer nachhaltigen Landschaftsnutzung

Zusammenfassung

Seit 1995 arbeitet die Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) eng mit dem Regionalverband Erlach + östliches Seeland (RV EOS) zusammen. Unsere Projektarbeit ist in das Forschungsprojekt ‚Landschaftsentwicklung Seeland‘ integriert.

Verschiedene Akteurgruppen prägen das Bild und die Qualität der Landschaft. Eine solcher Akteurgruppe sind auch die TA. Mit unserer Arbeit möchten wir herausfinden, welchen Beitrag diese in der Region Seeland zur nachhaltigen Landschaftsnutzung leisten und ob sie dabei die möglichen Potentiale ausschöpfen. In diesem Zusammenhang wollen wir auch aufzeigen, welchen Stellenwert die Landschaft für die TA hat und welche Möglichkeiten und Hindernisse vorhanden sind, sich als TA für eine nachhaltige Landschaftsnutzung zu engagieren. Schliesslich wollen wir Massnahmen vorschlagen, wie die Beiträge der TA erhöht werden können.

Die Grundlagen zu den verschiedenen Aspekten gewinnen wir aus dem Literaturstudium. Anschliessend möchten wir dem Wissen und den Vorstellungen der TA zur nachhaltigen Landschaftsnutzung mit einem Fragebogen auf den Grund gehen und mit ausgewählten TA Interviews führen.

Ausgangslage und Problemstellung

Im Rahmen des Forschungsprojekts ‚Landschaftsentwicklung Seeland‘ sind bereits verschiedene Projektarbeiten entstanden. Ziel des Forschungsprojekts ist, die Region und ihre Gemeinden im Prozess einer ökologischen Landschafts- bzw. Gemeindeentwicklung praxisorientiert zu unterstützen.

Im Moment findet in der Region Seeland eine Umstrukturierung statt. Die drei Regionalverbände Biel-Seeland, Erlach + östliches Seeland und Grenchen-Büren werden durch die neue Gesamtorganisation seeland.bienne verbunden. Ziel dieser Umstrukturierung ist die Stärkung des Seelands als Wirtschafts- und Lebensraum, die Bündelung der politischen Stosskraft und die Verbesserung der Zusammenarbeit. Das Projekt seeland.bienne war von Juli bis September 2004 in der Vernehmlassung.

Die Landschaft im Seeland bildet eine wichtige Ressource für den Tourismus, welcher diese seinerseits beeinflusst und gestaltet. Es stellt sich die Frage, wie die TA die Landschaft wahrnehmen und nutzen und welchen Beitrag sie allenfalls zu einer nachhaltigen Landschaftsnutzung im Seeland beitragen können.

Zielsetzungen und Fragestellungen

Übergeordnetes Ziel

Wir wollen herausfinden, welchen Beitrag die TA in der Region Seeland für eine nachhaltige Landschaftsnutzung leisten und Massnahmen vorschlagen, wie diese Beiträge erhöht werden können.

Erkenntnisbezogene Ziele

- Wir werden die TA mit der Ressource Landschaft konfrontieren und so deren Bereitschaft zu einer nachhaltigen Landschaftsnutzung ermitteln.
- Anhand von Recherchen und Befragung der betroffenen Akteure⁴ wollen wir aufzeigen, ob und wie TA in der nachhaltigen Landschaftsnutzung aktiv sind.
- Wir untersuchen, welche Faktoren die TA daran hindern die Landschaft nachhaltig zu nutzen.

-
- Wir überprüfen den Einfluss des Raumplanungskonzeptes der Region EOS auf die TA.

Umsetzungsbezogenes Ziel

- Wir erarbeiten mögliche Massnahmen, wie und durch welche Akteure die TA stärker in eine nachhaltige Landschaftsnutzung eingebunden werden können.

Hauptfrage

Welchen Beitrag leisten die TA in der Region Seeland zur nachhaltigen Landschaftsnutzung? Gibt es unausgeschöpfte Potentiale?

Unterfragen

- Welchen Stellenwert hat die Ressource Landschaft für die TA?
- Auf welche Weise tragen TA zu einer nachhaltigen Landschaftsnutzung bei?
- Was hindert die TA daran sich stärker für eine nachhaltige Landschaftsnutzung einzusetzen?
- Inwiefern beeinflusst das Raumplanungskonzept EOS das Verhalten der TA?
- Durch welche Akteure und in welcher Form kann eine nachhaltige Landschaftsnutzung der TA effizient gestaltet und gefördert werden?

Lernziele der Gruppe

Sachbezogen

- Die Stärken der vertretenen Disziplinen bezüglich des gestellten Problems wollen wir identifizieren und gegenseitig nutzen.
- Es soll ein interdisziplinäres Bild vom Tourismus und seiner Einflussnahme auf die Landschaft entstehen.

Methodenbezogen

- Wir wollen zur Erreichung unsere Forschungsziele geeignete Methoden auswählen, an unsere Bedürfnisse anpassen und uns in deren Anwendung verbessern.

Sozial- und Selbstkompetenz

- Wir pflegen einen freundschaftlichen Umgang, der durch Respekt und Ehrlichkeit gekennzeichnet ist.
- Wir wollen gemeinsame Abmachungen stets einhalten und die anderen Gruppenmitglieder bei Verhinderung frühzeitig informieren.
- Alle Projektmitglieder bereiten sich gut auf die Sitzungen vor und bilden sich vorgängig ihre eigene Meinung zu den jeweiligen Themen.
- Unsere Kritikfähigkeit, d.h. Kritik begründet anzubringen und Kritik anzunehmen, wollen wir verbessern.

- In schwierigen Situationen wollen wir zusammenhalten und gemeinsam Lösungen finden.

Produkte der Arbeit

- Schriftlicher Bericht
- Zusammengefasster Bericht für die Öffentlichkeit
- Anwendungsorientierter Bericht für interessierte Akteure der Region Seeland
- Evtl. Präsentation vor geeignetem Publikum (z.B. Versammlung von seeland.bienne oder einer Unterorganisation)

Erwartete Resultate

- Erkenntnisse über die Zusammenhänge zwischen TA und nachhaltiger Landschaftsnutzung
- Lösungsvorschläge, wie die TA zu einer nachhaltigen Landschaftsnutzung motiviert werden können

Methoden

- Literaturstudium zu den Themen Landschaft, Landschaftsnutzung, Tourismus, Methoden und zur Region Seeland
- Strukturiertes Interview: Fragebogen an noch auszuwählende und zu bestimmende TA
- Offenes Interview: Einzelgespräche mit für das Thema relevanten Personen
- Landschaftskarten zur Visualisierung der räumlichen Verbreitung (Hot spots) der TA und der verschiedenen Landschaftsformen
- Einfache graphische und statistische Auswertung
- Eventuell: Fokusediskussionsgruppen

Budget

	Betrag in CHF	Berechnung
Reisekosten	300	15.- Hin- und Rückfahrt pro Person mit Halbtax; 4 pro Person
Umfragen/ Fragebogen	50	Couverts: 200 Stk á 24.-, Farbige Papier, Kassetten
Versandspesen	200	100 Fragebögen á -.85, 100 frankierte Couverts á -.85
Publikationen	50	Anwendungsorientierter Bericht", (Farb)-Folien für Präsentationen
Schlussberichte	30	Drucken und Einbinden der 3 Schlussberichte, je 10.-
Telefonkosten	20	0.1 Fr./ Min.
Kopierkosten	50	0.1 * 500 Stk.
Verbrauchsmaterial	50	Pro Person je 10.- für Schreibmaterial, Drucksachen, Strom
Teambuilding	250	Je Mitglied 50.-
Geschenke	100	Für hilfsbereite Personen etc.
TOTAL	1100	

Anhang 2

Interviewleitfaden

1) Einleitende Themen: Organisation, Angebot, Beziehung zu Erlach

Organisation (Ursprung)	Wer sind Sie? Wie würden Sie sich charakterisieren? Was sind typische Merkmale ihres Betriebs? Wie unterscheiden Sie sich von andern Betrieben/ Tourismusanbietern in Erlach? Wie finanzieren Sie Ihren Betrieb? Erhalten Sie staatliche Unterstützungsbeiträge? Was für Beiträge? Wieso?
Angebot	Was bieten Sie an? Warum bieten Sie genau das an? Wie verbreiten Sie Ihre Angebote? Auf was achten Sie dabei besonders? Was ist Ihnen wichtig an Ihrem Angebot? Haben sich Ihre Angebote in den letzten Jahren verändert? Wie? Warum? Wie halten Sie Ihr Angebot längerfristig attraktiv?
Beziehung zu Erlach	Warum stützen sich Ihre Angebote gerade auf Erlach? Was verbindet Sie mit diesem Ort? Warum? In welchen Bereichen engagieren Sie sich für Erlach und dessen Umgebung? Wie? Warum? In welchen Bereichen werden Sie von der Gemeinde Erlach unterstützt? Wie? Warum? Wäre es möglich Ihren Betrieb an einem anderen Standort zu führen? Weshalb? Weshalb nicht?

2) Bedeutung der Landschaft

für den Betrieb	Welche Rolle spielt die Landschaft für Ihren Betrieb? Was ist aus der Sicht Ihres Betriebes wichtig an der Landschaft in Erlach? Was ist weniger wichtig? Wie ist die Landschaft in Ihren touristischen Angeboten integriert?
-----------------	--

3) Einflussnahme auf die Landschaft

Veränderung der Landschaft	Wie hat sich die Landschaft in den letzten 10 Jahren verändert? Hat der Tourismus zu den landschaftlichen Veränderungen in Erlach beigetragen? Wenn ja, wie? Wenn nein, weshalb nicht?
Einfluss auf die Landschaft	Wann kommen Sie bei Ihren geschäftlichen Tätigkeiten mit der Landschaft in Berührung? Verfolgen Sie bestimmte Ziele mit Ihren touristischen Angeboten im Bezug auf die Landschaft? Wie nehmen Sie mit Ihren geschäftlichen Tätigkeiten Einfluss auf die Landschaft? Wie empfinden Sie diesen Einfluss? Warum? Möchten Sie den Einfluss auf die Landschaft verstärken bzw. verringern? Wie? Warum?

4) Bezug zur nachhaltigen Entwicklung

Zukunftsperspektive	Wie soll Ihr Betrieb in 5 Jahren aussehen? Was wünschen Sie sich längerfristig für Ihren Betrieb? Warum? Welche Aspekte sind Ihnen für ein längerfristiges touristisches Angebot wichtig?
Beispiele	Kennen Sie Beispiele bei welchen die Landschaft von den Tourismusanbietern eher negativ beeinflusst wurde? Welche? Warum? Gibt es auch Beispiele in Ihrem eigenen Betrieb? Welche Beispiele haben die Landschaft in der Region positiv beeinflusst? Welche Beispiele kennen Sie aus Ihrem eigenen Betrieb?

5) Mögliche Beiträge zu einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung

Sanfter Tourismus	Wie könnten Sie Ihre touristischen Angebote anpassen, damit weniger, bzw. keine Einflüsse auf die Landschaft entstehen? Wie fördert Ihr Betrieb die Erhaltung und Weiterentwicklung der Landschaft? Wie beurteilen Sie die Beziehung zwischen Gästen und Einheimischen in Erlach? Mit welchen lokalen Lieferanten arbeiten Sie zusammen? Wieso?
Zusammenarbeit	Welches sind Ihre engsten PartnerInnen, mit denen Sie zusammenarbeiten? In welchen Bereichen? Mit wem würden Sie sich eine Zusammenarbeit wünschen? Weshalb?
EOS	Kennen Sie das Raumentwicklungskonzept EOS? Was ist Ihnen daraus bekannt? Was halten Sie davon? Hat/te es einen Einfluss auf Ihren Betrieb? Inwiefern?

6) Hemmende und fördernde Faktoren?

Fördernde Faktoren	Was fördert landschaftsschonende Angebote? Wieso? Welche Vorteile gibt es in Erlach für ein landschaftsschonendes Angebot? Was müsste erfüllt sein, damit Sie sich vermehrt für den Erhalt und die Weiterentwicklung der Landschaft einsetzen?
Hemmende Faktoren	Was hemmt landschaftsschonende Angebote? Wieso? Welche Hemmnisse gibt es in Erlach für landschaftsschonende Angebote? Was macht Ihrem Betrieb Sorgen? Haben Sie Erfahrungen gemacht, die sie von einem Engagement für den Erhalt und die Weiterentwicklung abhalten?
Handlungsmöglichkeiten Massnahmen	Was sollte zusätzlich unternommen werden, damit die Erhaltung und Weiterentwicklung der Landschaft gefördert wird? Wer könnte diese Änderungen herbeiführen? Wie?

7) Weiteres

Gibt es noch etwas, dass Sie weitergeben möchten?

Schriftenreihe 'Studentische Arbeiten an der IKAÖ'

Hrsg: Ruth Kaufmann-Hayoz

In dieser Schriftenreihe publiziert die Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) der Universität Bern in loser Folge studentische Projektberichte sowie weitere Arbeiten von Studierenden, die für eine breitere Öffentlichkeit von Interesse sind:

- Nr. 1
ISBN: 3-906456-01-3
Gentechnologie - Recht - Gesellschaft. Gentechnologie an Pflanzen und Tieren (1993) (*vergriffen*)
- Nr. 2
ISBN: 3-906456-02-1
Das 1950er Syndrom. Der Weg in die Verschwendungsgesellschaft (1994)
- Nr. 3
ISBN: 3-906456-03-X
Ausgewählte Verkehrsaspekte in der Gemeinde Köniz (1994) (*vergriffen*)
- Nr. 4
ISBN: 3-906456-04-8
Anforderungen an ein Ökomarketing (1995)
- Nr. 5
ISBN: 3-906456-05-6
Wege zu einer effizienteren Energienutzung. Aktuelle Situation und mögliche Perspektiven für die Gemeindeverwaltung Köniz (1995)
- Nr. 6
ISBN: 3-906456-06-4
Berner Entwurf zu einem Gentechnik-Gesetz. Mit Kommentar (1995)
- Nr. 7
ISBN: 3-906456-07-2
Die Patentierung von Lebewesen im Hinblick auf die Würde der Kreatur (1995) (*vergriffen*)
- Nr. 8
ISBN: 3-906456-09-9
Trennwirkung von Hauptverkehrsstrassen (1996)
- Nr. 9
ISBN 3-906456-10-2
Ökologischer Ausgleich und Landschaftsentwicklung - Müntschemier und Grossaffoltern (1997)
- Nr. 10
ISBN 3-906456-15-3
Fischrückgang in den schweizerischen Fließgewässern (1997)
- Nr. 11
ISBN 3-906456-16-1
Umweltverantwortliches Alltagshandeln beim Global Action Plan: die Bedeutung sozialer Netze (1998)
- Nr. 12
ISBN 3-906456-18-8
Gentechnologisch veränderte Sojabohne: Reflexion der Diskussion und des Bewilligungsverfahrens (1998)
- Nr. 13
ISBN 3-906456-19-6
Die Naturschutzorganisationen im bernischen Seeland (1999)
- Nr. 14
ISBN 3-906456-17-X
Energiesparen im Spital: Pilotprojekt für einen bewussteren Umgang mit Energie am Arbeitsplatz (1999)
- Nr. 15
ISBN 3-906456-20-X
Unser Abfall – der entwertete Rohstoff der kommenden Generation (2000)
- Nr. 16
ISBN 3-906456-21-8
Der Wolf – Wildtier oder wildes Tier? Eine Deutungsmusteranalyse in der Schweizer Bevölkerung (2000)

- Nr. 17
ISBN 3-906456-23-4
Gemeinwerk und gemeinschaftliches Arbeiten im
Landschaftsschutz (2000)
- Nr. 18
ISBN 3-906456-22-6
Menschliches Versagen im Kontext individuellen
umweltverantwortlichen Handelns (2000)
- Nr. 19
ISBN 3-906456-25-0
Nonylphenol in der Schweiz. Eine Abschätzung der
Belastungssituation und der ökologischen Wirkungen (2000)
- Nr. 20
ISBN 3-906456-26-9
Der Verkehrsversuch Spiez: eine Nachuntersuchung (2001)
- Nr. 21
ISBN 3-906456-29-3
Einstellungen, Handlungserfahrung und Kooperation im
Umweltbereich (2001)
- Nr. 22
ISBN 3-906456-30-7
Warum der Bach kam: Ursachendiskurs nach dem Unwetter-
Ereignis in Sachseln 1997 (2001)
- Nr. 23
ISBN 3-906456-31-5
„Stehenbleiben kommt nicht in Frage“. Potenziale der
Gemeinde Eggwil: Wahrnehmung und Bewertung durch
Bevölkerung und Behörden (2001)
- Nr. 24
ISBN 3-906456-32-3
Wer rettet die Belpau? Zur Wahrnehmung und Akzeptanz eines
Hochwasserschutz- und Revitalisierungsprojektes (2001)
- Nr. 25
ISBN 3-906456-33-1
Frauennetzwerke und Landschaftsentwicklung. Soziale
Restriktionen und Optionen der Mitwirkung von
Frauennetzwerken an nachhaltiger Landschaftsentwicklung
(2002)
- Nr. 26
ISBN 3-906456-34-X
Obstgarten Leuzigen – Chancen und Risiken bei der
Realisierung und Bewirtschaftung (2002)
- Nr. 27
ISBN 3-906456-35-8
Aktive Gestaltungsformen eines zukünftigen
Landschaftsmanagements. Eine Befragung in den Gemeinden
Erlach und Ligerz (2002)
- Nr. 28
ISBN 3-906456-36-6
Durchsetzungsmechanismen im Umweltvölkerrecht. Wahl und
Gestaltungsverhalten im Hinblick auf unterschiedliche
Vertragsziele (2003)
- Nr. 29
ISBN 3-906456-37-4
Die Wirkung eines ökologischen Pilotprojektes im Bereich
Wasserkraft auf die Nachfrage nach "Grünem Strom".
Gegenüberstellung der Gemeinden Aarberg und Büren a.A. -
eine Untersuchung in Fallbeispielen (2003)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 30
ISBN 3-906456-387-2
Quartierleiste Lyss – Potentiale, Chancen, Probleme (2003)
- Nr. 31
ISBN 3-906456-39-0
Mitnehmende bei Carlos (2003)
- Nr. 32
ISBN 3-906456-40-4
Partizipation in Lokalen Agenda 21-Prozessen. Die Teilnahme
von MigrantInnen (2004)

- Nr. 33
ISBN 3-906456-41-2
Titanic II. Pilot- und Demonstrationsobjekt im Bereich energieeffizienten Bauens (2004)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 34
ISBN 3-906456-42-0
Lebensqualität im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung in der Stadt Langenthal (2004)
- Nr. 35
ISBN 3-906456-43-9
Die Diffusion von Elektro-Scooters. Untersuchung des Vertriebs von Elektro-Scooters im Raum Bern (2004)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 36
ISBN 3-906456-44-7
Ozonticker. Evaluation und Neukonzeption einer Kampagne zur Reduktion von Ozon in der Stadt Bern (2004)
- Nr. 37
ISBN 3-906456-45-5
Diffusionsschwierigkeiten von E-Bikes. Eine Studie über die Ursachen des Nicht-Kaufs (2005)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 38
ISBN 3-906456-46-3
Titanic II. Bedingungen für ein erfolgreiches Pilot- und Demonstrationsobjekt (2005)
- Nr. 39
ISBN 3-906456-47-1
Alp-Träume. Wengener Alpkorporationen zwischen Alpwirtschaft, Tourismus und Naturschutz (2005)
- Nr. 40
ISBN 3-906456-48-X
Die Umgestaltung der Inselgärten nach dem Konzept *Healing Garden* (2005)

Die Arbeiten können zum Preis von SFr. 10.- (+ Porto) bei der IKAÖ bezogen werden.

Universität Bern
Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ)
Schanzeneckstr. 1, Postfach 8573, CH-3001 Bern
Telefon +41 (0)31 631 39 57/51
Telefax +41 (0)31 631 87 33
E-Mail ikaoe@ikaoe.unibe.ch
Web www.ikaoe.unibe.ch

ISBN 3-906456-49-8