



# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Konzepte des naturnahen nachhaltigen Tourismus  
im alpinen Raum und ihre Umsetzung am Beispiel  
des Osttiroler Villgratentals.

Eine Analyse der Angebotsseite

Verfasserin  
Marion Hetzenauer

angestrebter akademischer Grad  
Magistra der Naturwissenschaften (Mag.rer.nat.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt.  
Studienblatt:

A 453

Studienrichtung lt.  
Studienblatt:

Diplomstudium Theoretische und Angewandte  
Geographie

Betreuer:

ao. Univ.-Prof. Dr. Norbert Weixlbaumer



## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als angegebener Hilfsmittel angefertigt habe. Direkt oder indirekt übernommene Gedanken aus fremden Quellen sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am

Marion Hetzenauer

## Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abkürzungen .....	5
Verzeichnis der Abbildungen.....	6
Verzeichnis der Tabellen.....	6
Vorwort.....	7
1. Einleitung.....	8
2. Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung .....	12
2.1. Grundlagen für die Entwicklung des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung 14	
2.1.1. „Our Common Future“ – Bericht der UN-Weltkommission für Umwelt und Entwicklung 1987 .....	17
2.1.2. Rio-Konferenz 1992 .....	20
2.1.3. Exkurs: Rio+20 Konferenz 2012 .....	22
2.2. Interpretationen des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung .....	24
2.3. Kritik am Konzept der nachhaltigen Entwicklung.....	27
2.4. Potential der nachhaltigen Entwicklung.....	31
3. Tourismus und nachhaltige Entwicklung.....	32
3.1. Bedingungen für eine nachhaltigen Entwicklung im Tourismus .....	32
3.2. Tourismus als System.....	39
3.3. Vorläufer eines nachhaltigen Tourismus.....	47
3.3.1. Sanfter Tourismus.....	50
3.4. Nachhaltiger Tourismus.....	54
3.5. Nachhaltige Konzepte des Naturtourismus .....	62
3.5.1. Ökotourismus .....	62
3.5.2. „Wildlife Tourism“ .....	71
3.6. Tourismus als Mittel einer nachhaltigen Regionalentwicklung.....	73
3.7. Nachhaltiger naturnaher Tourismus.....	76
4. Naturnaher, nachhaltiger Tourismus im Alpenraum.....	79
4.1. Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung in den Alpen: Die Alpenkonvention	82
4.2. Strategien des nachhaltigen Tourismus im Alpenraum.....	86
4.3. Trends im Alpentourismus.....	93
5. Das Villgratental.....	94
5.1. Attraktionspunkte im Villgratental .....	97
5.2. Fakten zum Villgrater Tourismus .....	101

5.3. Bedeutung des Tourismus im Villgratental.....	103
6.1. Methode .....	107
6.2. Überprüfung der Forschungsfragen und Hypothesen .....	108
7. Fazit.....	115
8. Literaturverzeichnis .....	119
Online-Quellen:.....	129
9. Anhang.....	131
Fragebogen.....	131
Einverständniserklärung zur Veröffentlichung und Verwendung der Interviews ...	134
Transkription der Interviews .....	135
Kriterien für Bergsteigerdörfer .....	155
Abstract.....	157
Lebenslauf.....	160

## Verzeichnis der Abkürzungen

<b>Abb.</b>	Abbildung
<b>AT</b>	Alternative Tourism/Alternativer Tourismus
<b>CIPRA</b>	Commission Internationale Pour La Protection Des Regions Alpines/Internationale Alpenschutzkommission
<b>CSD</b>	UN Commission on Sustainable Development/UN Kommission für nachhaltige Entwicklung
<b>NGO</b>	Non-Governmental-Organisation/Nichtregierungsorganisation
<b>OEAV</b>	Österreichischer Alpenverein
<b>OEZA</b>	Österreichische Entwicklungszusammenarbeit
<b>o. g.</b>	oben genannt
<b>TVB</b>	Tourismusverband
<b>u.a.</b>	unter anderem
<b>UNCED</b>	United Nations Conference on Environment and Development
<b>UNEP</b>	United Nations Environment Programme
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>UNWTO</b>	United Nations World Tourism Organisation
<b>WCED</b>	World Commission for Environment and Development

## Verzeichnis der Abbildungen

- Abb. 1: Oberstaller Alm (Quelle: TIROL WERBUNG)
- Abb. 2: Bedingungen einer nachhaltigen Entwicklung (Quelle: BIEGER, S. 280)
- Abb. 3: Rio+20 (Quelle: UNCSD)
- Abb. 4: Resort-Lebenszyklus Modell (Quelle: BUTLER 1980, in FENNELL, S. 121)
- Abb. 5: Das System Tourismus (Quelle: BIEGER 2006, S. 84)
- Abb. 6: Wechselwirkungen von Tourismus und Ökologie (Quelle: BIEGER 1998, in BIEGER 2006, S. 264)
- Abb. 7: Magisches Fünfeck der touristischen Entwicklung (Quelle: FERRANTE, S. 116, in BIEGER, S. 271)
- Abb. 8: Beziehungen der Tourismusformen zur Nachhaltigkeit (Quelle: FENNELL, S. 27)
- Abb. 9: Entwicklungszyklus eines nachhaltigen Ökotourismus (Quelle: FENNELL, S. 123)
- Abb. 10: Formen des naturnahen Tourismus mit Fokus auf „Wildlife Based Tourism“ (WBT) (Quelle: REYNOLDS et al., S. 32)
- Abb. 11: Der Alpenbogen (Quelle: RAUMALP)
- Abb. 12: Logo Bergsteigerdörfer (Quelle: SAUER, S. 3)
- Abb. 13: Logo Urlaub am Bauernhof (Quelle: URLAUB AM BAUERNHOF)
- Abb. 14: Lage des Villgratentals in Osttirol (Quelle: VOLKSSCHULE SILLIAN, eigene Markierung)
- Abb. 15: Haus Villgrater Natur (Eigenes Bild)
- Abb. 16: Wallfahrtskirche Maria Schnee (Eigenes Bild)
- Abb. 17: „Über die Jöcher“ Themenwege (Eigenes Bild)
- Abb. 18: Ensemble Wurzerhof (v.l.n.r.: Mühle, Kapelle, Hof, Gerätemuseum) (Eigene Bilder)
- Abb. 19: Assoziationen der Befragten zu Nachhaltigkeit (Eigene Bearbeitung)
- Abb. 20: "Stimmungsbarometer " zum Villgrater Tourismus (Eigene Bearbeitung)

## Verzeichnis der Tabellen<sup>1</sup>

- Tab. 1: Auswahl an Potentialen und Gefahren des Tourismus für ländliche Räume
- Tab. 2: Einordnung der besprochenen Tourismusformen und –zugänge nach Nachhaltigkeitsintensität
- Tab. 3: Erfolgsfaktoren für Tourismus in Schutzgebieten (Quelle: HAMMER et al., S. 155)
- Tab. 4: Nächtigungen im Villgratental für das Jahr 2011 nach Betriebsform
- Tab. 5: Information der Gäste über Nachhaltigkeit im Tourismus

---

<sup>1</sup> Eigene Bearbeitung, sofern nicht anders angegeben

# Vorwort

---

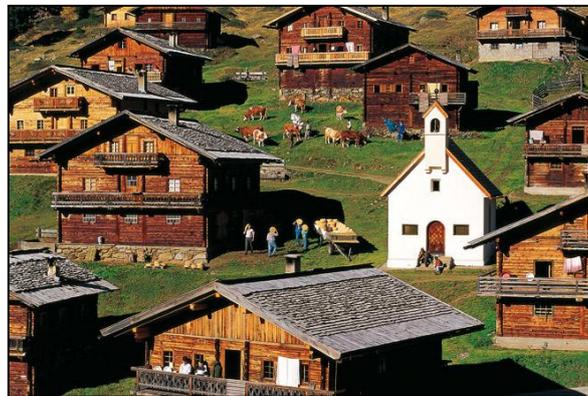
Der Tourismus brachte im Alpenraum viele positive Impulse, so schafft er Arbeitsplätze dort wo Industrie und Landwirtschaft zu geringe Arbeitsplatzkapazitäten haben und damit Einkommen und Wohlstand für die Bevölkerung. Im Laufe der touristischen Entwicklung wurden aber auch negative Einflüsse sichtbar, die zu einem großen Teil darauf beruhten, dass Tourismus ohne Rücksicht auf gesellschaftliche oder ökologische Belastungsgrenzen vorangetrieben wurde. Nachhaltiger Tourismus ist ein Gegenkonzept zu diesem konventionellen Massentourismus und versucht ein Miteinander von gesellschaftlicher, ökologischer und wirtschaftlicher Entwicklung zu schaffen. Eine Region in den Alpen, in dem das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung auch im Bezug auf den Tourismus Bedeutung hat, ist das Villgratental in Osttirol, welches in dieser Arbeit als Untersuchungsgebiet herangezogen wird.

Ein besonderer Dank gilt all jenen, die mich bei dieser Arbeit unterstützt haben, allen voran den Menschen im Villgratental, die mit ihrer Philosophie eines anderen Tourismus im Alpenraum Möglichkeiten für einen zukunftsweisenden Tourismus aufzeigen, und die mir in Gesprächen und durch ihre Teilnahme an der Umfrage diese Praxis näher brachten.

# 1. Einleitung

---

„Kommen Sie zu uns, wir haben nichts“ – mit diesem Spruch betitelte „Die Zeit“ vor einigen Jahren einen Artikel über das Villgratental und wurde prompt der Leitspruch des Tals. Das „Seiten-Seitental“ wurde aufgrund seiner geographischen Randlage erst spät vom Strukturwandel erfasst und damit setzte auch die touristische Entwicklung nicht in so hohem Ausmaß ein, wie es andernorts im alpinen Raum geschah. Es fehlten dazu auch Anzugspunkte wie hohe Gipfel über 3000 m Seehöhe, die für den Alpinismus von Bedeutung gewesen wären, und weit erschlossene Schigebiete mit Liftanlagen. Das Fehlen dieser touristischen Infrastruktur grenzt das Tal jedoch heute von anderen Regionen in den Alpen ab, denn hier finden Erholungssuchende eine weitgehend intakte Kulturlandschaft mit naturlandschaftlichen Kleinodern.



**Abb. 1: Oberstaller Alm (Quelle: TIROL WERBUNG)**

Das „Nichts“ wurde das Alleinstellungsmerkmal des Villgratentals, das heute ein beliebtes Ziel für Wanderer und Schitourengeher ist. Der Tourismus selbst spielt jedoch auch eine Rolle für den Erhalt seiner eigenen Ressourcen, da er – nachdem die zahlreichen Almen mit ihren charakteristischen Hütten über Straßen täglich zu erreichen waren – eine Nachnutzung der Almhütten ermöglichte. Ein weiterer Grund für diese Positionierung ist die frühe Einbindung einer Tourismusphilosophie in Planung und Umsetzung, die sich im Alpenraum abseits der gängigen Konzepte bewegte. Bereits in den 1970er Jahren war der Fremdenverkehr – teils aus fehlenden Alternativen, teils aus Überzeugung – an Überlegungen orientiert, die Tourismus nur in

natur- und sozialverträglichen Bahnen als möglich erachten. In einem ganzheitlichen Ansatz des natur- und sozialverträglichen Tourismus kann man auch von einem nachhaltigen Tourismus sprechen, der im Villgratental zu finden ist. Die Talschaft dient für diese Arbeit als Beispiel für nachhaltige Entwicklung in einem naturnahen Tourismus im Alpenraum.

### *Quellen und Methoden*

Neben einer umfassenden Literaturanalyse zu den Themen *nachhaltiger naturnaher Tourismus* und *Villgratental* wurden zur Ergänzung der Informationen Leitfadeninterviews mit Verantwortlichen aus dem Tourismus und der Verwaltung aus dem Villgratental geführt.

Befragt wurden der Obmann des Talausschusses „Tourismusinformation Villgratental“ Josef SCHETT, der Obmann des Heimatpflegevereins Alois MÜHLMANN, der Bürgermeister von Außervillgraten Josef MAIR und Helmut BACHLECHNER von der Tourismusinformation Außervillgraten. Die Interviews werden als Quellen für die aktuelle Situation des Tourismus im Villgratental herangezogen und sind im Anhang mit freundlicher Genehmigung der Befragten veröffentlicht.

Als Methode wurde eine standardisierte schriftliche Befragung der Tourismustreibenden des Villgratentals, die in der Gastronomie und/oder Beherbergung tätig sind, durchgeführt.

### *Aufbau*

Um den theoretischen Rahmen hin zu einem nachhaltigen Tourismus – und im Speziellen hin zu einem nachhaltigen naturnahen Tourismus aufspannen zu können, wird in Kapitel 2 die Entwicklung des Konzepts der Nachhaltigkeit oder der nachhaltigen Entwicklung – diese Begriffe werden weitgehend synonym gebraucht – und wichtige darauf aufbauende Aussagen und Klassifizierungen beschrieben. Im nächsten Abschnitt dieser Arbeit wird der Tourismus im Kontext der Nachhaltigkeit genauer untersucht und neben allgemeinen Prämissen des Tourismussystems auch auf die Vorläufer eines nachhaltigen Tourismus eingegangen, ehe das weitgreifende Konstrukt des nachhaltigen Tourismus mit seiner konzeptionellen Entwicklung selbst Zentrum der Betrachtung wird. Im Zuge dessen wird ein Blick auf die negativen

Auswirkungen des konventionellen Massentourismus geworfen und damit versucht, die Notwendigkeit einer Alternative im Tourismus aufzuzeigen. Tourismus wird vor allem als ein komplexes System mit zahlreichen Subsystemen und Umwelten wahrgenommen, mit denen es in Interaktion steht, daher wird auf den Tourismus im Zusammenhang mit der Systemtheorie Rücksicht genommen. Im Weiteren werden Bedingungen abgeklärt, die zum Ruf nach einem alternativen Tourismus geführt haben und zu ersten Versuchen in dieser Richtung, wie etwa einem sanften Tourismus, der ökologische und soziale Verträglichkeit fordert. Mit der Einführung des Begriffs der Nachhaltigkeit kommt auch der Begriff eines nachhaltigen Tourismus auf, der in der Folge einem langwierigen Definitionsprozess unterzogen wurde, der bis heute nicht vollständig abgeschlossen ist.

Während nachhaltiger Tourismus eher als theoretischer Rahmen für eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus gilt, werden mit Konzepten wie Ökotourismus oder Wildlife Tourism konkretere Vorschläge dafür geliefert. Ein weiterer wichtiger Aspekt eines nachhaltigen Tourismus liegt in seiner Bedeutung für die regionale Entwicklung. Aus all diesen Formen des nachhaltigen Tourismus mit Bezug auf Naturtourismus soll versucht werden, eine Definition des nachhaltigen naturnahen Tourismus in einem engeren Sinn zu formulieren.

In Kapitel 4 wird der Alpenraum im Kontext des Tourismus untersucht. In diesem sensiblen Raum wird nachhaltiges Handeln und Wirtschaften als wichtig angesehen, um die Lebensqualität dort erhalten zu können. Dabei dient die Alpenkonvention als Leitbild. Wie Nachhaltigkeit im Alpenraum umgesetzt werden kann, wird anhand von Beispielen gezeigt.

Nachdem die Rahmenbedingungen des nachhaltigen naturnahen Tourismus geklärt sind, wird das Villgratental als Beispiel untersucht, in dem dieser Tourismus umgesetzt wird.

Die vorliegende Arbeit soll folgende Fragen klären:

- Was wird unter Nachhaltigkeit verstanden?
- Welche Konzepte des nachhaltigen Tourismus gibt es (die sich auf den alpinen Raum anwenden lassen) und wie werden sie wissenschaftlich diskutiert?
- Kann nachhaltiger Tourismus als Hilfe zur Regionalentwicklung eingesetzt werden? Wie und welche Vor- und Nachteile ergeben sich daraus?
- Welche strukturellen Voraussetzungen findet man im Untersuchungsgebiet für naturnahen Tourismus? Welche Bedeutung hat der Nachhaltigkeitsgedanke im lokalen Tourismus?

## 2. Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung

---

Um zum Thema „Nachhaltiger Tourismus“ vorzudringen, muss zuerst geklärt werden, was unter nachhaltig, Nachhaltigkeit oder nachhaltiger Entwicklung im Folgenden verstanden wird. Nachhaltig ist ein Wort, das seit seinem Auftreten in den 1980er Jahren für die unterschiedlichsten Dinge und mit den unterschiedlichsten Bedeutungen verwendet wird. (vgl. GARROD et al., S. 514)

Nachhaltigkeit, die hier von Bedeutung ist, orientiert sich an ihrem ursprünglichen Gebrauch, wie sie 1987 von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung<sup>2</sup> im Bericht „Our Common Future“ vorgeschlagen wurde. Dieser Bericht – auch Brundtland-Report genannt, nach der Vorsitzenden der Kommission, der damaligen norwegischen Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland – legte den Grundstein für die folgenden Diskussionen über die genaue Definition von Nachhaltigkeit und nachhaltigen Praktiken.

*“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.” (WCED, S. 41)*

„Nachhaltigkeit“ und „nachhaltige Entwicklung“ werden weitgehend synonym verwendet, der Begriff „nachhaltige Entwicklung“ weist aber auf einen stärkeren Fokus auf die Rolle des Menschen in einem sozialen, ökonomischen und umweltorientierten Kontext hin. Hier wird bereits deutlich, dass das Konzept nachhaltige Entwicklung auf verschiedenen Philosophien und Zugängen aufgebaut ist. (vgl. CONNELL et al., S. 7)

Unterschiedliche Disziplinen der Wissenschaft und Wirtschaft sowie die Umweltpolitik und die internationale Politik orientieren sich in Umwelt- und Entwicklungsfragen an diesem Konzept. Da der Brundtland-Report nicht mit einer genauen Definition oder Interpretation der vorgeschlagenen Nachhaltigkeit dient, ist dieses Thema in den Fachliteraturen seit Ende der 1980er Jahre einer regen Diskussion unterworfen.

---

<sup>2</sup> = WCED (World Commission on Environment and Development)

Dennoch findet man kaum eine fächerübergreifenden genaue Definition oder Bedeutung des Konzepts, geschweige denn eine gemeinsame Meinung zur Implementierung von nachhaltigen Entwicklungsstrategien. (vgl. CARVALHO, S. 133) In Anbetracht dieser Vielfalt an Interpretationen von nachhaltiger Entwicklung besteht die Gefahr, dass das Konzept zu einem „leeren Klischee“ (MÜLLER, S. 504) verkommt. Auch wenn das Konzept heute in vielen Variationen besteht, lässt sich doch ein Konsens erkennen: Nachhaltig kann Entwicklung nur sein, wenn sie zugleich drei wichtige Dimensionen bedenkt (s. Abb. 2):

- Sozialverträglichkeit – Schaffen eines Governance-Systems mit einem Wertesystem, das die Wünsche der betroffenen Menschen respektiert → gesellschaftliche Nachhaltigkeit
- Wirtschaftlichkeit – Schaffen eines gewissen Lebensstandards für alle Menschen → wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Naturverträglichkeit – Einhaltung der Grenzen der Biosphäre und der Tragfähigkeit natürlicher Systeme → ökologische Nachhaltigkeit

(vgl. ROBINSON, S. 167f)

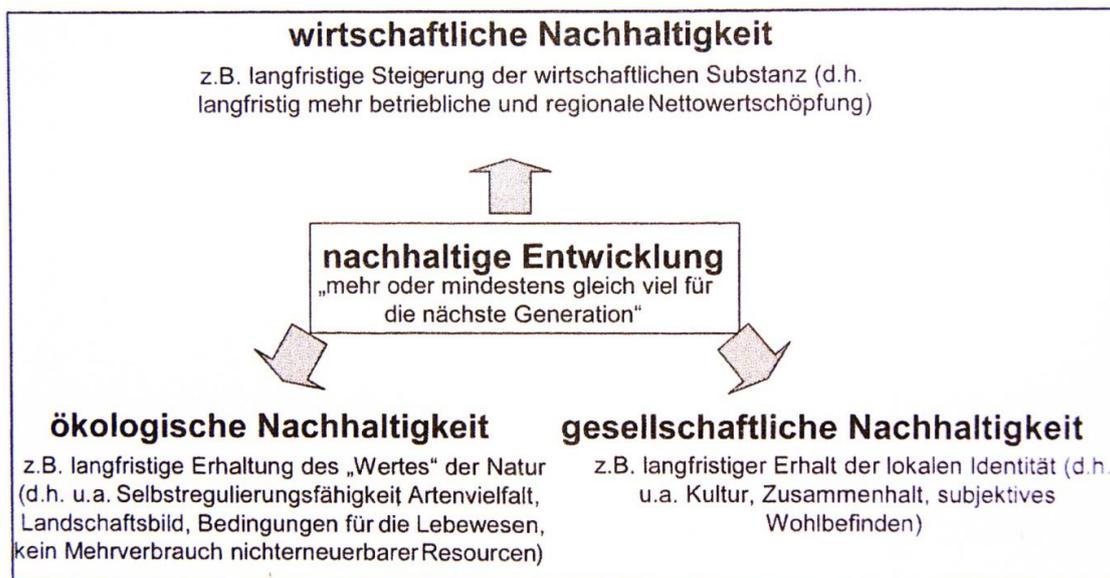


Abb. 2: Bedingungen einer nachhaltigen Entwicklung (Quelle: BIEGER 2006, S. 280)

Weitere wichtige Charakteristika einer nachhaltigen Entwicklung sind ein transdisziplinärer Zugang, der sich besonders auf die Interaktion der genannten Dimensionen bezieht, und eine langfristige Perspektive in Bezug auf ein ökologisches, gesellschaftliches und ökonomisches System. (vgl. ebd., S. 163)

*“Sustainability is an exercise in the conditional optimization and fine-tuning of all elements of the development systems.” (FARRELL et al., S. 226)*

Im Weiteren sollen nun die Ursprünge des Nachhaltigkeitsgedankens, seine Manifestierung im Brundtland-Report und die darauf folgende Entwicklung genauer betrachtet werden, ebenso wie verschiedene Interpretationen und Ausformulierungen des Konzepts.

## **2.1. Grundlagen für die Entwicklung des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung**

Die Vorläufer des Konzepts der Nachhaltigkeit liegen zum Teil im Naturschutzgedanken, der in der jüngeren Geschichte in der westlichen Welt in der Zeit der Romantik aufkam.

Nach der starken Industrialisierungsphase Mitte des 20. Jahrhunderts wurde die Degradation der natürlichen Ressourcen und der damit entstandene Nachteile für den Menschen immer deutlicher sichtbar. Um dem gegenzusteuern bildete sich ab den 1960er und 1970er Jahren eine „grüne“ Bewegung, die der Ausbeutung der Natur zum kurzfristigen ökonomischen Nutzen einiger weniger nicht zustimmte. Da diese Bewegungen sich zu dieser Zeit auch politisch organisierten, wurde eine breitere Auseinandersetzung im Spektrum zwischen ökonomischem Wachstum und Erhalt der natürlichen Ressourcen angestoßen.

Dieses Spektrum bewegt sich zwischen einem technokratischen und einem ökozentrischen Weltbild zum einen und zwischen den Extremen „Bewahren“ und „Aufsparen“ zum anderen. In einem technokratischen Weltbild ist der Mensch Herr über die Natur und hätte somit das Recht zur Ausbeutung. Auftretende Probleme werden durch technische Lösungen kompensiert. In einer ökozentrischen Perspektive

hat der Mensch die Rolle eines Behüters der natürlichen Ressourcen und er muss sie so verwenden, dass auch zukünftige Generationen von diesen Ressourcen profitieren können. In der Diskussion zwischen Aufsparen und Bewahren<sup>3</sup> treffen ein utilitaristischer und ein stärker spiritueller, geistiger Ansatz aufeinander und die Fragen, ob und wie natürliche oder landschaftliche Ressourcen und Systeme geschützt werden können. Die Position des Aufsparens beinhaltet einen Nutzen für die Gesellschaft – im Idealfall den größtmöglichen Nutzen für die größtmögliche Anzahl an Menschen – und eine mögliche spätere Nutzung der Ressourcen. Ökotourismus wäre eine mögliche Form dieser Nutzung.

(vgl. CONNELL et al., S. 8; ROBINSON, S. 153f)

BRANDT (1980, S. 115f, zit. in: CONNELL et al., S. 6) zieht folgenden Schluss:

*"It is clear to us that the growth and development of the world economy must in future be less destructive to natural resources and the environment so that the rights of future generations are protected [...] Few threats to peace and the survival of human community are greater than those posed by the prospects of cumulative and irreversible degradation of the biosphere on which human life depends."*

Diese Aussage spiegelt das gesteigerte Bewusstsein für die Bedeutung des Schutzes der natürlichen Ressourcen für den Menschen wider und zeigt auch die gesellschaftliche Relevanz des Themas auf. In einer zukünftigen Entwicklung ist somit der Schutz der natürlichen Umwelt eine bedeutende Größe. (vgl. ebd., S. 114)

Während sich frühere Debatten auf den Erhalt und den Schutz von natürlichen Ressourcen, Wildnis, Landschaft, der Vielfalt von Arten oder erneuerbarer Energien konzentrierten, wurde in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine weitere Dimension sichtbar: die Interaktion dieser Systeme mit dem Wirtschafts- und Gesellschaftssystem. Neue Problemfelder wie Umweltverschmutzung, Ausbeutung der nicht-erneuerbaren Energiequellen oder weltweites Bevölkerungswachstum, die durch diese Interaktion verursacht wurden, tauchten auf und wurden medial aufgegriffen. Ab

---

<sup>3</sup> Im englischen Sprachgebrauch unterscheidet man die Positionen „preservationist“ und „conservationist“ – „Bewahren“ wird hier synonym mit „preservation“, „Aufsparen“ synonym mit „conservation“ gesetzt.

den 1980er Jahren wurde versucht, eine konzeptionelle Verbindung zwischen Umweltproblemen – vor allem jenen, die vom Menschen verursacht wurden – und soziopolitischen Belangen zu schaffen. Der Überbau einer nachhaltigen Entwicklung kann daher als ein Konzept gesehen werden, das aus der Umweltliteratur seit den 1960er Jahren gewachsen ist. (vgl. ROBINSON, S. 153f)

Nachhaltige Entwicklung wird auf mehreren Ebenen sichtbar, zum einen auf der ökonomischen und zum anderen auf der politischen. Ökonomisch ist der Nachhaltigkeitsgedanke wichtig, da die Natur Grenzen für das unbeschränkte Wachstum aufweist – diese Idee formulierte auch schon John Stuart MILL im Jahr 1873. Im politischen Kontext vereint Nachhaltigkeit zwei Prozesse, bei denen verschiedene Gruppen von Menschen über andere Gruppen und die natürliche Umwelt dominieren, nämlich Umweltkonflikte und Umweltmanagement. (vgl. REDCLIFT, S.127f)

In diesem Zusammenhang ist die Nachhaltigkeit auch im Sinne von ROBINSON (S. 170) zu verstehen:

*“Sustainability as a political act, not a scientific concept.”*

Der Begriff und das Konzept der „nachhaltigen Entwicklung“ oder „sustainable development“ wurden 1980 in der *World Conservation Strategy* der IUCN<sup>4</sup> aufgegriffen, gelangten so in den wissenschaftlichen Diskurs und mit der Verwendung im Bericht „Our Common Future“ der WCED 1987 auch in den politischen Mainstream. (vgl. CARVALHO, S. 133)

---

<sup>4</sup> =International Union for the Conservation of Nature

### 2.1.1. „Our Common Future“ – Bericht der UN-Weltkommission für Umwelt und Entwicklung 1987

Die WCED definiert nachhaltige Entwicklung als eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne die Möglichkeit zukünftiger Generationen ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen zu verhindern. (WCED, S. 41)

Doch um nachhaltige Entwicklung umzusetzen, reichen rationale Nutzung und Effizienz nicht aus. In dieser Definition finden sich zwei wichtige Komponenten des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung. Da wäre zuerst die Komponente der Befriedigung der Bedürfnisse – diese beziehen sich zum einen darauf, dass vor allem die Bedürfnisse der armen Menschen der Welt berücksichtigt werden. In einem solchen „Intragenerationenvertrag“ soll eine gerechte Verteilung der Ressourcen innerhalb der Gesellschaftssysteme angestrebt werden. Zum anderen besteht laut dieser Definition auch ein „Intergenerationenvertrag“, die Verpflichtung der gegenwärtigen Gesellschaft, auch für zukünftige Generationen einen angemessenen Lebensstandard möglich zu machen. Die zweite Komponente, die die WCED bezüglich nachhaltiger Entwicklung anspricht, ist, dass es ökologische Grenzen gibt, also keine unbegrenzten Kapazitäten der natürlichen Umwelt um die Befriedigung dieser Bedürfnisse beim derzeitigen Stand der Technologie und der Gesellschaftssysteme auszuweiten. (vgl. WCED, S. 41; CARVALHO, S. 134)

Weiters fordert nachhaltige Entwicklung im Sinne der WCED eine ganzheitliche Verhaltensänderung, der Individuen ebenso wie der politischen, sozialen und wirtschaftlichen Systeme, damit eine Harmonie zwischen Nutzung von Ressourcen, den Zielen von Investitionen, der Richtung technologischer Entwicklung und dem institutionellem Wandel entstehen kann und somit die Möglichkeiten gesteigert werden menschliche Bedürfnisse zu erfüllen. (vgl. WCED, u. a. S. 38) Der Fokus des Nachhaltigkeitskonzepts der WCED liegt jedoch auf soziopolitischen Themen und auf der Frage nach der Verteilung, weniger auf dem Gebiet von Verhaltens- und Werteänderungen. Um Umweltfragen ebenso einzubringen wie Entwicklungsfragen, konzentriert sich der Brundtland-Bericht zu einem großen Teil auf gesellschaftliche und ökonomische Bedingungen in Entwicklungsländern und deren Beziehungen zu Umweltproblemen. Eine ökologische Nachhaltigkeit könne nicht erreicht werden,

wenn das Problem der weltweiten Armut nicht in den Griff zu bekommen sei. Diese dynamische Spannung und die Darlegung einer direkten Beziehung zwischen Armut und Umweltbelangen bezeichnet ROBINSON (S. 153) als „*the most radical message of the Brundtland Commission.*“ In diesem Bericht werden die zwei komplexen und weitgreifenden Themen der Umweltbelastung sowie der menschlichen Entwicklung und Armut behandelt und es wird gefordert, diese Probleme zugleich und mit gleichem Engagement zu lösen.

Der Bericht enthält sowohl radikale als auch reformierende Punkte. Ein reformierendes Element besteht in der Andeutung, dass die Lösung von Unter- und Überentwicklung darin liegt, den menschlichen Entwicklungsstand zu fördern und auszubauen, dabei aber die Umweltverträglichkeit dieser Entwicklung zu beachten.

Die anthropozentrische Position der WCED wird hier klar ersichtlich. Im Brundtland-Bericht stehen Verantwortung von kollektiven und institutionellen Einrichtungen, Effizienzsteigerung und soziale Verantwortung im Zentrum der Betrachtungen. Man kann ihm einen pragmatischen, kollektivistischen Zugang zuschreiben, der bis dahin eher untypisch war. Frühere Arbeiten zur Nachhaltigkeit wählten meist eine individualistische Annäherung. (vgl. ROBINSON, S. 155f)

Zusammenfassend kann man drei Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung ausmachen:

- Zukunftsorientierung
- Verteilungsgerechtigkeit
- Holismus

(vgl. SAARINEN, S. 315)

SAARINEN (S. 315f) zieht folgenden Schluss aus der Definition der nachhaltigen Entwicklung:

*„The definition of sustainable development has been described as complex, normative, imprecise, and not operational, but it is not only the obvious vagueness of the WCED's (1987) suggestion or numerous later definitions, which create a fuzzy picture of the idea as well as the conflict of interest. The*

*concept is ideologically and politically contested, and needs to cover a broad range of interests which have no easily identifiable common denominator.“*

Dazu ist anzumerken, dass das Interesse verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen, die das Konzept der nachhaltigen Entwicklung für sich beanspruchen, die Debatte was Nachhaltigkeit oder nachhaltige Entwicklung sei, verkomplizierte. Neben der semantischen Unklarheit wurde auch nicht immer klar kommuniziert, was man denn unter Nachhaltigkeit genau verstehe. In den 1990er Jahren verlor der Umweltbezug in der Diskussion um Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung und man konzentrierte sich stattdessen auf kulturelle Fragen. (vgl. CONNELL et al., S. 7)

In der wissenschaftlichen Aufarbeitung des Themas der nachhaltigen Entwicklungen bilden sich verschiedene Sichtweisen heraus, CARVALHO (S. 134f) unterscheidet eine „Mainstream View“ und eine „Alternative View“.

Eine Mainstream-Perspektive beachtet die Elemente der Nachhaltigkeit – die gesellschaftliche, die ökonomische und die ökologische – als konkurrierende Größen. Die ökologische Komponente der Nachhaltigkeit wird meist nach ihren kritischen Grenzen und ihrer Tragfähigkeit beurteilt, der allgemeine Fokus liegt aber klar auf der antropozentrischen Dimension. Oft wird in dieser Annäherung versucht, die ökologische und die ökonomische Komponente zu verbinden. In diesem Sinne ist nachhaltige Entwicklung ein Produkt aus dem Kompromiss von ökologischen und ökonomischen Belangen.

Die Alternativ-Perspektive vertritt die Ansicht, dass nachhaltige Entwicklung nur dann zu erreichen ist, wenn die Menschen ihren Umgang mit der natürlichen Umwelt ändern. Dafür bedarf es einer Änderung der geistigen und ethischen Haltung der Individuen ebenso wie der Reduzierung von Armut und einer Umverteilung des Wohlstandes. Weiters soll die Kontrolle über natürliche Ressourcen in der Hand kleiner Gemeinschaften liegen.

*“Economic growth and development of new technologies are not likely to lessen the environmental impact of humanity if social conditions related to equity, justice and participation are not addressed first.” (CARVALHO, S. 135f)*

Der Brundtland-Bericht ist deshalb im Diskurs der Nachhaltigkeit so bedeutend, weil er das Thema auf eine internationale und politische Ebene gebracht hat und im Weiteren positive Einflüsse auf Regierungs- und Nicht-Regierungs-Organisationen<sup>5</sup> genommen hat. (vgl. HARDY et al., S. 421)

### 2.1.2. Rio-Konferenz 1992

1992 wurde auf der Grundlage dieses Berichtes die UN Konferenz über Umwelt und Entwicklung<sup>6,7</sup> in Rio de Janeiro abgehalten. Diese war eine der ersten internationalen Konferenzen, die Umwelt- und Entwicklungsbestrebungen in einem globalen Kontext thematisierten. Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf der Abhängigkeit des Menschen von seiner Umwelt, den Auswirkungen der Umweltänderungen auf seine Handlungsmöglichkeiten sowie auf umweltpolitischen Problemen und Entwicklungsproblemen im umweltpolitischen Zusammenhang. Wichtige Ergebnisse dieser Konferenz waren zum einen die Bildung einer unabhängigen Kommission für Nachhaltige Entwicklung<sup>8</sup> und zum anderen die Erstellung von folgenden Dokumenten:

- *Die völkerrechtlich bindenden Konventionen für Klimaschutz und Artenvielfalt*
- *Die Walddeklaration und die Konvention zur Bekämpfung der Wüstenbildung*
- *Die Deklaration von Rio über Umwelt und Entwicklung*: In dieser Deklaration wurden 27 Grundsätze verankert, unter anderem das Recht auf nachhaltige Entwicklung.

*„Als unerlässliche Voraussetzungen für eine nachhaltige Entwicklung werden u.a. die Bekämpfung der Armut, eine angemessene Bevölkerungspolitik, Verringerung und Abbau nicht nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen sowie die umfassende Einbeziehung der Bevölkerung in politische Entscheidungsprozesse genannt.“ (LEXIKON DER NACHHALTIGKEIT a)*

(vgl. dazu LEXIKON DER NACHHALTIGKEIT a; BMZ)

---

<sup>5</sup> =NGOs

<sup>6</sup> auch als Rio-Konferenz oder Erdgipfel bekannt

<sup>7</sup> UNCED = UN Conference on Environment and Development

<sup>8</sup> UNCSD = UN Commission on Sustainable Development

- Die Agenda 21: Die Grundsätze für nachhaltige Entwicklung des Brundtland-Berichtes wurden im Rahmen der Agenda 21 so formuliert, dass sie in internationales Handeln umgesetzt werden konnten. Diese werden als Strategien, nationale Umweltpläne und Umweltaktionspläne formuliert, für deren konkrete Umsetzung Regierungen, Nicht-Regierungsorganisationen<sup>9</sup> und initiative Gruppierungen verantwortlich sind. Die Ziele der Agenda 21 sind nach sozialer, ökologischer und ökonomischer Dimension aufgeteilt, die in Unterzielen weiter konkretisiert werden. Ein wichtiges Ziel der sozialen Dimension ist die Bekämpfung der Armut, die als gemeinsame Aufgabe von allen Ländern, den Vereinten Nationen und NGOs gesehen wird. Weitere Ziele der sozialen Dimension sind „Schutz und Förderung der menschlichen Gesundheit“ und ein „globaler Aktionsplan für Frauen zur Erzielung einer nachhaltigen und gerechteren Entwicklung“. Ökologische Ziele sind in den meisten Kapiteln der Agenda 21 enthalten, eines der wichtigsten dabei ist der „Schutz der Erdatmosphäre“, der in der Klimarahmenkonvention von mehr als 150 Staaten verfolgt wird. Daneben werden als ökologische Ziele unter anderem „Bekämpfung der Entwaldung“ und „Schutz und Nutzung von Süßwasser“ genauer betrachtet. Auch ökonomische Ziele sind vielfach mit sozialen und ökologischen Kapiteln verknüpft. Im Kapitel „Stärkung der Rolle von Handel und Industrie“ wird auf den wichtigen Beitrag der Privatwirtschaft zur sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes hingewiesen. Darin werden die Ziele „Förderung einer umweltverträglichen Produktion“ sowie „Förderung einer verantwortungsbewussten Unternehmerschaft“ formuliert. Weiters enthält die Agenda 21 beispielsweise die ökologischen Ziele der „Schaffung dynamischer und kooperativer internationaler wirtschaftlicher Rahmenbedingungen“ und die „Schaffung nachhaltiger Konsumgewohnheiten“.

(vgl. LEXIKON DER NACHHALTIGKEIT a-d; CSD)

### 2.1.3. Exkurs: Rio+20 Konferenz 2012



Abb. 3: Rio+20 (Quelle: <http://www.uncsd2012.org/>)

Zwanzig Jahre nach dieser richtungsweisenden Konferenz – zeitnah zur Erstellung dieser Arbeit im Juni 2012 – wurde erneut eine Konferenz über Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro abgehalten. Die Erwartungen an diese Konferenz waren hoch, hat doch das Thema der nachhaltigen Entwicklung an gesellschaftlicher und politischer Relevanz gewonnen und viele Probleme, die in der Rio-Konferenz 1992 angesprochen wurden, haben sich verschärft. Die bedeutendste Erwartung dabei waren *“klare operative Ziele und konkrete Maßnahmen auf nationaler oder internationaler Ebene und entsprechende Fristen.”* (OEZA, S. 3) Diese Ziele sollen auf den Millenniumszielen aufbauen und einen stärker universellen Charakter haben als diese Basis, die sich vor allem auf Entwicklungsfragen konzentriert. Weiters sollten sie die Umsetzung von Nachhaltigkeit lenken, eine Überprüfung möglich machen und für alle Staaten gelten. An diese Erwartung ist die Forderung geknüpft, nicht nur allgemeine Absichtserklärungen zu produzieren. (vgl. OEZA, S. 3 und 8)

Ursprünglich war die Konferenz nur als Jubiläumsveranstaltung geplant, doch in der Vorbereitung hat sich bereits die Komplexität des Themas mit verschiedenen Feldern eröffnet. So musste man sich der Herausforderung stellen, aus dieser Vielfalt wenige zentrale Themen herauszufiltern. Diese waren zum einen „Green Economy“ und zum anderen die „Schaffung eines institutionellen Rahmens für nachhaltige Entwicklung“.

- Unter „Green Economy“ versteht man eine *„Wirtschaftsweise, die zu Wohlstand für alle im Sinne eines guten Lebens innerhalb ökologischer Grenzen beiträgt. [...] Sie muss auch zu sozialer Inklusion und Gerechtigkeit beitragen und die Grenzen der Belastbarkeit unseres Ökosystems berücksichtigen“* (OEZA, S. 7) und die Ressourceneffizienz steigern. Der Privatsektor ist mit seinen Investitionen und Innovationen als Motor einer grünen Wirtschaft anzusehen. Green Economy wird als ein möglicher Weg aufgezeigt, wie nachhaltige Entwicklung gestaltet werden kann. Dabei muss aber verhindert werden, dass die politische Verantwortung auf den Privatsektor übertragen wird und dass die

Ressourcen armer Länder und Gemeinschaften an internationale Akteure ausverkauft werden. Letzteres verursacht bei Entwicklungsländern eine große Skepsis gegenüber der Green Economy, da sie „*protektionistische Maßnahmen zum Schutz der Märkte im Norden*“ (ebd., S. 4) befürchten. Neben einem weltweiten gemeinschaftlichen Engagement bedarf es dafür auch eines praktischen Rahmens für wirtschaftliche Entwicklungsplanung, die soziale Gerechtigkeit ebenso berücksichtigt wie ökologische Nachhaltigkeit. Eine weitere Forderung an diese Konferenz ist die Erstellung einer ganzheitlichen Definition einer Green Economy, die sich nicht nur auf einzelne Produktionsschritte und Produktgruppen einschränkt, sondern den gesamten Produktionsprozess betrifft.

(vgl. OEZA, S. 3f, 6f, 9 und 12)

- Mit der Schaffung eines institutionellen Rahmens für nachhaltige Entwicklung werden zum Beispiel die Aufwertung des UN-Umweltprogramms zu einer eigenen Agentur oder die Einrichtung eines Rates für nachhaltige Entwicklung mit entsprechenden finanziellen Mitteln und Handlungsbefugnissen gefordert.

(vgl. OEZA, S. 12)

Das Ergebnis der Rio+20 Konferenz ist umstritten und bleibt abzuwarten, doch erste Reaktionen von NGOs und Politik machen deutlich, dass die hohen Erwartungen nicht erfüllt werden konnten. Der Abschlussbericht stelle einen Kompromiss dar, der weder klare Ziele noch verbindliche Fristen beinhalte und Zielformulierungen und wichtige Entscheidungen aufschiebe. Das oberste Gebot der nachhaltigen Entwicklung bleibt die Bekämpfung der Armut. Bezüglich der Green Economy konnte das Ziel nicht erreicht werden, ein richtungsweisendes Konzept zu erstellen – wie eine Green Economy umgesetzt werden soll, bleibt im Ermessen der einzelnen Staaten. Mit dieser Abschwächung besteht für Green Economy die Gefahr, eine leere Worthülse zu werden. Fortschritte, die diese Konferenz eingeleitet hat, werden darin gesehen, dass ab 2015 Nachhaltigkeitsziele eingeführt werden sollen, die die Millenniumsziele ablösen – die Themen dieser Ziele sind jedoch noch festzulegen. Daneben kann als

positiv gewertet werden, dass das UN-Umweltprogramm UNEP eine finanzielle Sicherung erhalten soll und die CSD durch ein politisch hoch profiliertes Gremium ersetzt werden soll.

(vgl. u. a. DER SPIEGEL, 20.06.2012; DER STANDARD, 20.06.2012; TAZ, 20.06.2012; GLOBALE VERANTWORTUNG 20.06.2012)

Die OEZA betont auch, dass die Konferenz auch hinsichtlich der öffentlichen Befassung mit dem Thema der nachhaltigen Entwicklung einen Beitrag geleistet hat. Durch internationale Berichterstattung werden die Werte der natürlichen Ressourcen wieder stärker in das Bewusstsein von Öffentlichkeit und Politik gerückt und ein verantwortungsbewusstes Unternehmertum wird propagiert. (vgl. OEZA, S. 4 und 12)

## **2.2. Interpretationen des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung**

Da Nachhaltigkeit eine weite Bandbreite an Bedeutungsmöglichkeiten abdeckt, bietet es sich an, diese Bedeutungen enger einzugrenzen. Ein Abgrenzungskriterium ist der inhaltliche Fokus der Nachhaltigkeit, ein anderer die Intensität, mit der eine nachhaltige Vision verfolgt wird. Nach solchen Kriterien ist es möglich ein Spektrum der Nachhaltigkeit aufzuziehen, an deren Enden sich ökonomische Nachhaltigkeit und ökologische Nachhaltigkeit gegenüberstehen – in dieser Konkurrenz der ökologischen und der ökonomischen Nachhaltigkeit liegt auch ein innerer Konflikt verborgen. Rein ökonomisch orientierte Nachhaltigkeit meint ein Fortbestehen der Wirtschaft und Wirtschaftlichkeit, wohingegen rein ökologisch orientierte Nachhaltigkeit den Erhalt der natürlichen Umwelt über jegliche wirtschaftliche Entwicklung stellt. (vgl. CONNELL et al., S. 8)

Darauf aufbauend besteht ein vereinfachtes Modell des Spektrums der nachhaltigen Entwicklung zwischen schwacher und starker Nachhaltigkeit. Bei einer schwachen Nachhaltigkeitsposition wird einer klassischen ökonomischen Theorie folgend postuliert, dass Natur- und Sozialkapital durch künstlich geschaffenes Kapital ersetzt werden kann. Eine Nachhaltigkeit in diesem Sinne würde gelten, wenn künstlich

Geschaffenes ökologische und kulturelle Funktionen übernimmt. Dem gegenüber steht eine starke Nachhaltigkeitsposition, die die Ersetzbarkeit von natürlichem Kapital ablehnt. Naturkapital müsse konstant bestehen bleiben und es hat neben ökonomischen auch ästhetische, kulturelle und ideelle Werte. (vgl. PIECHOCKI, S. 127)

HUNTER (p. 445f) adaptierte dieses Konzept und unterscheidet sehr schwache, schwache, starke und sehr starke Nachhaltigkeit. Diese Unterscheidung bringt einige Vorteile mit sich:

- Es werden verschiedene individuelle Konsummuster befriedigt.
- Ein Austausch von natürlichem Kapital durch artifizielles Kapital ist möglich.
- Der individuelle Wohlstand ist durch ökonomischen Wachstum und den technischen Fortschritt weiterhin gesichert.

Im Folgenden werden die einzelnen Nachhaltigkeitspositionen nach HUNTER (S. 445ff) genauer beleuchtet:

#### *Sehr Schwache Nachhaltigkeitsposition:*

Diese Sicht vertritt eine anthropozentrische nutzungs- und wachstumsorientierte Position. Natürliche Ressourcen werden ausgebeutet, um optimale ökonomische Erträge zu erzielen. Natürliches Kapital ist durch artifizielles Kapital ersetzbar. Das Weiterbestehen des Wohlstandes wird durch ein ökonomisches Wachstum und technische Innovationen gesichert.

#### *Schwache Nachhaltigkeitsposition:*

Diese Position ist an einer anthropozentrischen, nutzungsorientierten Richtung orientiert, die eine schonende Verwendung von Ressourcen fordert. Die inter- und intragenerationelle Verteilungsgerechtigkeit wird berücksichtigt. Laut dieser Auffassung sind natürliche Ressourcen nicht ohne Verluste mit artifiziellem Kapital zu ersetzen, etwa kritische Komponenten, wie die Ozonschicht oder gewisse natürliche Ökosysteme. Negative ökologische Ereignisse werden jedoch abgekoppelt vom wirtschaftlichen Wachstum bewertet.

### *Starke Nachhaltigkeitsposition:*

Diese Position nimmt eine systemtheoretische Perspektive ein, insbesondere bezüglich der Ökosysteme. Natürliche Ressourcen und die Funktionalität der Ökosysteme sollen bewahrt werden, ohne dass eine spätere Ausbeutung durch den Menschen angedacht wird. Kollektive Bedürfnisse stehen über den individuellen, was zur Durchsetzung von inter- und intragenerationeller Verteilungsgerechtigkeit beiträgt. Diese Position vertritt die Auffassung, dass die Wirtschaftslage stabil sein soll, ein Wachstum lehnt sie aber ebenso ab wie eine positive Bevölkerungsentwicklung.

### *Sehr starke Nachhaltigkeitsposition:*

Diese Position baut auf einer bioethischen und ökozentrischen Perspektive auf. Natürliche Ressourcen müssten geschont werden und eine Nutzung soll nur in einem minimalen Ausmaß erfolgen. Der Natur und ihren biotischen wie abiotischen Elementen werden intrinsische Werte zugeschrieben. Wirtschaftsentwicklung sowie die menschliche Bevölkerung sollen reduziert werden.

(vgl. HUNTER, S. 445ff)

Andere Autoren unterscheiden nicht in einem Spektrum zwischen starker und schwacher, sondern zwischen harter und weicher Nachhaltigkeit. Ein harter Nachhaltigkeitsbegriff fordert dabei das Einhalten der Grenzen der Belastbarkeit und beachtet natürliche Grenzen. Der Begriff der weichen Nachhaltigkeit „*erlaubt unter gewissen Bedingungen die Substitution zwischen den Umweltbereichen (z.B. Ersatz von Natur durch Kapital)*.“ (BIEGER 2006, S. 280) Damit schließt ein weicher Nachhaltigkeitsbegriff zahlreiche Rückkoppelungen zwischen diesen Bereichen ein und sein Gebrauch daher eignet sich etwa für der Entwicklung von Regionen. (vgl. ebd. S. 280f)

## 2.3. Kritik am Konzept der nachhaltigen Entwicklung

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung kann auf mehreren Ebenen kritisiert werden. Im Folgenden werden zentrale Kritikpunkte auf einer begriffsbezogenen Ebene und auf einer konzeptionellen und praxisbezogenen Ebene genauer beschrieben. Wesentliche Kritikpunkte sind dabei:

- Keine klare Definition
- Falscher Gebrauch des Begriffs
- Ungleiche Konzentration von ökologischem und ökonomischem Fokus
- Schwierigkeit zu messen oder zu vergleichen
- Nachhaltigkeit als Bekämpfung von Symptomen

### *Kritik an Definition und Gebrauch des Begriffs „Nachhaltigkeit“ bzw. „nachhaltiger Entwicklung“*

#### *Keine klare Definition*

Da zur Nachhaltigkeit viele Definitionen mit unterschiedlichen Kriterien und Schwerpunkten bestehen, ist es schwierig, den Begriff genau einzugrenzen. Daraus ergeben sich unterschiedliche und zum Teil gegensätzliche Bedeutungen und ein Konsens über den Begriff Nachhaltigkeit ist kaum möglich. Ein Problem in der Debatte um Nachhaltigkeit ist auch, dass sich hier wissenschaftliche sowie politische Ansichten und Definitionen überschneiden. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit spiegelt eher die politische und philosophische Ausrichtung wider. In dieser Unklarheit des Begriffs liegt aber auch die Möglichkeit zur Anpassung an geänderte politische und gesellschaftliche Verhältnisse. (vgl. ROBINSON, S. 157f)

#### *„Green Hypocrisy“*

Der Begriff der Nachhaltigkeit wird für Praktiken gebraucht, die nicht den Kriterien des Konzepts der Nachhaltigkeit entsprechen. Zu solchen Praktiken gehört zum Beispiel Umweltschutz, der Probleme nur oberflächlich behandelt und zum Zweck großer Öffentlichkeitswirkung durchgeführt wird. Grund für diese falsche Anwendung sind zum einen die Popularität des Nachhaltigkeitskonzepts und seinen Ausprägungen in weiten Teilen der Gesellschaft, von der sich Organisationen und Betriebe einen

Wettbewerbsvorteil erhoffen, und zum anderen die große Flexibilität des Begriffs, die dies zulässt. Damit verliert der Begriff Nachhaltigkeit aber an Glaubwürdigkeit und läuft Gefahr, zu einer leeren Worthülle zu werden. Diese vorgetäuschte Nachhaltigkeit betrifft unter anderem Benennungen, Aufstellungen von Standards und Zertifizierungen. (vgl. ROBINSON, S. 158f)

WILBANKS (S. 541, in HARDY, S. 442) bezeichnet Nachhaltigkeit in diesem Sinn als Projektionsfläche *“behind which resources are being allocated and decisions made, regardless of whether the forcing term is understood or not.”*

### *Kritik am Konzept der „Nachhaltigkeit“ bzw. der „nachhaltigen Entwicklung“*

#### *Positionierung*

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung hat durch seine Dimensionen (naturverträglich, sozialverträglich und ökonomisch zukunftsfähig) verschiedene Zugänge. In der Konzeptionierung, der Definition, der Auslegung oder Umsetzung ist es kaum möglich, diesen drei Dimensionen gleiche Bedeutung zuzuschreiben. Meist liegt ein Fokus entweder auf der ökologischen oder der ökonomischen Dimension und das geforderte Gleichgewicht zwischen diesen wird nicht erreicht. Die anthropozentrische Perspektive dominiert dabei. (vgl. HARDY, S. 244)

#### *Messbarkeit und Vergleichbarkeit*

In der Schwierigkeit nachhaltige Entwicklung zu messen oder zu vergleichen liegt einer der zentralen Kritikpunkte am Konzept. Versuche, Nachhaltigkeit in konkrete Kosten umzuformulieren, seien diese monetärer oder sozialer Natur, schlagen meist fehl. Um Nachhaltigkeit messen zu können, werden oft Indikatorensets aufgestellt, die angepasst an die jeweiligen Verhältnisse kaum vergleichbar sind. (vgl. ROBINSON, S. 158f)

#### *Ruf nach einer neuen Ethik der Nachhaltigkeit*

Die Dimension der ökologisch orientierten Nachhaltigkeit erlebte in den letzten Jahren einen starken Boom, aus dem sich zwei Sichtweisen ableiten lassen. Zum einen eine biophysische, klassische Perspektive und zum anderen eine biozentrische Perspektive

mit einem radikaleren, reformenden Ansatz. Aus der biophysischen Perspektive entwickelten sich zahlreiche neue Konzepte, wie etwa Umweltdesign oder Industrie-Ökologie. Nachhaltige Entwicklung ist aus dieser Sicht ein technologisches Hilfsmittel, das vorwiegend Symptome eines Problems behandelt. Aus dieser Kritik entstand die biozentrische Sichtweise, bei der die intrinsischen spirituellen und moralischen Werte der Natur, wie sie in der Romantik postuliert wurden, eingebaut werden und der Ruf nach radikalen Änderungen von Werten, individuellem Verhalten und Politik laut wird. (vgl. ROBINSON, S. 161f)

Bei all dieser Kritik stellt sich die Frage, ob das Konzept der Nachhaltigkeit sich als zukunftsfähig erweist. CARVALHO (S. 137ff) stellt vier Hypothesen auf, warum eine nachhaltige Entwicklung im derzeitigen internationalen politischen Gefüge nicht erreicht werden kann.

- *Bedeutung des strukturellen Kontext* auf einer globalen Ebene. Staaten und andere Akteure sind einflussreiche Entscheidungsträger und bestimmen Grenzen und Möglichkeiten für nachhaltige Entwicklung.
- *Bedeutung der historischen Prozesse* besonders im Anbetracht der Entwicklung des Kapitalismus um die Prozesse und Auswirkungen besser verstehen zu können. Dabei spielt vor allem die Zeit des Kolonialismus eine bedeutende Rolle, als durch die Ausbeutung von Rohmaterialien und die Anlage von Monokulturen ein verstärkter Druck auf Ökosysteme und Sozialsysteme ausgeübt wurde und nachhaltige Lebens- und Produktionsweisen zerstört wurden. Solche Strukturen lassen sich auch in aktuellen Entwicklungen wiedererkennen.
- *Bedeutung der Beziehungen zwischen Zentrum und Peripherie* im globalen und lokalen Kontext. Zentrum und Peripherie stehen in einem Abhängigkeitsverhältnis zueinander, das ökonomische und ökologische Ressourcen meist von der Peripherie in stärkere Gebiete abzieht. Dabei gibt es zwei zentrale Zusammenhänge zwischen internationalem Handel und Umweltthemen:

- Auslagerung der Umweltkosten in Länder mit geringeren Restriktionen
- Erhöhter Konsum

(vgl. CARVALHO, S. 137ff)

Eine nachhaltige Entwicklung kann jedoch nur dann von statten gehen, wenn diese Abhängigkeit aufgebrochen wird. Entwicklung muss selbstständig und aus lokalen Initiativen heraus entstehen. (vgl. GALTUNG, in CARVALHO, S. 141)

- *Bedeutung der internationalen Institutionen*

Im letzten Jahrhundert haben internationale Institutionen in politischen und ökonomischen Belangen stark an Bedeutung gewonnen und durch ihren Einfluss auf globale Entwicklungsprozesse auch die Möglichkeiten der Nachhaltigkeit in Umweltschutz, Entwicklungsprojekte etc. mit beeinflusst. Dabei ist aber zu bedenken, dass die Mitgliedsstaaten der internationalen Institutionen unterschiedliche Ziele verfolgen und meist ökonomischen Themen gegenüber umweltbezogenen Themen den Vorzug geben. Dazu kommt, dass oft nicht transparent ist, wer welche Verantwortung bei den verschiedenen Abläufen übernimmt. Entwicklung wird von vielen internationalen Institutionen als direktes Ergebnis von ökonomischem Wachstum und Modernisierung gesehen und eine Abweichung von dieser Sichtweise ist schwer durchzubringen.

(vgl. CARVALHO, S. 141ff)

## 2.4. Potential der nachhaltigen Entwicklung

Das Konzept der Nachhaltigkeit ist trotz all dieser Kritik ein wichtiges Instrument, um ein ganzheitliches Bild der zukünftigen Entwicklung zu zeichnen und dabei natürliche und psychologische Grenzen aufzuzeigen. Es beachtet vor allem die enorme Komplexität der Entwicklungsthematik im Spannungsfeld von natürlicher Umwelt, Gesellschaft und Ökonomie. Bei den Auswirkungen verschiedener Prozesse wird auch eine zeitliche Verschiebung bedacht, zum einen die Anpassungszeitspanne der natürlichen Umwelt und zum anderen die der kulturellen Umgebung auf geänderte Verhältnisse. Dabei ist anzumerken, dass eine Änderung kultureller Gegebenheiten immer zeitlich versetzt nach einer strukturellen Änderung erfolgt. (vgl. MÜLLER 2008, S.504)

Um eine Veränderung in Verhalten und Umsetzung zu erzielen und damit eine nachhaltige Gesellschaft zu schaffen, bedarf es politischer Stimmen für Änderung, einem Markt für unterschiedliche Produkte und Konsummuster und einer gesellschaftlichen Akzeptanz dafür, dass der öffentliche wie der private Sektor die Ziele der nachhaltigen Entwicklung umsetzt. (vgl. ROBINSON, S. 164)

*„The environment is often an arena of conflicting interests and needs. If the concept of sustainable development is to prove useful it must help us make difficult choices, rather than simply occupy the high moral ground.“* (REDCLIFT, S. 122)

# 3. Tourismus und nachhaltige Entwicklung

---

Mit dem Ausbau des Massentourismus wurde sichtbar, dass eine weitere Entwicklung des Tourismus nur im Rahmen ökologischer und gesellschaftlicher Grenzen stattfinden kann. Damit müssen zum einen die Maxime der Tourismuswirtschaft, vor allem die Gewinnsteigerung, und zum anderen die Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung vereint werden, was sich aufgrund ihrer gegensätzlichen Ausrichtungen als schwierig erweist. In diesem Kapitel soll gezeigt werden, dass dieser Gegensatz auch als Komplementarität gesehen werden kann, was in der Konzeption eines nachhaltigen Tourismus zum Ausdruck kommt. Die forschungsleitenden Fragen sind hier, was unter nachhaltigem Tourismus im wissenschaftlichen Diskurs verstanden wird und welche Ausprägungen er im Spiegel der praktischen Umsetzung annimmt. Dabei werden zuerst Konzepte genauer betrachtet, die als Vorläufer wesentlich zum gegenwärtigen Verständnis von nachhaltigem Tourismus beigetragen haben.

## 3.1. Bedingungen für eine nachhaltigen Entwicklung im Tourismus

Dazu ist zuerst der Begriff „Tourismus“ zu klären. Die UNWTO<sup>10</sup> formuliert ihre Definition so:

*„Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure.“* (vgl. UNWTO a)

Von besonderer Bedeutung ist in Zusammenhang mit einem Tourismus im Spiegel der Nachhaltigkeit der Massentourismus. Tourismus wird zirka ab Mitte der 1960er Jahre zu einem Massenphänomen, bedingt durch ein gestiegenes Einkommen und mehr

---

<sup>10</sup> = United Nations World Tourism Organisation

verfügbare Freizeit auch in mittleren und niedrigeren Einkommensklassen. Die Tourismusindustrie reagierte darauf mit Maßnahmen zur ökonomischen Effizienzsteigerung, etwa dem Bau großer Hotel- und Liftanlagen, und es setzten Konzentrationsprozesse des Tourismus ein, zum einen eine räumliche Konzentration der Touristen und zum anderen eine zeitliche<sup>11</sup>. Mit diesem übermäßigen Aufkommen wurden ökologische und auch gesellschaftliche Grenzen des Tourismus, im Speziellen des Massentourismus, sichtbar, wie zum Beispiel:

- Ressourcenengpässe
- Kosten der öffentlichen Einrichtungen
- Hohe Fluktuation am Arbeitsmarkt aufgrund der Saisonalität
- Erhöhung der Lebenshaltungskosten und Bodenpreise
- Verlust von Ursprünglichkeit, Authentizität und damit von Überfremdung
- Identitäts- und Mentalitätswandel, rasche Änderung der Verhaltensweisen der bereisten Bevölkerung (Akkulturation)
- Verlust von sozialen Bindungen und sozialem Gefüge

(vgl. u.a. WERNSTEDT, S. 10; BACHLEITNER et al., S. 73)

Das Potential des Tourismus, sich selbst durch die Degradation seiner Umwelten und Standorte zu zerstören, wenn der Entwicklungsprozess außer Kontrolle gerät, wurde sichtbar. (vgl. CONNELL et. al., S. 18)

Im Verlauf der Zeit wurde auch deutlich, dass die Nachfrage an bestimmten Tourismusarten vergänglich ist. Somit ist eine alleinige Ausrichtung der Wirtschaft einer Destination auf den Tourismus kein sicheres Potential für ihre Zukunft, vor allem nicht, wenn sich Lebensstile und Vorlieben einer Gesellschaft sehr rasch entwickeln und ändern, wie es in unserer globalisierten Welt der Fall ist. Tourismus ist somit Modeerscheinungen unterworfen, PROSSER (S. 22) spricht von einer „*fashion industry*“. BUTLER (1980) entwickelte das vielzitierte Resort-Lebenszyklus-Modell, das als universelles und empirisch erprobtes Modell auf die Entwicklung aller Destinationen umgelegt werden kann. (vgl. Abb. 4) Es beruht auf dem Modell des

---

<sup>11</sup> = Saisonalität

Produktlebenszyklus und besagt, dass Tourismusdestinationen mit stetigem Wachstum irgendwann eine Tragfähigkeitsgrenze oder Sättigung erreicht haben, wodurch das Wachstum stagniert. Konkret teilen BUTLER die Entwicklungsphasen wie folgt ein:

- *Exploration*: Entdecken der Destination und erstes Tourismusaufkommen
- *Involvement*: Einbeziehen des Tourismus in die lokale Gesellschaft und Wirtschaft
- *Development*: Der Tourismus gewinnt an Stärke, es sind genug Ressourcen vorhanden und die Destination wird für Touristen und Investoren interessant – der Tourismus erlebt eine Boom-Phase
- *Consolidation*: Tourismus tritt verdichtet auf
- *Stagnation*: Die Ressourcen sind ausgelastet und ein unbegrenztes Wachstum ist nicht mehr möglich – die Zahl der Touristen wächst nur langsam bzw. bleibt gleich, weil die Tourismusdestination an Attraktivität verliert, aus der Mode kommt oder sich nicht im internationalen Konkurrenzkampf behaupten kann.
- *Ungewisse Zukunft*: Zwischen einem Abfall der touristischen Nachfrage bis zu seinem Verschwinden und einem neuen Aufschwung sind alle Möglichkeiten offen.

(vgl. FENNELL, S. 120ff; PROSSER, S. 23ff)

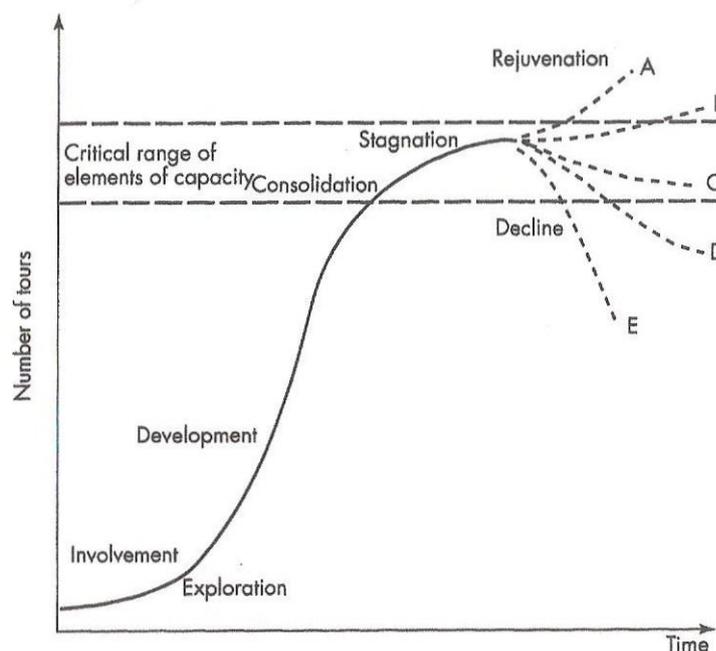


Abb. 4: Resort-Lebenszyklus Modell (Quelle: BUTLER, in FENNELL, S. 121)

Der zeitliche Ablauf dieses Modells variiert stark – je stärker die Destination konstruiert ist und nicht auf natürlichen und kulturellen Ressourcen basiert, desto schneller werden die verschiedenen Phasen durchlaufen. In den unterschiedlichen Entwicklungsstadien der Destination werden auch unterschiedliche Gästegruppen angesprochen: während anfangs elitäre Gruppen die Destination besuchen, die sie als Reiseziel modern machen, folgen in späteren Phasen andere, weniger zahlungskräftige Gesellschaftsschichten nach, was mithilfe einer international agierenden Tourismusindustrie erleichtert wird. Destinationen sind von dieser Tourismusindustrie, die Reiseveranstalter, Hotels, Zubringer etc. beinhaltet, abhängig, da diese die notwendige Frequenz an Gästen einbringen. Damit liegt aber ein Teil der Kontrolle des Tourismus außerhalb der Destination und damit bei Akteuren, die hauptsächlich profitorientiert denken und so den Produktlebenszyklus der Destination durch ihre Aktivitäten beschleunigen. In der ökonomischen Ausbeutung von Tourismusdestinationen und damit auch der sozialen und ökologischen Ausbeutung liegt der Ansatzpunkt der Kritik am Massentourismus.

(vgl. PROSSER, S. 25ff)

Diese Kritik macht sich auch in der bereisten Bevölkerung selbst bemerkbar. Bereits vor der Entwicklung des Lebenszyklusmodells von BUTLER stellt DOXEY (1975, S. 195ff, in PROSSER, S. 29f) einen Index der zunehmenden Irritation der Bereisten bei wachsendem Tourismusaufkommen<sup>12</sup> auf. Dabei verhalten sich Bereiste in Bezug auf Tourismus in dieser Abfolge:

1. *Euphorie*: der Tourismusedwicklung steht man aufgeschlossen und positiv gegenüber und sieht sie als Möglichkeit zu Partizipation, Erlangen von Wohlstand und kulturellem Austausch.
2. *Apathie*: mit der Etablierung einer Tourismusindustrie wird der Tourismus als selbstverständlich und als eine Quelle von finanziellen Einnahmen angesehen – Kontakte zwischen Reisenden und Bereisten werden formalisiert.
3. *Irritation*: Der Andrang im Tourismus ist so groß, dass die Kapazitäten erweitert werden müssen und damit werden lokale Gegebenheiten geändert.

---

<sup>12</sup> „Index on tourist irritations“: Übersetzung im ungefähren Wortlaut übernommen aus FRIEDL

4. *Antagonismus*: Die Eingriffe werden immer offensiver und Tourismus wird mit negativen Entwicklungen assoziiert.
5. *Endstadium*: Massentourismus, bei dem sich Umwelt und Gesellschaft irreversibel verändert haben.

In Anbetracht dieser negativen Aspekte des konventionellen Massentourismus<sup>13</sup> wurde an diesem heftige Kritik geübt und Modelle für alternative Tourismusformen vorgeschlagen, die für die Konzeptionierung eines nachhaltigen Tourismus beitragen. Um diese Entwicklung zu veranschaulichen, unterscheidet JAFARI vier Plattformen oder Traditionen der wissenschaftlichen Tourismuskonzeption, die alle, obwohl sie aufeinander aufbauen, auch heute noch vorhanden sind.

- *Tourismusbefürwortende Tradition/Advocacy Platform:*

Dieser Ansatz hat seinen Ursprung in der Zeit nach dem zweiten Weltkrieg und befürwortet Tourismus aufgrund seiner ökonomischen Vorteile. Es wird die Meinung vertreten, dass Tourismus spezifische Kulturen und Bräuche belebt oder erhält. Dieser Ansatz wird auch in OPPERMANNs Theorie der Tourismusentwicklung als Modernisierungsparadigma beschrieben, in dem eine Entwicklung des Tourismus in einer Region auch die Entwicklung der gesamten Umgebung zur Folge haben soll.

- *Warnende Tradition/Cautious Platform:*

Ab den 1960er Jahren erlangte dieser Zugang zum Tourismus an Bedeutung, als die negativen Auswirkungen des Tourismus sich deutlich abzeichneten. Zur gleichen Zeit wurden ökologische Belange ein wichtiges gesellschaftlich und politisch diskutiertes Thema; leitende Fragen dabei waren die Messung der Einträge auf die ökologische Umwelt und deren Auswirkungen auf zukünftige Entwicklungen. Folgt man OPPERMANNs Tourismustheorie, findet man in diesem Ansatz das Paradigma der Dependenztheorie wieder, die zum einen von

---

<sup>13</sup> Da sich auch Massentourismus in natur- und sozialverträglichen Bahnen lenken lässt, soll „konventioneller Massentourismus“ fortan für eine Art des Massentourismus stehen, bei dem ökonomische Überlegungen über gesellschaftliches und ökologisches Wohl gestellt werden – also nach der Devise „Profit um jeden Preis“ gehandelt wird.

Grenzen für das Wachstum des Tourismus und zum anderen von einer konstruierten Abhängigkeit der unterentwickelten Regionen der Erde von stark entwickelten ausgeht. Zweiteres wird oft als Neo-Kolonialismus bezeichnet.

- *Ausgleichende Tradition/Adaptancy Platform:*

In den späten 1970er Jahren wurden Stimmen laut, dass Tourismusforschung sich nicht nur auf negative Auswirkungen des Tourismus beziehen, sondern auch Modelle des Tourismus bereitstellen soll, die positive Effekte für die bereiste Bevölkerung und die ökologische Umwelt bringen können. Daraufhin wurden Alternativen zum konventionellen Massentourismus entwickelt und angewandt, die als „Grüner Tourismus“, „Sanfter Tourismus“, „Ökotourismus“ oder „Alternativer Tourismus“ bezeichnet wurden. Diese Konzepte wurden stark kritisiert, vor allem, weil die Ziele, die sich diese Modelle setzten, als unerreichbar und utopisch erachtet wurden.

- *Wissensbasierte Tradition/Knowledge-based Platform:*

In dieser wissenschaftlichen Tradition, die ab den 1990er Jahren aktuell wird, wird versucht, das System Tourismus mit seinen Zusammenhängen, Strukturen und Funktionen zu verstehen und so eine wissenschaftlich argumentierte Positionierung zu finden. Aktivitäten im Tourismus werden durchaus gefördert, vorausgesetzt sie folgen natur-<sup>14</sup> und sozialverträglichen Lienen, reduzieren die Einflüsse und steigern die Vorteile – es zeichnet sich hier ein holistischer Zugang einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus ab.

(vgl. HARDY et al., S. 427ff und BOYNE, S. 20f)

Auf den Plattformen von JAFARI basiert eine weitere Einteilung der Tourismusentwicklung von CLARKE. Diese Weiterentwicklung zieht ein Kontinuum zwischen einem totalen Gegensatz und einer Symbiose von Massentourismus und nachhaltigem Tourismus auf.

---

<sup>14</sup> Die Begriffe umweltverträglich und naturverträglich werden in dieser Arbeit synonym verwendet.

- *Totaler Gegensatz von Massentourismus und nachhaltigem Tourismus:*  
In diesem frühesten Verständnis von nachhaltigem Tourismus wurde dieser vor allem mit kleinstrukturiertem Tourismus gleichgesetzt. Nachhaltiger Tourismus und Massentourismus werden mit den Stereotypen „gut“ und „böse“ belegt. Hier können Parallelen zur *Cautionary Platform* gezogen werden.
  
- *Kontinuum zwischen Massentourismus und nachhaltigem Tourismus:*  
Solange ein harmonischer Tourismus verfolgt wird, stehen sich nachhaltiger Tourismus und Massentourismus nicht mehr als Gegensätze gegenüber. Dieser Ansatz impliziert, dass ein Übergang von nachhaltigem Tourismus zu Massentourismus möglich ist, wenn nachhaltiger Tourismus nicht angemessen gelenkt wird. Diese Sicht auf die Entwicklung von Tourismus erntete die Kritik, zu einfach und wegen seiner zu engen Sichtweise nicht anwendbar zu sein, weshalb sie nur schwach etabliert ist. Diese Annahme baut auf der *Adaptancy Platform* von JAFARI auf.
  
- *Bewegung des Massentourismus zu einem nachhaltigem Tourismus:*  
Nachhaltigkeit im Tourismus wird hier von der Struktur des Tourismus entkoppelt und im Zusammenhang mit der gesteigerten gesellschaftlichen Relevanz von Nachhaltigkeit werden ihre Prinzipien auch für massentouristische Unternehmen, Aktivitäten etc. gültig. Ein größer strukturierter nachhaltiger Tourismus bringt auch Vorteile, zum Beispiel haben große Tourismusunternehmen ein Interesse am Erhalt der natürlichen Ressourcen, die ihre Existenzgrundlagen darstellen, und können mehr Macht auf politische Vertreter, Zulieferer und Vertreiber ausüben. Auch die Möglichkeiten für Marketing und Kommunikation sind bei größeren Unternehmen meist besser aufgestellt. Bei diesem Ansatz liegen die Schwerpunkte auf der natürlichen Umwelt und ihrem Management, und der Überprüfung der Nachhaltigkeit der Produkte, Prozesse etc.

- *Position der Konvergenz:*

Eine Annäherung von nachhaltigem Tourismus und Massentourismus aneinander zeigt, dass noch nicht geklärt ist, was nachhaltiger Tourismus nun genau ist und sich das Konzept weiterentwickelt. So gibt es zwei Interpretationen des nachhaltig orientierten Tourismus, die komplementär zueinander das Ziel eines nachhaltigen Tourismus verfolgen, indem sie ihre Erfahrungen darin einbringen. Die Interpretation auf großstrukturierten Tourismus ist stärker wirtschaftlich orientiert und versucht, umweltfreundliches Reisen zu induzieren, während die Interpretation, die sich auf kleinstrukturierten Tourismus bezieht, stärker auf die bildende Funktion des Tourismus konzentriert. Als Ergebnisse dieser Konvergenz können zum Beispiel die Erstellung erwünschter Verhaltensregeln angesehen werden.

Hier dient die *Knowledge-based Platform* von JAFARI als Vergleichselement.

(vgl. CLARKE, S. 338ff)

Anhand dieser unterschiedlichen Zugänge zu nachhaltiger Entwicklung im Tourismus kann man das Potential für Meinungsverschiedenheiten und Debatten zu diesem Thema erahnen. Was die Entwicklung der Tourismusforschung aber kennzeichnet, ist die Erkenntnis, dass viele verschiedene Komponenten im sozialen Phänomen Tourismus eine Rolle spielen und in den unterschiedlichsten Weisen interagieren. Tourismus ist daher als System zu verstehen.

### **3.2. Tourismus als System**

Als ein System ist eine Gesamtheit von Elementen zu verstehen, zwischen denen Beziehungen und mögliche Beziehungen bestehen. Mit Hilfe der Systemtheorie können komplexe Zusammenhänge geordnet und strukturiert beschrieben werden. Dabei ist die Komplementarität der Elemente wesentlich, was bedeutet, dass zwischen den einzelnen Elementen Austauschbeziehungen möglich sind.

Die Dynamik der Systeme, oder auch synonym als Netzwerke bezeichnet, wird dadurch gekennzeichnet, dass die zwischen ihren Elementen gerichteten Flüsse mit unterschiedlichen Intensitäten bestehen. Es kommt dadurch zu Wechselwirkungen, Rückkoppelungs- und Selbstverstärkereffekten. Die Systemtheorie in ihrer heutigen Form konzentriert sich vor allem auf die Analyse von Prozessen und Zuständen, die eine Veränderung auslösen oder zu Ungleichgewicht innerhalb der Systeme führen können. Gründe für eine Veränderung können zum Beispiel sein, dass neue Elemente dazukommen, die Austauschbeziehungen zwischen den Elementen verändert werden oder dass in Folge die Systeme sich in Teilnetzwerken oder neuen Gesamtnetzwerken neu organisieren. Mit diesem Fokus werden Ereignisse zur Analyseeinheit. (vgl. BIEGER 2006, S. 67ff)

### *Selbstreferenzielles System*

Aufbauend auf der Fähigkeit der Systeme, sich verändern zu können, wurde das Konzept der selbstreferenziellen Systeme entwickelt. *„Unter selbstreferenziellen Systemen versteht man Systeme, deren Zustände zyklisch gekoppelt sind, so dass frühere Zustände an der Hervorbringung der jeweils folgenden Zustände konstitutiv beteiligt sind.“* (BIEGER, S. 75) Mit dieser Konzeption werden die Systemelemente und ihre systeminternen Beziehungen in den Vordergrund gestellt. Selbstreferenzielle Systeme können zugleich offene und geschlossene Systeme sein. Geschlossen sind sie, weil ihre Elemente und ihre grundlegenden Operationen aus dem System selbst entspringen. Offen sind sie in dem Sinne, dass sie mit ihren umgebenden Umwelten in Kontakt treten und mit ihnen ein Austausch von Energie und Materie besteht. *„Bei selbstreferenziellen Systemen bezieht sich die Fähigkeit zur Selbstorganisation auf auch die Reproduktion der Elemente, d.h. auf die Fähigkeit, die Elemente, aus denen sie bestehen, selbst zu konstruieren.“* (BIEGER 2006, S. 76) Systeme können demnach als *„strukturierter Strom von Ereignissen oder Kommunikationen“* (ebd.) gesehen werden. Dieses Verständnis von Systemen wird auch als Autopoiesis bezeichnet. (vgl. BIEGER 2006, S. 75f)

### *Komplexitätsbewältigung in Systemen*

In Systemen sind die Möglichkeiten, welche Zustände oder Verhaltensweisen sie annehmen können, sehr vielfältig. Diese Komplexität kann durch Varietät, der Anzahl der möglichen Zustände eines Systems, ausgedrückt werden. Die Reduktion der Varietät wird mit dem Begriff Dämpfung, die Steigerung mit Verstärkung beschrieben. Wichtige Methoden zur Lenkung der Varietät sind:

- *Modellbildung*: Modelle sind vereinfachte Darstellungen der Wirklichkeit und bieten einen Anhaltspunkt für menschliches Handeln.
- *Black Box*: In einem „Schwarzen Kasten“ wird die Struktur des Systems abstrahiert und nur die Inputs und die Outputs beachtet.
- *Lernen*: Durch neue Erkenntnisse können die Handlungsmöglichkeiten gesteigert werden.
- *Lenkung*: Über Regelungen und Steuerungen können bestimmte Outputs und Verhaltensweisen angestrebt werden.

(vgl. BIEGER 2006, S. 78ff)

### *Tourismus als selbstreferenzielles System*

Die Systemtheorie eignet sich aus mehreren Gründen gut um Tourismus zu beschreiben. Erstens beeinflussen sich der Tourismus und seine Elemente oder Umwelten in vielfacher Weise und zweitens ist wird das System Tourismus von zahlreichen Subsystemen getragen, die ihrerseits wieder untereinander in Verbindung stehen. Somit ist drittens auch das touristische Produkt eines, das sich aus vielen Teilleistungen unterschiedlicher Akteure zusammensetzt. Als vierter Punkt ist zu erwähnen, dass auch die Forschung zum Thema Tourismus in vielen verschiedenen wissenschaftlichen Richtungen betrieben wird und so kann mit der Systemtheorie ein einheitlicher Rahmen zu diesem Forschungsgebiet geschaffen werden. (vgl. BIEGER 2006, S. 67f)

*„A systems perspective is necessary in order to improve our understanding of the characteristics and change patterns of tourism and its dynamic interaction with the natural, technological, social and economic environment.“* (LIU, S. 472)

Damit sind bereits wichtige Umwelten des Tourismussystems angesprochen, mit welchen Interaktionen bestehen. Als Elemente oder Teilsysteme werden oft Destination, Verkehr, Reisemittler und Nachfrage genannt. (vgl. Abb. 5)

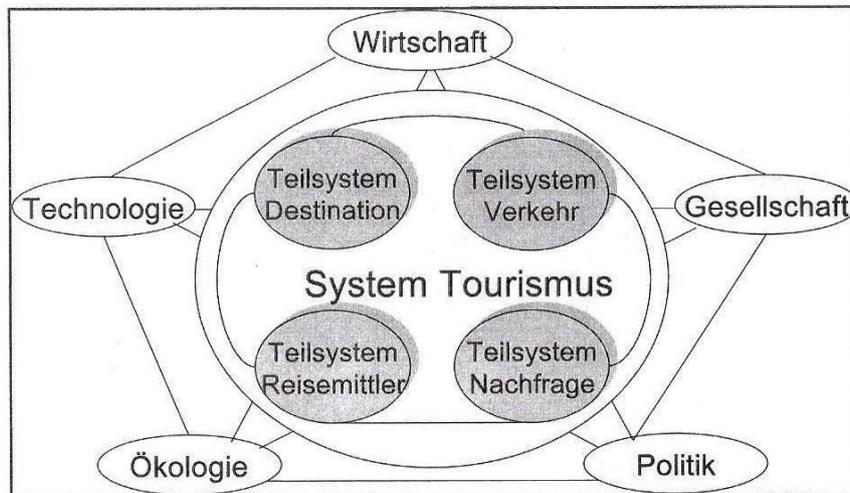


Abb. 5: Das System Tourismus (Quelle: BIEGER 2006, S. 84)

Ein touristisches System ist immer zugleich auch ein soziales System und als solches bestimmt die Wahrnehmung der einzelnen Elemente oder Akteure die Selbstorganisation und Strukturierung des Systems. Es ist damit eine konstruierte Realität, worauf Systeme sich beziehen. (vgl. BIEGER 2006, S. 76) Weiters sind Tourismussysteme dynamische Systeme und einem ständigen Wandel unterworfen. Als relevante Themen für diese Arbeit sollen im Folgenden das Teilsystem Destination und die ökologische Umwelt des Tourismussystems genauere Betrachtung finden:

### *Teilsystem Destination des Tourismussystems*

Als Destination wird eine geographische Raumeinheit definiert, die von den bestimmten Gästegruppen als Reiseziel wahrgenommen wird. In einer Destination sind alle notwendigen Einrichtungen für die Erstellung des Tourismusprodukts vorhanden, wie Beherbergungseinrichtungen oder Einrichtungen der Freizeitgestaltung. Eine Tourismusdestination ist demnach zugleich Reiseziel und Tourismusprodukt, aber auch eine strategische Wettbewerbseinheit. Als solche muss sie von Tourismusorganisationen auf verschiedenen Ebenen gemanagt werden. Dabei ist eine wichtige Aufgabe das Marketing, das vor allem klären muss, welche Raumdimension

von welchen Zielgruppen als Reiseziel wahrgenommen wird und welche touristischen Produkte für diese Zielgruppen relevant sind. (vgl. BIEGER 2006, S. 141f)

Als Tourismusorganisationen werden hier öffentlich-rechtliche und privatrechtliche Organisationen auf Ebene der Leistungsträger, der Destination oder des Landes verstanden, die

- koordinierende und planende Funktionen innehaben, wie z.B. die Erstellung von Leitbildern, Positionierung und die Ausrichtung des touristischen Produkts.
- für die einzelnen Tourismusanbieter bzw. Destinationen eine gemeinsame Grundlage schaffen und zwischen ihnen koordinieren.
- Tourismusfragen in Gesellschaftsbereichen außerhalb des Tourismusmarktes vertreten.

Die Aufgaben solcher Organisationen sind an das jeweilige Tourismusprodukt angepasst. (vgl. ebd., S. 168f)

Wesentliche Alleinstellungsmerkmale eines Tourismusprodukts sind Attraktionspunkte, das heißt einzelne räumliche, klar abgegrenzte Einheiten mit multioptionalen Erlebnismöglichkeiten. Diese Erlebnismöglichkeiten können zum Beispiel aus den Elementen Sport, Kultur, persönlichen Erfahrungen, Shopping, ergänzenden Dienstleistungen oder Stimmungen bestehen. Viele dieser Attraktionspunkte bauen auf ursprünglichen Angeboten auf oder sind Koppelprodukte von abgeleiteten Angeboten. (vgl. ebd., S. 143ff) Das ursprüngliche Angebot besteht aus natürlichen Gegebenheiten, wie die geographische Lage, Klima, Topographie, Landschaft oder Biodiversität, den soziokulturellen Verhältnissen der Destination, wie Kultur, Tradition, Architektur oder Mentalität, und der allgemeinen Infrastruktur. Ein abgeleitetes Angebot bezieht sich auf Einrichtungen, Infrastruktur oder Ortsveränderungen, die direkt im Rahmen des Tourismus genutzt bzw. errichtet werden. (vgl. ebd., S. 153)

Attraktionspunkte entstehen dann, wenn zu den natürlichen oder abgeleiteten touristischen Angeboten durch weitere Angebote ein Mehrwert geschaffen wird, z.B. ein Shoppingzentrum, das Erlebnis, Gastronomie und Einkaufsmöglichkeiten verbindet, oder eine Aussichtsplattform, die ein attraktives Landschaftsbild in Szene setzt.

## *Ökologische Umwelt des Tourismussystems*

Neben seiner ökologischen Umwelt beruht Tourismus zu einem starken Maß auch auf seiner gesellschaftlichen Umwelt und nimmt Einfluss auf sie. *„Der Zusammenhang zwischen der Entwicklung einer Destination und der Natur, Kultur, sowie der lokalen Wirtschaft als Co-Produzenten beinhaltet eine heikle Gratwanderung“* (BIEGER 2006, S. 187) Da diese verschiedenen Bereiche in hohem Maß miteinander verknüpft sind, bedarf es eines sorgfältigen, nachhaltigen Umgangs mit den vorhandenen Ressourcen. Kulturelle Ressourcen, sprich Kulturdenkmäler, Brauchtum, Sprache, die lokale Wirtschaft, lokales Kunsthandwerk, Landwirtschaft etc. sind nicht nur ein Anker der individuellen und kollektiven Identität in den bereisten Regionen, sie dienen auch dazu, unverkennbare Attraktionspunkte für den Tourismus zu schaffen. (vgl. ebd.)

Natürliche Ressourcen sind oft entscheidende Grundlagen für den Tourismus, seien es eine hohe oder außergewöhnliche Biodiversität oder Landschaft, seien es günstige klimatische Voraussetzungen oder lebensnotwendige Ressourcen wie Trinkwasser. Veränderungen der natürlichen Umwelt wirken sich direkt auf den Tourismus aus, meist im negativen Sinne. Nicht selten ist sogar Tourismus der Verursacher dieser Veränderungen, die sich oft als belastend für die natürlichen Ressourcen und die ohnehin sensiblen Ökosysteme, die er nutzt, herausstellen. Dabei ist auch die Intensität der Nutzung entscheidend – oft wird von Tragfähigkeit gesprochen, die Intensität, die Belastbarkeitsgrenzen der Ökosysteme nicht überschreiten sollte.

Allerdings kann Tourismus auch positive Beiträge wie etwa problemlösende Strategien für seine ökologische Umwelt liefern, vor allem, wenn sie dem Zweck des Weiterbestehens von Tourismus und dem daran geknüpften gesellschaftlichen System dienen. Durch den Tourismus werden daneben auch Kulturlandschaften mit ihren speziellen Arten oder natürliche Umwelten erhalten, weil durch ihn Besiedelung und Bewirtschaftung abgelegener Regionen wirtschaftlich möglich gemacht werden. (s. Abb. 6)

(vgl. BIEGER 2006, S. 265; BUDOWSKI, S. 200)

Wirkung betroffene Sphäre	vom Tourismus	auf den Tourismus
<b>• Biotischer Bereich:</b>		
- Fauna	- Unruhe, Störung und Beeinträchtigung + Sensibilisierung/Information der Bevölkerung	+ Attraktivität
- Vegetation/Flora	- Einseitige Bepflanzung für z.B. Sportanlagen + Sicherung der Besiedlung und Bewirtschaftung	+ Attraktivität
<b>• Abiotischer Bereich:</b>		
- Boden	- Überdüngung speziell im Bereich von Sportanlagen	
- Untergrund	- Stabilitätsverlust durch Überbauung	- Erosion, instabile Baulagen
- Oberfläche	- Versiegelung durch Straßen und Plätze z.B. für Verkehrsflächen	
- Luft	- Emissionen durch Verkehr und Heizung	+ Attraktivität
- Klima	- Emissionen z.B. durch Flugverkehr (Ozonschicht)	- zunehmende Unberechenbarkeit
- Wasser	- erhöhter Wasserverbrauch durch Tourismusanlagen	
- Ruhe/Lärm	- durch Verkehr/Personenansammlungen	+ Attraktivität
<b>• Ästhetischer Bereich</b>		
- Landschaft/Topografie	- Veränderungen für Sportanlagen	+ Attraktivität
- gebaute Umwelt	- Gebäude für Sport, Wohnen und Verkehrsanlagen - Sensibilisierung der Bevölkerung in Richtung strenge Bauordnungen	+ Attraktivität
<b>• Integrale Schlüsselbereiche</b>		
- Ressourcen - Energie - Abfall/ Emissionen	- Mehrverbrauch und Mehremissionen + evtl. professionellere Lösung der Probleme in Randgebieten z.B. mit Kläranlagen	

Abb. 6: Wechselwirkungen von Tourismus und Ökologie (Quelle: BIEGER 1998, in BIEGER 2006, S. 264)

BUDOWSKI (S. 205) spricht den besonderen Beitrag des Tourismus zum Erhalt der natürlichen Umwelt an:

*“A tourist industry can expect a brilliant future, based on natural assets of the environment, provided due consideration is given to the ecological principles which must guide resource-use. The alliance of those responsible for tourism with ecologists and conservationists is a natural one, that should contribute greatly to development - the right kind of development involving the right kind of change - leading to a better quality of life for all concerned.”*

Dabei sind folgende Strategien seitens der Tourismusindustrie und den Tourismusverantwortlichen möglich:

- Finanzielle Unterstützung in Naturschutzbelangen
- Schaffen von Schutzzonen, um die größere Nachfrage zu lenken
- Zugang des touristischen Angebots für Bildungszwecke
- Einbeziehen der Umweltbildung
- Übernahme von Richtlinien, ethischen Grundsätzen aus dem Naturschutz
- Öffentlichkeitsarbeit für die Relevanz natürlicher Ressourcen für die Allgemeinheit
- etc.

(vgl. BUDOWSKI, S. 203ff)

Die Beziehung von Umweltschutz und tourismusfördernden Kräften kann dabei aus verschiedenen Perspektiven gesehen werden:

- *Konflikt*: Konflikte zwischen diesen Positionen treten meist dann auf, wenn sich Tourismus schädlich auf die natürliche Umwelt oder auf natürliche Ressourcen auswirkt. Als Maßnahme werden oft Verbote und Beschränkungen ausgesprochen.
- *Koexistenz*: Wo kaum Berührungspunkte zwischen Umweltschutz und Tourismus bestehen, können gegenteilige Positionen eine Zeit lang bestehen.
- *Symbiose*: Tourismus und Naturschutz haben sich so organisiert, dass beide Vorteile aus gemeinsamen Bestrebungen ziehen können.

Um ein harmonisches Miteinander von Tourismus und Naturschutz zu erreichen, ist ein sinnvoll gestaltetes Tourismusmanagement mit entsprechendem Know-How der Verantwortlichen in Tourismus- wie Umweltfragen sowie adäquate administrative Richtlinien von besonderer Bedeutung. Seitens des Naturschutzes muss eingesehen werden, dass touristische Aktivitäten nicht gestoppt werden sollen, sondern mit einer besseren Planung und Kontrolle eine Bereicherung für den Erhalt natürlicher Systeme beitragen können. Es muss sozusagen eine Balance zwischen touristischer und gesellschaftlicher Entwicklung und dem Naturschutz geschaffen werden.

(vgl. BUDOWSKI, S. 199ff)

## *Systemtheorie und Nachhaltigkeit im Tourismus*

Da Tourismus weltweit ein wachsender Wirtschaftssektor ist, ist es umso wichtiger, die Wechselwirkungen und Rückkoppelungen mit seinen Umwelten zu berücksichtigen. Aus der Sicht der Systemtheorie sind dynamische Veränderungen und die Interaktion zwischen den Akteuren, Teilsystemen und Umwelten des Tourismus besser zu verstehen. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung muss die Einsicht gegeben sein, dass touristische Entwicklungen immer auch mit einer langfristigen Perspektive geplant und dabei verschiedene Anspruchsgruppen miteinbezogen werden müssen. Nachhaltigkeit ist in diesem Kontext die Optimierung einer allgemeinen Entwicklung, da sich alle Elemente so verhalten, dass sie anderen so wenig wie möglich schaden. (vgl. LIU, S. 471f)

### **3.3. Vorläufer eines nachhaltigen Tourismus**

Aus dem Wunsch nach einer ganzheitlichen positiven Entwicklung des Tourismussystems, bzw. des Gesellschaftssystems, in dem Tourismus eingebunden ist, entstanden ab den 1980er Jahren Ideen und Konzepte zur Umsetzung dieses Wunsches in die Realität. Diese hatten gemeinsam, dass sie ein Gegenkonzept zur massentouristischen Entwicklung darstellten, deren negative Auswirkungen immer stärker ins Bewusstsein der Bereisten, der Touristen und Wissenschaften, die sich mit Tourismus befassten, traten. Als Alternativen plädierten sie dafür, dass neben ökonomischen und technologischen Größen höhere Sozial- und Naturverträglichkeit im Reisesektor einen Stellenwert haben müssten. Alternative Ansätze können in allen Stadien der Tourismusedwicklung eingebaut werden, im Anfangs- und Planungsstadium, beim Aufbau, bei Führung und Management sowie bei der Überprüfung und Anpassung. Ziel soll dabei eine faire Aufteilung der Vorteile sein. (vgl. PROSSER, S. 31)

So genannte „sanfte“ Ansätze im Tourismus sollten dabei die Entwicklung der lokalen Kultur und den Erhalt von unberührter Natur in ihrer Planung und Umsetzung miteinbeziehen. Wesentliche Forderungen in diesen Ansätzen waren dabei:

- Vorteile aus dem Tourismus für die lokale Bevölkerung und die lokalen Gemeinschaften schaffen.

- Vorteile aus einer internationalen Begegnung, wie interkulturelle Verständigung, für Reisende und Bereiste schaffen.
- Ökonomische Vorteile schaffen, indem Geldflüsse aus der Destination heraus gemindert werden.
- Einfluss von außerhalb der Tourismusregion verringern.
- Durch diese Vorteile soll erreicht werden, dass soziale Spannungen verhindert werden und lokale Traditionen erhalten bleiben.

(vgl. FENNELL, S. 9f)

Ausgangspunkt für solche Überlegungen zum Tourismus war eine neue Ethik im Tourismus, dabei vorwiegend auf einer theoretischen Ebene, die erst nach und nach in verschiedenen Tourismusformen und Destinationen zur Anwendung kam. Diese neue Ethik basierte auf Einstellungs- und Verhaltensänderungen bezüglich des Reisens in den gesellschaftlichen Schichten der Gästegruppen, welche ihrerseits von verschiedenen Faktoren beeinflusst wurden, wie:

- Höheres Bildungsniveau;
- Höheres ökologisches Bewusstsein;
- Werte wie Erholung, Genuss, Erlebnis oder Umweltorientierung im Mittelpunkt der Reise;
- Streben nach Erlebnissen und Selbstentfaltung im Spiegel fremder Kulturen und Landschaften;
- Erkennen von Verantwortlichkeit einzelner Betriebe, z. B. Tourismusunternehmen.

(vgl. KRÜGER et al., S. 16ff; KIRSTGES, S.45ff )

Auch wissenschaftliche Einflüsse lenkten die Entwicklung der alternativen Tourismuskonzepte. Ende der 1980er Jahre entwickelt sich ein integrativer Ansatz in der Tourismusforschung, dessen Kernaussage ist, dass Tourismus und Umwelt miteinander verknüpft werden müssen, damit die Systeme dieser Umwelt erhalten werden können und zugleich eine erfolgreiche Entwicklung im Tourismus stattfinden kann. Integrativ wird Tourismus dann angesehen, wenn *"the resource assets are so*

*intimately intertwined with tourism that anything erosive to them is detrimental to tourism. Conversely, support of environmental causes, by and large, is support of tourism."* (GUNN, S. 245, in PAGE et al., S. 254)

Ende der 1990er Jahre war die Integrität von Tourismus und Umwelt als Ziel in vielen Tourismusprojekten verankert, die sowohl kleine als auch große Dimensionen annahmen und die ihren Fokus in verschiedensten Themenfeldern der Beziehung zwischen Umwelt und Tourismus hatten (z.B. kulturelles Erbe, Naturschutz, soziale und räumliche Vorteile).

(vgl. PAGE et al., S. 254)

Alternative Formen des Tourismus haben in Theorie und Praxis viele Formen und Namen angenommen (wie Ökotourismus, sanfter Tourismus, verantwortungsvoller Tourismus, grüner Tourismus, kleinstrukturierter Tourismus, kontrollierter Tourismus etc.) und unterscheiden sich vor allem in ihrem speziellen Fokus oder in ihrem zeitlichen Kontext. (vgl. FENNELL, S. 9) Laut BIEGER 2006 (S. 269ff) kann die Entwicklung der wissenschaftlichen Tourismuskonzepte in folgende Phasen unterteilt werden:

- Phase des sanften Tourismus
- Phase des umweltverträglichen Tourismus
- Phase des qualitativen Tourismus
- Phase des nachhaltigen Tourismus

Die einzelnen Begriffe, Definitionen und Tourismuskonzeptionierungen sind nicht gänzlich mit diesen Phasen gleichzusetzen, da sie einen Fokus der Tourismusforschung beschreiben. So können Konzepte des umwelt- und sozialverträglichen Tourismus vor dem Konzept des sanften Tourismus auftreten und dieses beeinflussen, während sie als Phasen nach der des sanften Tourismus positioniert werden.

In der Phase der nachhaltigen Entwicklung werden neben der Abkehr vom konventionellen Massentourismus wenig belastende Formen eines Fremdenverkehrs gefordert, die sich an die natürlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Gegebenheiten der Tourismusdestination anpassen.

In der Phase des umwelt- bzw. naturverträglichen Tourismus werden die Forderungen aus der früheren Phase spezifiziert und es wird ein Fokus darauf gelegt, negative Einflüsse auf die natürliche Umwelt zu minimieren.

Konzepte, die der Phase des qualitativen Tourismus zugeordnet werden, verlangen eine Steigerung des Wohlergehens der bereisten Bevölkerung ohne nicht erneuerbare Ressourcen zu verschwenden, unter anderem lokale Kultur oder Identität.

Forderungen aus diesen Entwicklungsstufen der Tourismuskonzepte werden in der Phase des nachhaltigen Tourismus zum Teil übernommen. Dieser integrative Zugang fordert zugleich eine Verträglichkeit des Tourismus mit ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Belangen und die Erhaltung von Handlungs- und Entwicklungsmöglichkeiten für zukünftige Generationen.

(vgl. BIEGER 2006, S. 269ff)

### 3.3.1. Sanfter Tourismus

„Sanfter Tourismus“ wurde Anfang der 1980er Jahre in die Diskussion über Alternativen zum Massentourismus eingebracht. Jost KRIPPENDORF, einer der bedeutenden Tourismusforscher im späten 20. Jahrhundert, greift den Begriff des Zukunftsforschers Robert JUNG auf, und über Interaktion der Wissenschaft mit dem Tourismussystem wird der sanfte Tourismus zu einer *„begrifflichen Pointierung“* des Fremdenverkehrs, *„der sich als gesellschaftlicher Kompromiß [sic] zwischen den Interessen der Reisenden und Bereisten anbietet.“* (MOSE 1992, S. 7)

Sanfter Tourismus wird zu einem Modewort, das *„bei aller Unzulänglichkeit solcher schlagwortartiger Formulierungen gleichwohl Inbegriff eines tiefgreifenden Umdenkens im Umfeld von Freizeit und Tourismus geworden ist.“* (ebd.)

Inhaltlich sind die anfänglichen Überlegungen zu einem sanften Tourismus noch nicht sehr ausgereift, man unterscheidet zwischen hartem Reisen, das sich negativ auf die Ressourcen, auf denen er basiert, auswirkt, und einem sanften Reisen, das ressourcenschonend ist.

Es wird der Ruf nach einer Neuentwicklung der Reisekultur laut, die den Wertewandel und die daraus resultierenden Verhaltensänderungen in der Gesellschaft

berücksichtigt. Vertreter bzw. Anspruchsgruppen dieser neuen Reisekultur sind sensibilisiert für ökologische Krisen, Überfremdung und die Nachteile aus einer fremdbestimmten Wertschöpfung. (vgl. KRÜGER et al., S. 13f)

So tritt der sanfte Tourismus als eine Form des emanzipierten, bewussten Reisens ein für:

- touristische Maßnahmen, die die Lebensbedingungen der bereisten Bevölkerung aufwerten und auf diese abgestimmt sind.
- eine „*Versöhnung von Ästhetik und Nutzen*“ (KRÜGER et al., S. 31), oder anders gesagt, ein Gleichgewicht zwischen Bestehen und Bewahren von ökologischen und soziokulturellen Ressourcen.
- Implementierung umweltfreundlicher und sozialverträglicher Tourismusangebote in bereits touristisch etablierten Gebieten.
- eine eigenständige Regionalentwicklung, die auch Tourismus und touristische Vorhaben miteinbezieht.

(vgl. ebd.; MOSE 1992, S. 7; MOSE 1989, S. 16f)

Nach diesen Überlegungen kann sanfter Tourismus als ein *„strukturell alternatives Segment der Tourismusentwicklung, das als integrativer Bestandteil einer Strategie der eigenständigen Regionalentwicklung der gezielten Förderung naturnaher, nicht-technisierter Tourismusangebote in ländlichen Gebieten dienen soll.“* (MOSE 1989, S. 16) verstanden werden.

Die internationale Alpenschutzkommission CIPRA sieht 1985 im sanften Tourismus eine Chance für den Alpenraum. Sie definiert unter sanftem Tourismus *„einen Gästeverkehr, der gegenseitiges Verständnis des Einheimischen und Gastes füreinander schafft, die kulturelle Eigenart des besuchten Gebietes nicht beeinträchtigt und der Landschaft mit grösstmöglicher [sic] Gewaltlosigkeit begegnet. Erholungssuchende im Sinne des ‘Sanften Tourismus’ benutzen vor allem die in einem Raum vorhandenen Einrichtungen der Bevölkerung mit und verzichten auf wesentliche zusätzliche landschaftsbelastende Tourismuseinrichtungen.“* (vgl. CIPRA 1985, in MOSE 1989, S. 17ff)

Sanfter Tourismus soll die Alpen als ein lebenswertes Gebiet erhalten und dafür folgende Forderungen einhalten:

- Partizipationsprinzip: Einbindung der lokalen Bevölkerung in Planungsprozesse
- Nutzung des endogenen Entwicklungspotentials: Ausrichtung des Angebots auf die lokal vorhandenen Ressourcen
- Kein Ausbau der ausschließlich auf den Tourismus ausgerichteten Verkehrsinfrastruktur
- Schutz von unerschlossenen Gebieten vor einer touristischen Erschließung
- Minderung des Tagesausflugsverkehrs, z.B. zentrennahe Erholungsmöglichkeiten
- Umweltbildung ausbauen
- Finanzielle Förderung der Umsetzungen eines sanften Tourismus
- Entwicklung in kleinen Schritten: Verzicht auf technische Großprojekte im Tourismus

(vgl. CIPRA 1985, in MOSE 1989, S. 17ff)

Das Konzept des sanften Tourismus wird mit unterschiedlichen Kritikpunkten konfrontiert, allen voran, dass sanfter Tourismus idealistische und nicht realisierbare Forderungen an die Tourismuspraxis und die Wahrnehmung der Touristen stellt. Solche Forderungen beziehen sich zum Beispiel darauf, dass sich Reisende in ihren Wünschen und Bedürfnissen einschränken müssen, oder auf die Balance zwischen ökonomischer Überlebensfähigkeit und optimaler Wertschöpfung.

Daneben sei ein sanftes Reisen kein Versprechen für einen ökologisch und gesellschaftlich verträglichen Tourismus. Wenn sanfter Tourismus in der Initialphase des Tourismus auftritt und die Lenkung nicht stark genug ist bzw. nicht nachdrücklich genug auf einem sanften Weg besteht, ist die Gefahr gegeben, dass sich ein sanft konzipierter zu einem harten Tourismus umwandelt. Diese Kippen kann z. B. auf ein zu starkes ökonomische Verwertungsinteresse zurückgeführt werden oder darauf, dass kein Konsens zwischen den vielfältigen Interessenlagen im Tourismussystem erreicht werden kann.

Auch Förderprogramme, Auflagen und Verbote allein garantieren nicht, dass eine Umsteuerung im Tourismus hin zu einem sanften Reisen umgesetzt wird, da diese meist zeitlich begrenzt sind. Neben diesen impulsgebenden Maßnahmen muss man auch auf Erziehung und Bildung in dieser Richtung setzen.

Es wird auch die Schwierigkeit angesprochen, gleiche Lebensbedingungen für Bereiste und Reisende zu schaffen. Reisende suchen eine idealisierte Authentizität, die meist museale Lebenswelten meint, und lehnen damit moderne Entwicklungen in den Destinationen ab.

Die Herausforderung im sanften Tourismus liegt darin, nicht nur quantitativ einen Kontrast zum Massentourismus zu schaffen, sondern auch qualitativ – das bedeutet eine Diversifizierung des Angebots und damit die Ansprache ausgewählter Zielgruppen. Sanfter Tourismus in diesem Verständnis eignet sich vor allem für touristische Nischenprodukte, die in einer Zeit, in der Reisende ein immer stärker ausgeprägtes hybrides Reiseverhalten aufzeigen, ein zukunftsfähiger Markt sein können.

Auch wenn Modellversuche und Anwendungen im sanften Tourismus nicht immer erfolgreich waren, so kann dem Konzept doch zugutegehalten werden, dass dadurch eine Sensibilisierung der Reisenden und der Tourismusindustrie für die Bedeutung einer ganzheitlichen, integrativen Tourismusentwicklung erreicht wurde.

(vgl. MOSE 1989, S. 21ff; KIRSTGES, S. 45f und S. 159)

Sanfter Tourismus wird unter anderem mit den Attributen „nicht technisiert“, „still“, „naturnah“, „umweltfreundlich“ oder „angepasst“ assoziiert und oft auch mit diesen betitelt. Eine einheitliche Begriffsbestimmung ist im Tourismus, der stets neue Schlagwörter für Marketing und Positionierungen sucht, kaum möglich. Einig ist man sich, dass eine Alternative zum konventionellen Massentourismus möglichst viele Ebenen positiv beeinflussen muss und ökologische, sozio-kulturelle und ökonomische Auswirkungen integriert werden sollen. (vgl. MOSE 1989, S. 17) Nach diesem Verständnis verschwimmen auch die Grenzen zwischen den Begriffen des umwelt- und sozialverträglichen, des qualitativen und des sanften Tourismus.

### 3.4. Nachhaltiger Tourismus

Mit der gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Prinzip der Nachhaltigkeit wurden dessen Kernideen auch vom Tourismussektor und von bereits bestehenden Alternativkonzepten zum Massentourismus aufgenommen und implementiert. Neben der Frage, was nachhaltige Entwicklung bedeute, wurde auch eine Konkretisierung des Begriffs des nachhaltigen Tourismus diskutiert. Aus einer Fülle an unterschiedlichsten Definitionen, die dadurch entstanden ist, fasste die UNWTO (b, 2004) die Bedeutung von nachhaltigem Tourismus zusammen als

*"Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities."*

Zu dieser Definition führt die UNWTO aus, dass Richtlinien und Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung für alle Formen des Tourismus und der Destinationen gelten sollen.

*„Sustainability principles refer to the environmental, economic, and socio-cultural aspects of tourism development, and a suitable balance must be established between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability.“* (ebd.)

Deshalb soll ein nachhaltiger Tourismus die natürlichen Ressourcen bestmöglich nutzen und dabei ökologische Prozesse unterstützen sowie zum Naturschutz und der Erhaltung der Artenvielfalt beitragen. Auch bereiste Gesellschaften sollen von einem nachhaltigen Tourismus profitieren, indem ihre Authentizität mit kulturellem Gut und traditionellen Werten gewahrt wird und interkulturelle Toleranz und Verständigung angestrebt werden. Ebenso soll nachhaltiger Tourismus auf langfristige und umsetzbare wirtschaftliche Umsetzung achten, bei der alle Akteure profitieren (faire Verteilung, Einkommensmöglichkeiten, Dienstleistungen). Eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus soll zur Armutsreduzierung der bereisten Kulturen und zur Bewusstseinsbildung der Reisenden beitragen. (vgl. ebd.)

Ein erfolgreicher nachhaltiger Tourismus braucht:

- Information und Partizipation aller Akteure
- starke politische Führung
- einen hohen Grad an Zufriedenheit der Gäste, mit anderen Worten, ein hochwertiges Tourismusprodukt.
- eine Verbesserung der kurz- und langfristigen Lebensbedingungen der bereisten Bevölkerung

(vgl. UNWTO b; LIU, S. 460)

Nachhaltiger Tourismus fordert ein qualitatives und gleichmäßiges Wachstum zwischen den miteinander verbundenen Faktoren wirtschaftlicher Wohlstand, subjektives Wohlbefinden, optimale Befriedigung der Gästebedürfnisse sowie eine intakten Natur und Kultur. Ziel ist eine ausgeglichene Tourismusedwicklung, bei dem die positiven Interaktionen zwischen diesen Faktoren und ihren Zielen ausgebaut und die negativen verringert werden. (vgl. MÜLLER 2008, S. 506 und Abb. 7)

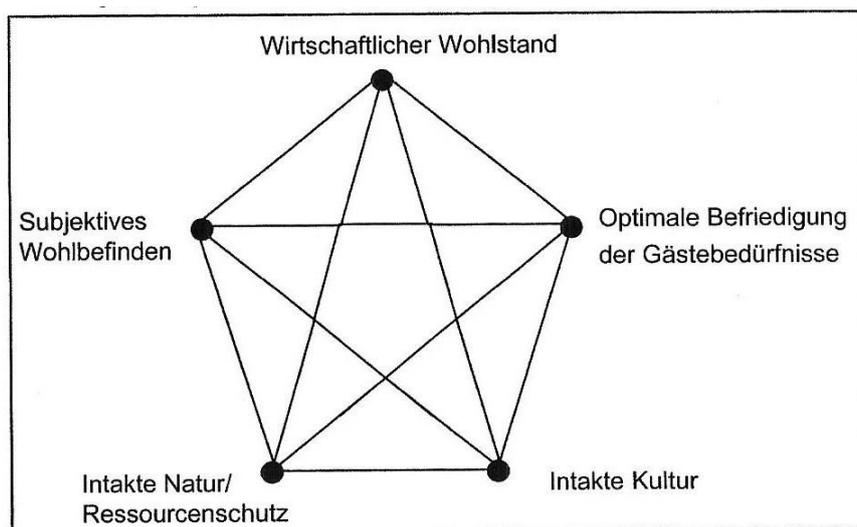


Abb. 7: Magisches Fünfeck der touristischen Entwicklung (Quelle: FERRANTE, S. 116, in BIEGER, S. 271)

Aus einer weit gefassten Definition eines nachhaltigen Tourismus ergeben sich Vorteile:

*“Sustainable tourism must be regarded as an adaptive paradigm capable of addressing widely different situations, and articulating different goals in terms of the utilization of natural resources.” (HUNTER, S. 457)*

Mit dem Paradigma der nachhaltigen Entwicklung, das in der Entwicklungsdiskussion heute als dominant angesehen wird, werden auch sektorenspezifische Strategien und Handlungsrahmen erarbeitet, unter anderem für den Tourismussektor. (vgl. SHARPLEY, S. 38)

Der Zusammenhang zwischen Tourismus und Nachhaltigkeit kann aus verschiedenen Perspektiven gesehen werden. Zum einen gibt es den Zugang zum Tourismus im Kontext der Nachhaltigkeit, der eine holistische Annäherung repräsentiert, und zum anderen die sektorenspezifische Interpretation der Nachhaltigkeit im Kontext des Tourismus.

Ein sektorenspezifischer Zugang birgt die Gefahr, dass die vielfältigen Verbindungen des Tourismus mit anderen wirtschaftlichen Sektoren nicht berücksichtigt werden und so ein zu enger Blickwinkel auf die Nachhaltigkeit adaptiert wird. Die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus nach dieser Philosophie erwies sich kaum als zielführend, da der Tourismussektor in vielen Destinationen auf verschiedenen Teilsystemen einer wirtschaftlichen Umwelt basiert (= multisektoral). Die vor allem klein strukturierten Systeme bilden ein komplexes Bild an Akteuren und Wertesystemen, die ständig im Wandel sind – die Implementierung nachhaltiger Strategien kann daher als politischer Prozess der Konfliktlösung und Konsensbildung angesehen werden. (vgl. IOANNIDES, S. 56ff)

Dem gegenüber gestellt ist eine holistische Perspektive der Nachhaltigkeit im Tourismus, die der Komplexität des Tourismussystems Rechnung trägt und die die Komponenten Natur und Gesellschaft in sich vereint. Alle wichtigen Akteure im Tourismus (Reisenden und Bereiste, öffentliche und private Körperschaften, NGOs etc.) mit ihren gegenwärtigen und zukünftigen Bedürfnissen sollen in die Schaffung eines nachhaltigen Tourismus eingebunden werden um einen Konsens zu schaffen, der auf gegenseitigem Respekt und gemeinsamen Zielen beruht. Ein holistischer Zugang

zum nachhaltigen Tourismus beinhaltet auch ein umfangreiches Verständnis für die touristische Entwicklung in Zusammenhang mit anderen Aktivitäten, um für zukünftige Generationen Handlungsspielräume offen zu halten. (vgl. IOANNIDES, S. 60f; ZIMMERMANN, S. 71f)

Wie ein Programm eines holistischen nachhaltigen Tourismus aussehen kann, erarbeitete die EUROPÄISCHE KOMMISSION<sup>15</sup> (in ZIMMERMANN, S. 72f) im Jahr 1993 anhand eines Handlungsrahmens. Dieser benötigt im Hintergrund jedoch einen organisatorischen Überbau, der die verschiedenen Programme und Vernetzungen koordiniert. Wesentliche Forderungen in diesem Programm sind:

- Akzeptable Entwicklungsziele eines Gebiets als gemeinsame Ziele definieren
- Kooperation und Koordination fördern
- Hierarchie-Prinzip: Stärkung der supranationalen Kontrolle
- Erarbeitung von Regulationen und Maßnahmen in Kooperationen um Entwicklungsziele, Marketing und Umweltpolitik zu integrieren.
- Besucherlenkung um Überlastungen zu vermeiden und saisonalen Ausgleich zu schaffen (über Preispolitik, Beschränkung der Einrichtungen, Nischenprodukte)
- Verantwortungsvolles Marketing integrieren, das auf Information, Bildung und die Vermittlung von Umweltqualität setzt
- Erarbeitung strategischer Marketingpläne und Handlungsmöglichkeiten, die mit den lokalen Ressourcen und der lokalen Entwicklung kompatibel sind
- Ermutigen der Touristen zu einem umweltverantwortlichen Handeln
- Ermutigen der lokalen Akteure umweltfreundliche Maßnahmen zu integrieren, z.B. über Auszeichnungen, finanzielle Begünstigungen etc.
- Verbesserung der touristischen Produkte mit Fokus auf lokale Identität und die Integration von sozio-kulturellen und ökologischen Besonderheiten
- Flexible und offene Planung mit zukünftigen Handlungsspielräumen

---

<sup>15</sup> Commission of the European Union

### *Prinzipien eines nachhaltigen Tourismus*

Um das Konzept des nachhaltigen Tourismus zu konkretisieren, können einige Prinzipien erwähnt werden, nach denen sich nachhaltige Entwicklung im Tourismussystem orientieren soll:

- Größtmögliche Beachtung von Wert und Würde aller Menschen und ihrer kulturellen Identitäten
- Soziale Ungleichheiten reduzieren
- Einsehen der Verantwortung gegenüber der natürlichen Umwelt
- Intergenerationenvertrag: zukünftigen Generationen einen Handlungsspielraum in der natürlichen Umwelt ermöglichen.

(vgl. GERKEN, in MÜLLER 2008, S. 509)

Daneben wird auf weitere Punkte Rücksicht genommen:

- Beachtung des Werts der natürlichen Ressourcen
- Entwicklung mit Bedacht auf eine langfristige Erhaltung der Qualität der natürlichen Umwelt (Artenvielfalt, Ästhetik etc.)
- Verträglichkeit der touristischen Planung mit den lokalen natürlichen und soziokulturellen Gegebenheiten
- Wertschöpfung für die lokale Wirtschaft
- Geringhalten negativer Einflüsse
- Verständnis zwischen den Kulturen durch Information, Interpretation und Bildung.

(vgl. CONNELL et al., S. 17; PROSSER, S. 36)

### *Nachhaltiger Tourismus als umstrittenes Konzept*

Nachhaltiger Tourismus ist ein doppeldeutiger Begriff. Zum einen meint er die ganzheitliche Ausrichtung der touristischen Entwicklung in einer Region nach nachhaltigen Prinzipien und zum anderen eine auf den Tourismussektor beschränkte Sichtweise. Das führt zu einer Verwirrung bezüglich der Konzeptionierung eines nachhaltigen Tourismus. (vgl. IOANNIDES, S. 55; SAARINEN, S. 316f)

*„Principles of sustainable tourism are increasingly viewed as a development 'blueprint' that is unable to accommodate the almost infinite diversity of tourism development contexts.“ (SHARPLEY, S. 39)*

Auch auf einer begrifflichen und definitorischen Ebene kann nicht gesagt werden, dass nachhaltiger Tourismus immer mit der gleichen Bedeutung verwendet wird. Dahinter stehen verschiedene Wertigkeiten von Bedeutungen und Zielen. (vgl. SHARPLEY, S. 39) Die dominante Auffassung eines nachhaltigen Tourismus meint einen Tourismus, welcher die Ressourcen der Destination auch für den Zugang zukünftiger Generationen schützt, indem Vorschriften, Strategien und Managementmethoden eingeführt werden. Diese Sicht wird als zu eingeschränkt und zu sehr auf den Tourismus zentriert kritisiert, die es verfehlt, ein *„conceptual vehicle for policy formulation which explicitly connects the concern of tourism sustainability with those of sustainable development more generally“* (HUNTER, S. 442) bereitzustellen.

Damit habe sich das Konzept des nachhaltigen Tourismus weit von der ursprünglichen Idee der Nachhaltigkeit entfernt und sei zu sehr vereinfacht worden. (vgl. ebd., S. 443) Ein weiteres Problem liegt in der Kontrolle oder Governance eines nachhaltigen Tourismus, denn diese müsse, wenn eine auf die lokalen Bedürfnisse abgestimmte nachhaltige Tourismusentwicklung umgesetzt werden soll, auf einer lokalen oder regionalen Ebene verankert sein. (vgl. SHARPLEY, S. 39)

### *Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus*

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung mit Schwierigkeiten verbunden ist. Zum einen steht eine zunehmende hedonistische Lebenseinstellung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung entgegen, zum anderen wird Reisen ein immer wichtiger für die Selbstverwirklichung und die Flucht vom Alltag. Es entsteht ein hoher Anspruch an die touristischen Produkte seitens der Nachfrage. Tendenzen, dass aus der Tourismusindustrie selbst ein Umdenken in Richtung eines ökologisch verträglichen Reisens kommt, zeichnen sich ab. (vgl. MÜLLER 2008, S. 508)

Konkret werden etwa Umweltmanagementstrategien angestrebt oder Richtlinien und Leitfäden aufgestellt. Obwohl solche Richtlinien und Leitfäden das Thema meist vereinfachen und vage bleiben, haben sie eine gute Chance, dass sie in der

Tourismusindustrie eingeführt werden. Allerdings besteht die Gefahr, dass Absichtserklärungen bezüglich einer nachhaltigeren Umsetzung nur zu Marketingzwecken genutzt werden und der Begriff „nachhaltiger Tourismus“ dadurch an Glaubwürdigkeit verliert. (vgl. GARROD et al., S. 517)

Die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus kann je nach Paradigma der Nachhaltigkeit<sup>16</sup> nach unterschiedlichen Kriterien erfolgen:

### *Nachhaltige Entwicklung im Tourismus als Notwendigkeit Sehr schwache Nachhaltigkeitsposition*

Nachhaltigkeit soll im Tourismus eingeführt werden, um die Wünsche der Touristen und Tourismustreibenden zu berücksichtigen. Dieses Paradigma greift vor allem in Gebieten

- mit einem starken Zusammenhang von Armut und Umweltschäden.
- in denen Tourismus wirtschaftliche Vorteile bringt.
- in denen Tourismus natürliche Ressourcen nutzt, die sonst von anderen Aktivitäten genutzt würden, die größeren Schaden anrichten würden.

### *Nachhaltige Entwicklung durch produktorientierten Tourismus Schwache Nachhaltigkeitsposition*

Umweltbelange werden hier zwar berücksichtigt, treten aber hinter den Erhalt bestehender und die Entwicklung neuer touristischer Produkte und somit den Wachstum des Tourismussektors. Dieses Paradigma greift vor allem in Gebieten, in denen der Tourismus als Wirtschaftskraft dominiert. Mit einer schwachen Nachhaltigkeitsposition können Produkte entwickelt werden, die die Qualität des Tourismusstandorts heben.

---

<sup>16</sup> vgl. Kap. 2: Intensität der Nachhaltigkeit

*Nachhaltige Entwicklung durch umweltorientierten Tourismus  
Starke Nachhaltigkeitsposition*

Erfolg im Tourismus wird als Folge von Qualität der natürlichen Ressourcen und kulturellen Aktivitäten gesehen. Dies trifft auf touristische Produkte mit Spezialisierung auf eine hohe Qualität der natürlichen und kulturellen Ressourcen zu.

*Nachhaltige Entwicklung durch möglichst geringe Entwicklung<sup>17</sup>  
Sehr starke Nachhaltigkeitsposition*

Nach diesem Paradigma soll Tourismus sich nicht über ein frühes Stadium hinaus entwickeln bzw. zum Erhalt der natürlichen Balance und der natürlichen Ressourcen nicht verfolgt werden. Dieser Ansatz kann in Gebieten verfolgt werden, in denen statt der frühen Entwicklung im Tourismus Möglichkeiten des Naturschutzes vorgeschlagen werden.

(vgl. HUNTER, S. 452ff)

Bevor nun darauf eingegangen wird, wie nachhaltige Entwicklung im Tourismus konkret erreicht werden kann, muss erwähnt werden, dass die Prinzipien der Nachhaltigkeit nicht nur auf kleinstrukturierten Tourismus umgelegt werden können. Umsetzungstechniken müssen immer auf den individuellen Fall abgestimmt sein und es muss klar sein, dass für die Implementierung von Nachhaltigkeit bei einzelnen Projekten andere Maßnahmen gesetzt werden müssen als bei einer allgemeinen Planung des Tourismus. (vgl. WHEELER, S. 542f)

Solche Maßnahmen und Strategien können entweder vorbeugender oder korrigierender Natur sein. Wichtig ist auch, dass sie integrativen Ansätzen folgen, bei denen komplexe und vielfältige Interaktionen zwischen Tourismus und Lebenswelt in die Überlegungen einbezogen werden. Dabei soll die Bevölkerung und die regionale Kultur sowie die Regionalpolitik in diese Strategien miteingebunden werden. (vgl. KRAMER, S. 248ff)

WERNSTEDT (S. 62) listet einige Verfahrensweisen und Instrumente auf, mit denen nachhaltiger Tourismus in der Praxis verfolgt werden kann:

---

<sup>17</sup> HUNTER spricht von einem „neotenus tourism“

- \* Internationale Konferenzen und Abkommen
- \* Gesetze und Verordnungen
- \* Organisationen und Institutionalisierung
- \* Abgaben und Gebühren
- \* Kennzahlen und Indikatoren
- \* Modelle der Kostenbewertung der  
Umweltnutzung
- \* Kapazitätsgrenzen
- \* Handlungsrichtlinien und Ratgeber
- \* Wettbewerbe und Umweltsiegel
- \* Förderung
- \* Umweltbildung und Ökomarketing
- \* Umweltmanagement

### 3.5. Nachhaltige Konzepte des Naturtourismus

Nicht alle Formen des Naturtourismus sind im nachhaltigen Sinne mit der natürlichen Umwelt verträglich. Denn Naturtourismus „*encompasses all forms of tourism - mass tourism, adventure tourism, low impact tourism, ecotourism - which use natural resources in a wild or undeveloped form - including species, habitat, landscape, scenery and salt and fresh-water features. Nature tourism is travel for the purpose of enjoying undeveloped natural areas or wildlife.*“ (GOODWIN 1996, S. 287 in FENNEL, S. 35f)

Somit ist Naturtourismus, auch naturnaher Tourismus genannt, ein Überbegriff für spezifischere Formen wie Ökotourismus, „Wildlife-Tourism“ oder Tourismus in peripheren Gebieten. (vgl. BOYD et al., S. 273) Diese Formen werden im Folgenden im Kontext der nachhaltigen Entwicklung beschrieben.

#### 3.5.1. Ökotourismus

Ökotourismus ist nicht automatisch als nachhaltig einzuordnen, kann aber als eine Form des nachhaltigen Tourismus angesehen werden, wenn er bemüht ist, negative Einflüsse auf ökologische und gesellschaftliche Umwelten so gering wie möglich zu halten. Dabei kann er aber nur eine Komponente in einer größer dimensionierten nachhaltigen Entwicklung darstellen, die die lokalen gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Ressourcen einbindet. (vgl. DAWSON, S. 41f)

In Abb. 8 (FENNELL, S. 27) wird die Einbettung des Ökotourismus in die nachhaltige touristische Praxis dargestellt. Dabei ist zu sehen, dass er überwiegend der nachhaltigen Umsetzung von Tourismus zugeordnet ist. Diese Annahme wird auch im Weiteren vertreten.

Dabei meint Ökotourismus eine Art des Reisens, die „auf Naturgenuss gerichtet ist, Naturschutz gleichzeitig unterstützt und die bereisten Menschen materiell absichert.“ (ELLENBERG et al., S. 53)

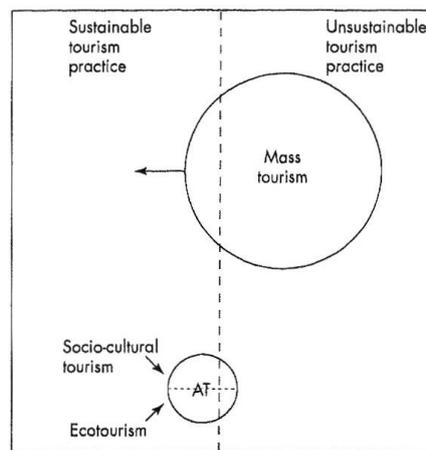


Abb. 8: Beziehungen der Tourismusformen zur Nachhaltigkeit<sup>18</sup> (Quelle: FENNELL, S. 27)

Oder anders ausgedrückt:

*"Ecotourism is a sustainable form of natural resource-based tourism that focuses primarily on experiencing and learning about nature, and which is ethically managed to be low-impact, non consumptive, and locally oriented (control, benefits, and scale). It typically occurs in natural areas, and should contribute to the conservation or preservation of such areas."* (FENNELL, S. 43)

Zwischen den Definitionen eines Ökotourismus gibt es kaum große Abweichungen und bei der wissenschaftlichen bzw. theoretischen Auffassung scheint ein Konsens zu bestehen. Er basiert demnach auf den natürlichen Ressourcen eines Gebiets. Ziele sind meist relativ ungestörte natürliche und ökologisch intakte Gebiete bzw. spezielle Arten, um sie kennenzulernen, zu bewundern oder zu studieren und sie damit auch

<sup>18</sup> AT = Alternative Tourism

schützen und erhalten zu können. Daneben soll auch die Kultur der Menschen, die in der näheren Umgebung leben, beachtet und respektiert werden. Ökotourismus soll zu einer Wertschöpfung der lokalen Wirtschaft und zugunsten der lokalen Bevölkerung stattfinden und weder auf das ökologische noch auf das kulturelle Umfeld negative Auswirkungen haben. Um negative Einflüsse so gering wie möglich zu halten, braucht es strikte Vorgaben seitens einer kontrollierenden Instanz. (vgl. u. a. IUCN 1991; ARBEITSGRUPPE ÖKOTOURISMUS; GOODWIN 1996, S. 288; CEBALLOS-LASCURAIN; SCACE et al. in WIGHT, S. 39; FENNELL, S. 43)

Ökotourismus kann als „*symbiotic relationship between tourism and nature conservation*“ (CLARKE, S. 334) gesehen werden.

Dabei sind wesentliche Prinzipien des Ökotourismus:

- Ökotourismus soll zum langfristigen Schutz und Erhalt der natürlichen und kulturellen Ressourcen beitragen, mit diesen in Einklang stehen und ihre Grenzen respektieren.
- Ökotourismus soll negative Effekte auf natürliche und gesellschaftliche Umwelten vermeiden.
- Ökotourismus soll ein verantwortungsvolles Verhalten der Touristen, der Tourismustreibenden etc. durch bildende und verständnisorientierte Maßnahmen schaffen.
- Die betroffene Bevölkerung soll von der wirtschaftlichen Wertschöpfung und anderen Vorteilen im Ökotourismus profitieren.
- Ökotourismus soll Erfahrungen mit Erlebnischarakter und Partizipation schaffen.
- Ökotourismus braucht seitens der Reisenden sowie bereisten Bevölkerung und der Tourismusplanung viel Vorbereitung.

(vgl. DAWSON, S. 41; WIGHT, S. 39f; BUTLER 1992; ACOTT et al., S. 464)

Da diese Prinzipien unterschiedlich intensiv und mit unterschiedlichen Schwerpunkten umgesetzt werden, bietet es sich an eine Abstufung in den Ausprägungen des Ökotourismus vorzunehmen. So kann man auch ernstgemeinte Versuche eines nachhaltigen Ökotourismus von anderen abgrenzen.

*„The piggybacking of mass tourism on the back of ecotourism needs to be identified and criteria established for recognising genuine attempts to promote an environmentally sensitive form of tourism.“ (ACOTT et al., S. 477)*

Unterscheidungen werden nach hartem und weichem oder nach tiefem und oberflächlichem<sup>19</sup> Ökotourismus vorgenommen. Diese Klassifizierungen beruhen auf Typologien, die nach einem tiefen oder oberflächlichen Ökologieverständnis oder nach einer starken oder schwachen Nachhaltigkeitsposition vorgenommen wurden.

Die verschiedenen Nachhaltigkeitspositionen wurden bereits beschrieben<sup>20</sup>. Ein tiefes Ökologieverständnis baut auf der Idee auf, dass Vielfalt und Reichtum der natürlichen Ressourcen nur dann reduziert werden dürfen, wenn das Überleben der Menschen davon abhängt. Diese Position vertritt die Ansicht, dass eine grundlegende Änderung in wirtschaftlichen, technologischen und ideologischen Werten stattfinden muss. Man spricht auch von einer biozentrischen Sichtweise. Dagegen befasst sich ein oberflächliches Ökologieverständnis hauptsächlich mit der natürlichen Umwelt wenn der Mensch einen Nutzen daraus ziehen kann. Damit wird die Position versteift, dass Umweltprobleme mit wissenschaftlichen und technischen Mitteln gelöst werden können.

Ein tiefer Ökotourismus basiert auf einem tiefen Ökologieverständnis und einer starken oder sehr starken Nachhaltigkeitsposition und vereint in sich somit die Bedeutung der kommunalen Partizipation, der kommunalen Identität, ein schwaches Vertrauen in moderne, großdimensionierte Technologie und die Ablehnung einer materialistischen Haltung. Er soll als philosophische Leitidee für Managementtechniken und Strategien dienen und vertritt so eine holistische Sichtweise der Nachhaltigkeit.

Ein oberflächlicher Ökotourismus würde keine Versuche für eine stärkere Identifizierung mit oder ein tieferes Verständnis für Landschaft oder Kultur zu erlangen. Manchmal können die Grenzen zwischen oberflächlichem Ökotourismus und konventionellen Massentourismus verschwimmen.

(vgl. ACOTT et al., S. 465ff)

---

<sup>19</sup> In der englischsprachigen Literatur als „deep“ und „shallow“ bezeichnet

<sup>20</sup> o. g.

Eine andere Unterscheidung richtet sich nach hartem und weichem Ökotourismus. Touristen, die einen harten Ökotourismus ausüben, tendieren zu längeren Aufenthalten, kleineren Reisegruppen und sind stärker für Umweltprobleme engagiert. Weicher Ökotourismus bleibt oberflächlicher und meint eine Nachhaltigkeit, die den Status Quo aufrechterhält. Ökotourismus ist nur eine von vielen Formen im Reiseverhalten der weichen Ökotouristen, welche meist Aufenthaltsorte mit hohem Komfort vorziehen. (vgl. WEAVER 2002, S. 155)

ELLENBERG et al. (S. 59ff) beschreiben die Unterschiede der verschiedenen Formen eines Ökotourismus als Stufenmodell. Zuerst gibt es die Stufe, in der die gesetzlich vorgegebenen Umweltstandards eingehalten werden, die in der Kommunikation nach außen verwertet werden, womit der Betrieb/die Destination etc. ein positives Image aufbauen will. In einer weiteren Stufe werden einzelne Projekte durchgeführt, die auf Umweltfreundlichkeit abzielen und dem Betrieb/der Destination einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschaffen. Diese Maßnahmen sind in der Regel leicht umzusetzen, aber auch leicht nachzuahmen – als Beispiele kann man Gütesiegel oder Verhaltensleitfäden nennen. Auf der dritten Stufe wird versucht, nachhaltige Kriterien, wie längerfristige ökologische Tragfähigkeit und Sozialverträglichkeit zu erreichen. In diesen Stufen zeichnet sich die idealtypische Entwicklung von einem primär auf der Vermarktung aufgebauten Ökotourismus hin zu einem wertebezogenen Ökotourismus ab. (vgl. WIGHT, S. 44)

Als Alternative zum konventionellen Massentourismus wird bei Ökotourismus vorausgesetzt, dass er sich in anderer Art und Weise entwickelt als konventioneller Massentourismus. Angepasst an andere Bedingungen kann ein idealtypischer Ablauf eines nachhaltigen Ökotourismus wie in Abb. 9 gezeigt verlaufen. FENNELL (S. 123) adaptierte dabei das Modell von BUTLER (1980). Dabei ist das Wachstum bezogen auf die Touristenzahlen wesentlich moderater als beim Modell des konventionellen Massentourismus und bewegt sich bei einer vollen Entwicklung im mittleren Bereich der Tragfähigkeitsgrenze.

„The model illustrates that destination areas will respond to the competing economic, and social and ecological demands in ways that respect the integrity of the resource base and local inhabitants.“ (ebd.)

Ökotouristische Produkte beziehen sich oft auf Trekking, Wandern, Safari, Radtouren oder Expeditionen. (vgl. WERNSTEDT, S. 20)

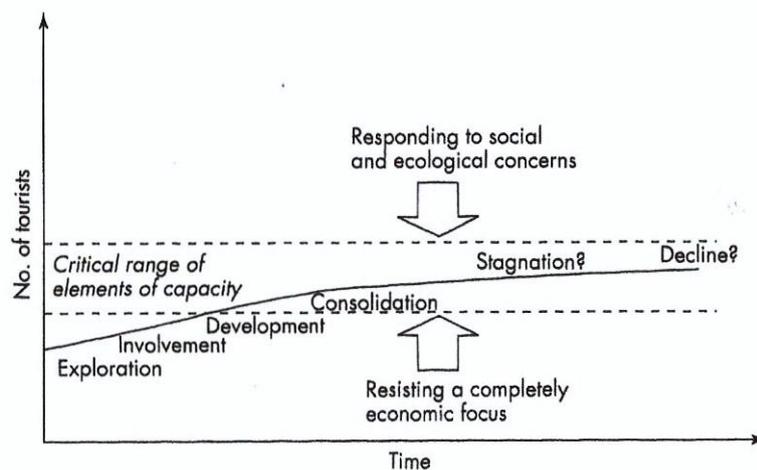


Abb. 9: Entwicklungszyklus eines nachhaltigen Ökotourismus (Quelle: FENNEL, S. 123)

### Ökotouristen und Marketing

Ökotouristen können grob in drei Typen eingeteilt werden:

- Die Gruppe der sanften Stillen:

Reisende aus Industrieländern, die sich viel Zeit für ihre Aufenthalte nehmen und dabei hohen Wert auf die natürliche Umgebung und ihre traditionell wirtschaftenden Bewohner legen. Diese Gruppe gilt als flexibel, sucht den Kontakt zu Einheimischen, reist in kleinen, individuellen Gruppen und ist gut vorbereitet. Obwohl sie hohe ethische Werte vertritt, werden durch ihren Aufenthalt Schutzbemühungen kaum mitfinanziert, da sie tendenziell wenig Geld ausgeben.

- *Die Gruppe der anspruchsvollen Naturkonsumenten:*  
Reisende aus Industrieländern und den Eliten der Schwellen- und Entwicklungsländer, die Natur als ein Konsumgut betrachten. Dem entsprechend haben sie hohe Ansprüche an das persönliche Wohlergehen, wofür auch viel Geld ausgegeben wird. Reise- und Vorbereitungszeit sind eher kurz, die lokale Bevölkerung wird meist nicht beachtet.
  
- *Gruppe der idealen Ökotouristen:*  
Menschen mit mittlerem bis hohem Einkommen, die mit ihrer Reise auch ethische Ziele wie die Reduzierung der negativen Effekte auf Umwelt und Bevölkerung oder die Steigerung der regionalen Wertschöpfung verfolgen. Diese Gruppe der naturorientierten Reisenden wenden viel Zeit für ihre Reise auf, ist flexibel, breit interessiert und gut vorbereitet. Sie suchen eher einfache Unterkünfte, den Kontakt zur lokalen Bevölkerung und unterstützen Naturschutzmaßnahmen.

(vgl. ELLENBERG et al., S. 57f)

Als Motive der Ökotouristen können Erholung, sportliche Aktivitäten, das Interesse an Naturschutz, Landschaftspflege, der Natur und ihren Fachbereichen bzw. an anderen Kulturen genannt werden. (vgl. SCHMITZ-VELTIN, S. 3<sup>21</sup>) Ökotouristen werden als eine Zielgruppe gesehen, die für das Reisen viel Geld aufwenden und hoch gebildet sind. Daher ist es für Destinationen und Betriebe von Interesse, diese Zielgruppe für sich zu gewinnen. (WEAVER, S. 155) Auch die Nachfrage nach Tourismusprodukten, die sich an nachhaltigen Richtlinien und Programmen orientieren, steigt. Marketing – das im Tourismussystem ohnehin eine große Rolle spielt – wird eingesetzt, um ökotouristische Produkte zu bewerben und zu positionieren. Dabei werden oft auch Produkte, die nicht den Prinzipien eines Ökotourismus entsprechen, so bezeichnet um finanzielle Vorteile aus dem populären Begriff zu ziehen. Derartiges „greenwashing“<sup>22</sup> macht das Konzept des Ökotourismus unglaubwürdig und schadet seinem Image enorm, weil die

---

<sup>21</sup> Seitenangabe bezogen auf Online-Dokument

<sup>22</sup> oder Grünfärben

Erwartungen der Reisenden enttäuscht werden. (vgl. u.a. DAWSON, S. 42; WIGHT, S. 47f und S. 51f; MOWFORTH et al., S. 112)

Laut WIGHT (S. 49) bestehen Ansprüche an ein „Grünes Marketing“<sup>23</sup> darin, dass es

- ehrlich ist und auf einer Umweltstrategie aufbaut.
- seine Umweltziele begründet.
- die Vorteile des beworbenen Produkts für die Umwelt aufzeigt.
- Produkt und Marktsegment aneinander anpasst.
- die größeren Zusammenhänge bezogen auf umweltrelevante Themen beschreibt.
- auch selbst umweltfreundliche Praktiken und Prinzipien vertritt.

Ein umweltbezogenes Marketing soll zu einem stimmigen Reiseerlebnis beitragen, das Vorteile zugunsten der lokalen Bevölkerung und der natürlichen Ressourcen bringt. (vgl. ebd. S. 44) Dazu muss ein Ausgleich zwischen den ökonomischen und umweltschützenden Zielen gefunden werden, zum Beispiel über einen strategischen und initiativen Zugang. Es muss eine Verständigung geben zwischen Umweltmarketing und den Umweltzielen der Tourismusindustrie einerseits und zwischen bereister Bevölkerung, Verwaltung, NGOs und der Tourismusindustrie andererseits. Das Marketing hat die Aufgaben, formelle oder informelle Standards für touristische Produkte zu erstellen, ethische, verantwortungsvolle Handlungsrichtlinien zu fördern und die Akzeptanz dafür bei Touristen und Tourismustreibenden zu steigern. Es muss auch dafür sorgen, dass ein erheblicher Teil der Ausgaben der Touristen in die lokale Ökonomie fließen. (vgl. ebd., S. 53; MOWFORTH et al., S. 27)

Als Kontrolle für umweltfreundliche Praxis gelten Öko-Labels oder Zertifizierungen, die von verschiedenen Organisationen (öffentlich, privat, NGOs) an verschiedene Anbieter in der touristischen Wertschöpfungskette vergeben werden, die ein Set an Kriterien erfüllen müssen. Solche Kriterien beziehen sich oft auf das Übernehmen von Verantwortung für die Bevölkerung oder die natürlichen Ressourcen in der Region. (vgl. MOWFORTH et al., S. 113)

---

<sup>23</sup> Englisch: „green marketing“

### *Kritik am Ökotourismus*

Am Ökotourismus gibt es viele Ansatzpunkte für Kritik, allen voran den oben beschriebenen Etikettenschwindel mit dem Begriff Ökotourismus, der damit nicht den Schutz natürlicher und sozialer Ressourcen sondern hauptsächlich Marketingzwecke verfolgt.

Dazu kommt der grundsätzliche Widerspruch zwischen Naturschutz und Tourismus, und damit zwischen Bewahren, inter- und intragenerationeller Verantwortung und Konsum, Egoismus und Gegenwart. (vgl. ELLENBERG et al., S. 57)

Weiters werden ökotouristische Produkte oft zur Diversifizierung des Tourismusangebots bereits etablierter Destinationen genutzt. Denn auch diese Produkte sind ökonomisch von einer bestimmten Gästefrequenz abhängig. Damit unterstützen sie den konventionellen Massentourismus und werden zum Teil massentouristisch genutzt. Ökotourismus in dieser Dimension vertritt keinen holistischen nachhaltigen Ansatz. (vgl. LIU, S. 470f)

LIU (S. 471) vertritt die Ansicht, dass Ökotourismus für das große Problemfeld des Massentourismus allenfalls Mikrolösungen bieten kann und daher kein Weg ist, Nachhaltigkeit im Tourismus zu erreichen.

### 3.5.2. „Wildlife Tourism“

In deutscher Übersetzung entsprechen am besten die Begriffe Safari-Tourismus oder Naturbeobachtungstourismus dem „Wildlife Tourism“. Dieser bezieht sich vor allem auf die Beobachtung und den Kontakt mit Wildtieren in ihren natürlichen Habitaten bzw. in Gefangenschaft. Man schätzt, dass ca. 20 - 40% aller Naturtouristen weltweit sich in dieser Tourismusform bewegen. „Wildlife Tourism“ überschneidet sich mit anderen Tourismusformen und ist zum Teil dem Ökotourismus und dem Tourismus im ländlichen Raum zugeordnet. (vgl. Abb. 10)

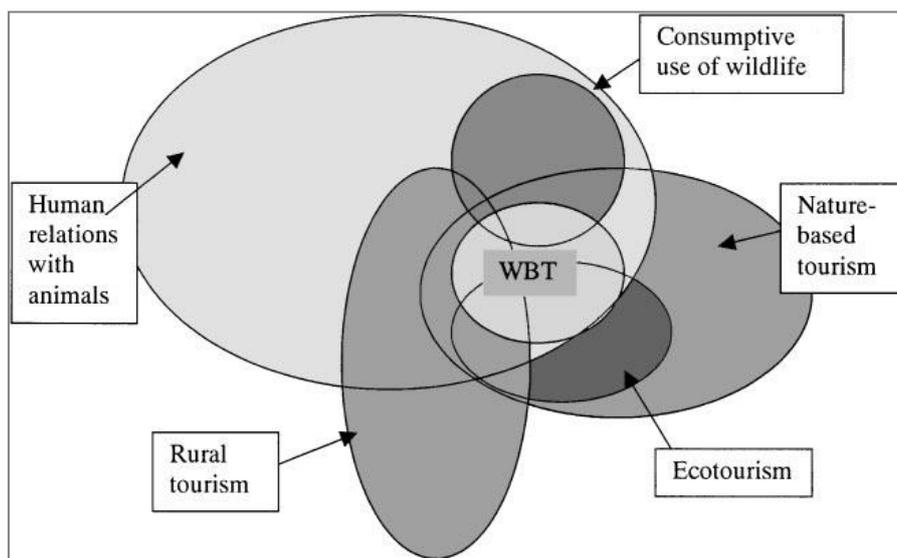


Abb. 10: Formen des naturnahen Tourismus mit Fokus auf „Wildlife Based Tourism“ (WBT)

(Quelle: REYNOLDS et al., S. 32)

Auch Jagdtourismus wird dem „Wildlife-Tourismus“ zugeordnet, hauptsächlich sind es aber nicht die materiellen, sondern vielmehr die psychologischen Vorteile, die aus der Tierbeobachtung gezogen werden, z.B. Bewunderung, Zuneigung, Therapie oder moralische Aspekte wie Naturschutz. Damit basiert der Naturbeobachtungstourismus auf Möglichkeiten der Interaktion oder der Beobachtung von interessanten Wildtieren – Popularität und Interesse an den Tieren ergibt sich oft aus ihrer physischen Attraktivität, ihrer Größe, aus ihrer Gefährlichkeit oder ihrer Öffentlichkeitswirkung. (vgl. REYNOLDS et al., S. 32ff)

Wildtiere und ihre Habitate werden von Störungen durch den Tourismus in verschiedener Weise beeinflusst, etwa durch Verschmutzung und einer geänderten Zusammensetzung der Vegetation oder der Beutetiere, wodurch sich die Nahrungszusammensetzung ändert. Diese kann wiederum Auswirkungen auf die Vermehrung und Verbreitung der Wildtiere Einfluss nehmen. Mit dem vermehrten Auftreten von Menschen verlieren Tiere zum Teil ihre Scheu und nehmen andere Verhaltensmuster an. Positive Effekte eines „Wildlife Tourism“ sind darin zu sehen, dass er zum Schutz und zum richtigen Verhalten gegenüber Wildtieren beitragen kann und dass durch ihn Wildtier-Habitate nachhaltiger verwaltet werden. Sein Ziel ist es *“to raise awareness and appreciation of the fragile state of the environment, the interrelationships between wildlife and habitats, and the impact of human activities upon the long-term viability of natural environments and their wildlife populations.”* (BALLANTYNE et al. 2008, S. 659) Dies kann aber nur über sensibles Management und Planung, sowie kontrollierende Elemente erreicht werden. Diese kontrollierenden Elemente beziehen sich teils auf die Tragfähigkeit der Habitate, teils auf die direkte Kontrolle durch Führer und Regeln, teils auf die Umweltbildung der Touristen. (vgl. REYNOLDS et al., S. 36f)

Ein nachhaltiger „Wildlife Tourism“ muss daher die negativen Auswirkungen des Tourismus auf Wildtiere und ihre Habitate so gering wie möglich halten, und gleichzeitig auf die Besucher positive Effekte haben, insbesondere, indem sie gegenüber Wildtieren und ihren Habitaten ein verantwortungsbewusstes Verhalten an den Tag legen. (vgl. BALLANTYNE et al. 2008, S. 659)

### 3.6. Tourismus als Mittel einer nachhaltigen Regionalentwicklung

Attraktive, für den Tourismus interessante Regionen mit anziehenden Besonderheiten liegen oft in peripheren und ökologisch sensiblen Natur- und Kulturlandschaften, bei denen durch übermäßige touristische Nutzung<sup>24</sup> die Gefahr einer degradierenden Veränderung besteht. Dennoch können solche Regionen ökonomische und gesellschaftliche Vorteile aus einer Tourismusedwicklung ziehen, die auch langfristig eine positive Wirkung haben sollen. (vgl. Tab. 1)

Tab. 1: Auswahl an Potentialen und Gefahren des Tourismus für ländliche Räume

	<b>Potentiale</b>	<b>Gefahren</b>
<i>Wirtschaft</i>	Beschäftigungswirkung Verbesserung der Einkommensverhältnisse und der Lebensqualität Verbesserung der Infrastruktur Minderung von Abwanderungstendenzen	Überkapazitäten bezüglich Infrastrukturen geschaffen Gefahr der Abhängigkeit vom Tourismus Knappheit der Wohnflächen
<i>Kultur</i>	Lokale Marktangebote und kulturelle Besonderheiten initiiert bzw. wiederbelebt Lokales Kulturgut wird Wiederbelebt und aufgewertet Kontaktmöglichkeiten erweitert	Authentisches wird zum Klischee Überfremdung
<i>nachhaltige Entwicklung</i>	Erhalt bzw. Einführung von nachhaltigen Wirtschaftsweisen Innovationen für den Einsatz umweltfreundlicher Technologien langanhaltende und ökologisch schonende Sicherung der regionalen Ressourcen	negative Einflüsse auf die ökologische Umwelt

(vgl. u. a. MOSE, S. 17; KRÜGER, S. 27f; HALL et al., 2005, S. 6; ROBERTS et al. 2003a, S. 225)

<sup>24</sup> meint eine Nutzung über der Tragfähigkeitsgrenze

Ein Schlüsselwort dabei ist die regionale Wertschöpfung, die den tatsächlichen monetären Wert meint, der von touristisch direkt oder indirekt erwirtschafteten Einnahmen tatsächlich in der Region bleiben.<sup>25</sup>

Die Effekte des Tourismus können auch in tangible und intangible Effekte eingeteilt werden. Dabei sind tangible Effekte messbar und hängen meist mit der finanziellen Wertschöpfung zusammen. Intangible Effekte beziehen sich auf Nicht-Messbares, wie das Image oder die Bekanntheit einer Destination, die sich aus der Tourismusedwicklung entstehen und sich auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirken. (vgl. BIEGER 2006, S. 250f)

Eine Nutzung der Potentiale innerhalb der Region regt auch die eigenständige oder endogene Regionalentwicklung an, die Entwicklungsimpulse aus der Region selbst und nicht von außen zu holen versucht. In einer nachhaltig ausgerichteten Regionalentwicklung sollen die positiven wirtschaftlichen Effekte gesteigert werden, negative Effekte hingegen so weit als möglich vermieden werden. (vgl. SCHMITZ-VELTIN, S. 2f)

Tourismus wird in ländlichen Gebieten gezielt als ein Instrument der Regionalentwicklung eingesetzt und wird als Chance für die Steigerung der Lebensqualität gesehen. Zusätzlich schafft Tourismus in ruralen Gebieten Ausgleich und Ergänzung zu den Zentren. (vgl. MOSE 1989, S. 13)

*„Der Tourismus stärkt [...] also mittels höherer wirtschaftlicher Wertschöpfung direkt das nachhaltige Wirtschaften in der Region und damit indirekt den Naturschutz. Indem Einheimische bessere Lebensperspektiven erhalten, sinkt die Akzeptanz von exogenen initiierten Groß- und Spekulationsprojekten, womit auf indirektem Wege Naturzerstörung verhindert wird.“* (BÄTZING 1997, S. 116f)

Nachhaltige Projekte können dabei einen Impuls für eine rurale Tourismusregion geben. Es ist aber darauf zu achten, dass Tourismus nicht als einzige Einkommensquelle in der Region etabliert wird. Eine monostrukturelle Ausrichtung des Tourismus ist nicht zu empfehlen, da diese Branche für gesellschaftliche Krisen und

---

<sup>25</sup> Bei einer Berechnung sind die Grenzen der Region genau zu definieren.

Änderungen in den Lebensstilen sehr anfällig ist. Daneben kann die Tourismusbranche überwiegend weniger hochqualifizierten Arbeitsplätze bieten, und nach einer Anfangsphase werden höher qualifizierte Arbeitskräfte auswandern und auswärtige, billige Arbeitskräfte eingestellt. (vgl. MOSE 1989, S. 13)

Dennoch ist nicht überall eine touristische Entwicklung die Lösung um die Region wirtschaftlich zu stärken, vor allem soll sie nicht als einzige Lösung betrachtet werden. Die Potentiale einer Region dafür müssen genau abgewogen werden, ebenso wie die Nachteile und Gefahren, die dadurch entstehen können. Wenn Tourismus zur Belebung der Wirtschaft in peripheren Gegenden eingesetzt wird, müssen Methoden und Strategien eines sorgfältigen und überlegten Managements greifen, um die Richtung über die Entwicklung zu bestimmen und so die Kontrolle über wirtschaftliche, gesellschaftliche und natürliche Ressourcen in der Region zu behalten. (vgl. u.a. MOSE 1989, S. 13; BOYD et al. 2005, S. 279f; Bieger 2006, S. 187)

Ein Weg dafür führt über Governance, das heißt über eine partizipative Tourismusplanung, die die komplexe Struktur von Verantwortlichkeit und Kontrolle veranschaulicht. Verantwortlichkeit und Kontrolle liegen dabei bei verschiedenen Institutionen und Akteuren, die nicht unmittelbar aus der Verwaltung bzw. der Regierung stammen, sondern eher aus gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Milieus. (vgl. GOODWIN 1998 in SHARPLEY, S. 40) Dennoch sind Governance-Prozesse immer abhängig vom öffentlichen Sektor und den nationalen rechtlichen Grundlagen – ebenso wie die öffentliche Hand bei Projekten von der finanziellen Unterstützung der privaten Akteure abhängig ist. Verantwortlichkeiten zwischen öffentlichen und privatrechtlichen Akteuren sind dabei genau festzulegen. Schwierig ist es vor allem, die unterschiedlichen Ziele und Interessen der verschiedenen Gruppen, die im Governance-Prozess involviert sind, zu integrieren. Im großen Maßstab ist dies laut SHARPLEY (S. 42) kaum zu erreichen, deshalb ist nachhaltiger Tourismus in ländlichen Gebieten vor allem in kleinem Maßstab anzutreffen.

(vgl. SHARPLEY, S. 42)

Für den Alpenraum fasst HAUSER (2007a, S. 182) Regionalentwicklung so zusammen:  
*„Wollen ländliche Gebiete wirtschaftlich überleben, müssen sie sich auf ihre Ressourcen besinnen. Innovationen in der Holzindustrie, Energie- und Landwirtschaft werden immer noch unterschätzt, ebenso wie die allerwichtigsten Rohstoffe in den Alpen: die Kenntnisse der Menschen. Um sie besser zu nutzen, braucht es eine neue Zusammenarbeit Privatleuten, Wirtschaft, Behörden – und eine Politik, die sich an Nachhaltigkeit orientiert.“*

### **3.7. Nachhaltiger naturnaher Tourismus**

Eine ganzheitliche Nachhaltigkeit kann nur durch viele einzelne Maßnahmen und Projekte erreicht werden. Bemühungen dazu müssen aus allen Gruppen der relevanten Akteure kommen, damit gemeinsame Ziele entwickelt werden und eine harmonische und verträgliche Entwicklung stattfinden kann. Dem muss aber ein Bewusstmachen für die Bedeutung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung vorangehen, damit Maßnahmen und Projekte in dieser Richtung Akzeptanz finden und umgesetzt werden. Zu beachten ist dabei, dass dem Wissen um die negativen Auswirkungen des Tourismus und der Erkenntnis um die Wichtigkeit einer nachhaltigen Entwicklung in diesem Sektor nicht zwangsläufig ein entsprechendes Handeln folgen muss.

Um das weitgreifende Thema der nachhaltigen Entwicklung im Tourismus einzugrenzen, wird im Folgenden ein nachhaltiger naturnaher Tourismus im engeren Sinn im Fokus stehen, da dieser im Alpenraum und im Untersuchungsgebiet Relevanz hat. Um diesen zu konkretisieren, wird hier diese Definition vorgeschlagen:

*Ein nachhaltiger naturnaher Tourismus meint Tourismus, der in Regionen vorkommt, in denen die Natur- oder Kulturlandschaften möglichst wenig durch belastende und auffällige technisierte Entwicklungen beeinflusst sind und die touristische Entwicklung ökologisch verträglich verläuft. Für die lokale bzw. regionale Wirtschaft soll er einen Impuls bringen, der auch andere Sektoren stärkt und so die Lebensqualität für die Bevölkerung steigert. Für Touristen in Regionen, die einen nachhaltigen naturnahen Tourismus umsetzen, stehen*

*Naturerlebnisse abseits von massentouristischen Strömen im Vordergrund. Eine nachhaltige naturnahe Entwicklung im Tourismus verläuft moderat und fügt sich in die lokalen Gegebenheiten ein, ohne übermächtig zu werden.*

Ein nachhaltiger naturnaher Tourismus in engerem Sinn schließt auch Formen des Ökotourismus, des Naturtourismus, des Wildlife-Tourismus und dem ruralen Tourismus ein.

In diesem Kapitel wurden unterschiedliche Zugänge zu einem nachhaltigen Tourismus beschrieben, die laut ihrer Definition, ihrer Umsetzung oder ihrem zeitlichen Auftreten oftmals nicht scharf voneinander zu trennen sind. In Tab. 2 wird versucht, die verschiedenen Formen nach ihrem Verständnis der Nachhaltigkeit<sup>26</sup> einzuteilen und dadurch Unterschiede in ihrem Zugang und ihrer Bedeutung erkennbar zu machen.

**Tab. 2 Einordnung der besprochenen Tourismusformen und –zugänge nach Nachhaltigkeitsintensität**

Nachhaltigkeitsintensität <sup>27</sup>	keine	sehr schwach	schwach	stark	sehr stark
	<b>Zugänge</b>				holistischer Zugang
		Projekt- bzw. sektorenbezogener Zugang			
<b>Tourismusformen</b>	Massentourismus				
		nachhaltiger Tourismus			
		Naturtourismus			
		Ökotourismus			
		Wildlife Tourism			
		Tourismus, der zur Regionalentwicklung beiträgt			
			nachhaltiger naturnaher Tourismus		

(eigene Bearbeitung)

<sup>26</sup> Nachhaltigkeitsintensität, vgl. Kap. 2

<sup>27</sup> Nachhaltigkeitsintensität übernommen aus HUNTER, S. 445ff

Dabei folgt eine sehr schwache Nachhaltigkeitsintensität einem Paradigma, das Tourismus als wirtschaftliche Notwendigkeit betrachtet. Schwache Nachhaltigkeit orientiert sich an einer produktorientierten Tourismushaltung, starke hingegen an einer umweltorientierten. Eine sehr starke Intensität beruht auf dem Paradigma, dass Nachhaltigkeit im Tourismus nur erreicht werden kann, wenn dieser sich möglichst wenig ausbreitet und entwickelt.

Nachhaltiger naturnaher Tourismus wird hier einer schwachen<sup>28</sup> und einer starken<sup>29</sup> Nachhaltigkeitsposition zugeordnet. Sehr schwach wird nicht berücksichtigt, da Nachhaltigkeit in diesem Sinn sich vor allem auf ökonomische Beständigkeit konzentriert. Eine sehr starke Nachhaltigkeit hingegen lehnt eine gewinnbringende Entwicklung des Tourismus und damit die Möglichkeit für Wertschöpfung und Steigerung der Lebensqualität für die lokale Bevölkerung ab und wird daher auch ausgeschlossen.

---

<sup>28</sup> Nachhaltiger Tourismus durch produktorientierten Tourismus

<sup>29</sup> Nachhaltiger Tourismus durch umweltorientierten Tourismus

# 4. Naturnaher, nachhaltiger Tourismus im Alpenraum

Laut der Alpenkonvention umfasst der Alpenraum den gesamten Alpenbogen mit seinen Tälern und Becken zwischen dem Wienerwald im Osten und dem französischen Zentralmassiv im Westen und auch die Ausläufer nach Norden und Süden. Damit erstreckt er sich über ca. 1.200 km in der Länge und ca. 250 km in der Breite (190.912km<sup>2</sup>), woran 8 Staaten (Frankreich, Monaco, Schweiz, Liechtenstein, Österreich, Deutschland, Italien, Slowenien) bzw. ca. 6.200 Gemeinden Anteil haben. (vgl. Abb. 11) Im Alpenraum leben heute rund 13 Millionen Menschen.

Die Alpen stehen als Barriere aber auch als verbindendes Element zwischen den großen Kulturräumen Mitteleuropas und weisen nicht nur sprachlich und kulturell, sondern auch landschaftlich und biologisch eine hohe Vielfalt auf. Diese ist auch darauf zurückzuführen, dass der Mensch den Alpenraum seit Jahrhunderten bewirtschaftet und so seine Umgebung beeinflusst hat.



Abb. 11: Der Alpenbogen (Quelle: RAUMALP)

Heute ist er als Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum von großer Bedeutung im europäischen Kontext. Durch die industrielle Revolution und dem damit einhergehenden Strukturwandel galt der Alpenraum weitestgehend lange Zeit als Peripherie der Wirtschaft, neue Industrie wurde erst spät eingeführt. Mit dem Tourismus ab Ende des 19. und besonders ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde bestimmten Regionen eine neue Funktion als Ausgleichs- und Erholungsgebiet zuteil.

Die touristische Nutzung beschränkt sich nur auf einen kleinen Teil dieser Makro-Region, d.h. auf ca. 5 % seiner Fläche, weil die Entwicklung konzentriert auf wenige Gebiete und nicht flächendeckend verlief. Seit den 1980er Jahren stagniert der Tourismus im Alpenraum auf hohem Niveau, was den Konzentrationsprozess zusätzlich verstärkte. Ca. 10 % der Gemeinden im Alpenraum können als Tourismusgemeinden bezeichnet werden, welche rund 8% der Alpenbewohner beheimaten. Auch wenn Tourismus so nur rund 10% der Arbeitsplätze im gesamten Alpenraum stellt, profitiert ein wesentlich größerer Teil indirekt davon.

(vgl. CIPRA a; BÄTZING 2002, S. 175ff; AGA KHAN, S. 104)

Die Alpen dürfen aber nicht als homogene Einheit gesehen werden, denn ihre unterschiedlichen Teilräume und Raumtypen weisen nicht dieselben Bedingungen auf. Eine differenzierte Betrachtung ist bei allen Themenfeldern nötig.

Besonders deutlich wird der Gegensatz der alpinen Gebiete bei der Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung. Während in den Ballungs- und Agglomerationsräumen die Bevölkerung und damit der Druck auf Siedlungsraum und Ressourcen wächst und Nutzungskonflikte verschärft werden, werden andere Gebiete regelrecht entleert.

Touristische Aktivitäten können in abgelegenen Gebieten als Puffer dienen und Impulse für die Wirtschaft und für eine höhere Lebensqualität bringen. Doch auch die Strukturen des Alpentourismus sind unterschiedlich. So gibt es:

- Großstädte und Städte mit relevantem Tourismus
- Tourismusorte im unmittelbaren Einzugsgebiet einer Stadt (räumliche Trennung)

- Tourismusorte, die aufgrund einer langen Tourismusedwicklung zur Stadt geworden sind
- Tourismusorte am Alpenrand im Einzugsgebiet großer Wohngebiete
- Tourismusorte im ländlichen Raum
- Tourismusorte in Entsedlungsregionen

(vgl. BÄTZING 2002, S. 185)

Eine andere Unterscheidung ist nach der Entwicklung des Tourismus möglich. Zum einen entwickelten sich Tourismusorte aus dem bäuerlichen Dauersiedlungsraum heraus – das betrifft vor allem kleinere Orte (unter 5000 Einwohner) mit einer dezentralen Struktur.

Zum anderen wurden in den Alpegebieten abseits der Wohngebiete Enklaven errichtet, welche vor allem in den Westalpen (Frankreich, Italien und im Wallis/Schweiz) anzutreffen und von einer zentralen Struktur geprägt sind. (vgl. ebd., S. 186)

In den sensiblen Natur- und Kulturräumen der Alpen wirken sich Fehler in der Bewirtschaftung oder in der wirtschaftlichen Entwicklung stärker aus als in nicht-alpinen Gebieten. Voraussicht und Korrekturen sind daher besonders wichtig. Der Alpenraum ist laut CIPRA (a) gut dafür geeignet, als Modellregion für ganz Europa nachhaltige Strategien zu verfolgen, damit Lösungen für die unterschiedlichen Probleme, die hier auftreten, zu finden. *„Das Konzept der Nachhaltigkeit muss auf verschieden Ebene definiert und umgesetzt werden.“* (ebd.) Ein Leitbild für Entwicklung in diese Richtung stellt die Alpenkonvention dar.

Tourismus kann einen Beitrag zu einer nachhaltigen Gesamtentwicklung des Alpenraums liefern, wenn er es ermöglicht, dass *„die Alpen als eigenständiger und multifunktionaler Lebens- und Wirtschaftsraum in Europa erhalten bleiben bzw. dass sie darin gestärkt werden.“* (BÄTZING 2002, S. 188f) Das erfordert eine Balance zwischen den wirtschaftlichen Aktivitäten untereinander und mit der ökologischen Umwelt. Tourismus soll dabei nicht dominieren, sondern für andere wirtschaftliche Sektoren einen Anstoß geben und für ein naturverträgliches wirtschaftliches Handeln eintreten, damit Natur- und Kulturlandschaften erhalten bleiben.

Aber auch der Tourismussektor muss sich an den Kriterien der Nachhaltigkeit orientieren und seine räumlichen, kulturellen und umweltbezogenen Auswirkungen reflektieren. Dabei sind *„touristische Produktionstechniken und –strukturen so anzulegen, dass mit dem Blick auf die postmodernen Markterfordernisse die wirtschaftliche Basis der Tourismusregionen erhalten bleibt. Diese Sichtweise impliziert auch, dass die jeweiligen Soziokulturen nur bewahrt werden können, wenn sie ökonomisch fundiert sind.“* (WÖHLER, S. 276)

## **4.1. Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung in den Alpen: Die Alpenkonvention**

Die Alpenkonvention ist ein völkerrechtlich verbindliches Vertragswerk mit dem Ziel, verpflichtende, im gesamten Alpenraum gültige Grundlagen zu schaffen und ganzheitliche, integrative Strategien zu bereitzustellen, die eine umweltverträgliche Nutzung und den Erhalt der Lebensqualität im Alpenraum verfolgen und damit den Schutz der Alpen sicherstellen.

Die Alpenkonvention trat 1995 in Kraft und wurde von den acht Anrainerländern der Alpen (Frankreich, Monaco, Schweiz, Liechtenstein, Italien, Österreich, Deutschland, Slowenien) und der EU unterzeichnet.

Sie besteht aus einer allgemein gehaltenen Rahmenkonvention, welche in zwölf Durchführungsprotokollen konkretisiert wird. Acht dieser 12 Durchführungsprotokolle wurden zu folgenden Fachthemen bereits ausgearbeitet:

- *Raumplanung und nachhaltige Entwicklung*
- *Naturschutz und Landschaftspflege*
- *Berglandwirtschaft*
- *Bergwald*
- *Tourismus*
- *Energie*
- *Bodenschutz*
- *Verkehr*

Ausständig sind noch die Fachbereiche *Bevölkerung und Kultur, Luftreinhaltung, Wasserhaushalt* und *Abfallwirtschaft*. Zu den Themen *Bevölkerung und Kultur* und *Klimawandel* wurden Deklarationen verfasst. Daneben existieren zwei prozedurale Protokolle, das „*Monaco-Protokoll*“ zur Aufnahme Monacos als Vertragspartei und das Protokoll zur *Beilegung von Streitigkeiten* zwischen den Vertragsparteien.

Die Alpenkonvention wird von 16 Beobachterorganisationen überwacht, unter anderem von der CIPRA, die in der Alpenkonvention ein wichtiges Instrument für die Verfolgung einer nachhaltigen Entwicklung sowie für die Kooperation zwischen den Alpenstaaten sieht. Aus ihren Reihen kommen auch immer wieder Vorschläge für Weiterentwicklung und Umsetzung der Alpenkonvention.

(vgl. CIPRA b; NORER, S. 9ff; SIEGRIST 2002, S. 337f)

Für die Umsetzung im rechtlichen Rahmen sind die EU sowie die Vertragsparteien auf allen gebietskörperschaftlichen Ebenen verantwortlich. In Österreich betreffen die Durchführungsprotokolle meist die Landeskompetenzen (z.B. Raumordnung, Naturschutz, Bodenschutz). Für die Ausführung in konkreten Maßnahmen müssen Anreize geschaffen werden, zum Beispiel über Förderungen und Preisausschreibungen. (vgl. NORER, S. 23ff)

Die Bereiche der Alpenkonvention überschneiden sich zum Teil mit anderen gemeinschaftsrechtlichen Regelsystemen (wie NATURA 2000 oder Förderungen der EU) und zum Teil auch untereinander. (vgl. ebd., S. 29)

*„Trotz vielerlei Schwächen kann die Alpenkonvention für sich Modellcharakter beanspruchen. Mit dieser alpenweiten Vereinbarung gelingt es nach jahrzehntelangen Diskussionen erstmals, eine abgestimmte Strategie für Schutz und nachhaltige Entwicklung bei allen Alpenstaaten verbindlich zu verankern.“*  
(SIEGRIST, S. 238)

Schwachpunkte der Alpenkonvention sind vor allem darin zu sehen, dass Forderungen in vielen Punkten unverbindlich bleiben und es auch keine Sanktionen gibt, wenn die

Ziele der Alpenkonvention missachtet werden. So haben die Protokolle allenfalls Empfehlungscharakter. Durch lange Verhandlungen wurden die Protokolle stark beschnitten und man kann sie als „*Stückwerk des kleinsten gemeinsamen Nenners*“ (ebd., S. 339) bezeichnen. (vgl. ebd., S. 338f)

Das trifft auch – oder besonders – auf das Tourismusprotokoll zu, das unverbindlich bleibt und wenige Konkretisierungen liefert. Für die Probleme im Tourismus bzw. für die Beurteilung einer nachhaltigen Ausgestaltung des Tourismus gibt es wenige Lösungsansätze, dafür sollte man auf das Rahmenprotokoll bzw. auf andere Durchführungsprotokolle zurückgreifen, die sich in den Überschneidungspunkten genauer äußern.

In der RAHMENKONVENTION DER ALPENKONVENTION (Art. 2, i) wurde beschlossen, dass Maßnahmen im Bereich Freizeit und Tourismus „*mit dem Ziel, unter Einschränkung umweltschädigender Aktivitäten, die touristischen und Freizeitaktivitäten mit den ökologischen und sozialen Erfordernissen in Einklang zu bringen, insbesondere durch Festlegung von Ruhezeiten.*“ (zit. in SIEGRIST, S. 340)

Laut Tourismusprotokoll sollen Lenkungsmaßnahmen gefördert werden, wie die Erarbeitung und Umsetzung von Leitbildern und Entwicklungsprogrammen. Dabei sollen sozioökonomischen Folgen für die lokale Bevölkerung, Auswirkungen der touristischen Entwicklung auf öffentliche Finanzen, Natur und Landschaft bewertet werden. Im Protokoll Raumplanung und nachhaltige Entwicklung ist zusätzlich vorgesehen, dass die Pläne und Programme wirtschaftliche Interessen und Umweltschutz verbinden – etwa in der Erhaltung des ökologischen Gleichgewichts und der biologischen, landschaftlichen und kulturellen Vielfalt.

Bezüglich des Naturschutzes schlägt das Tourismusprotokoll die Förderung von Projekten vor, die mit Landschaft und Natur verträglich sind. Damit besteht aber zur Förderung touristischer Großprojekte, die ökologisch bedenklich sind, ein Widerspruch. Die Wettbewerbsfähigkeit eines naturnahen Tourismus soll jedoch weiter gestärkt werden. In Zusammenhang mit dem Protokoll Naturschutz und Landschaftspflege wird auch eine Stärkung des Tourismus in Schutzgebieten – wie in

Nationalparks, Naturparks oder Biosphärenreservaten – mit einer verantwortungsvollen Besucherlenkung und der Förderung der touristischen Wertschöpfungskette verbunden. Ebenfalls in diesem Protokoll verankert ist die Forderung, beeinträchtigende Maßnahmen nach sorgfältigem Abwägen nur dann vorzunehmen, wenn sie nicht zu vermeiden sind. Das betrifft auch die Neuerschließung von Tourismusregionen. Die Erholungsfunktion der naturnahen Gebiete soll ebenfalls gefördert werden, jedoch – im Sinne des Protokolls Bergwald – so, dass die Erhaltung und Erneuerung von Bergwäldern nicht gefährdet ist.

Einige weitere Forderungen des Tourismusprotokolls sind:

- Ein ausgewogenes Verhältnis schaffen zwischen intensivem Tourismus, der sich an ökologische Bedingungen anpassen soll, und extensivem Tourismus, der die endogenen Potentiale der Region aufwerten soll.
- Entwicklungsstrategien so anlegen, dass sie für das betreffende Gebieten eine ausgewogene Entwicklung im Einklang mit der Natur- und Kulturlandschaft ermöglichen.
- Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung regionale Wertschöpfungsketten stärken und das Angebot an Arbeitsplätzen durch Erwerbskombinationen ausbauen.
- Ausweisung von Ruhezeiten, in denen von einer touristischen Nutzung abzusehen ist.
- Abstimmung der touristischen Entwicklung auf die umweltspezifischen Besonderheiten und die verfügbaren Ressourcen.
- Steigerung der Qualität des touristischen Angebots mit Bedacht auf ökologische Erfordernisse (z.B. durch Innovationsanreize).
- Umweltverträgliche Politik im Beherbergungsbereich.
- Bemühen um eine bessere räumliche und zeitliche Staffelung der Touristenströme. (vgl. SIEGRIST, S. 341ff; GALLE, S. 11ff)

*„Es ist gerade der Tourismusbereich, der – wahrscheinlich mehr als andere Sektoren – geradezu prädestiniert ist, zu beweisen, dass sich Umwelt,*

*wirtschaftliche Entwicklung und Verkehr, oder sozioökonomische Faktoren nicht gegenseitig behindern oder gar ausschließen, sondern sich gegenseitig bedingen. Die Alpenkonvention bietet mit den vorhandenen Grundlagen eine wohl einmalige Plattform, um diese integrative Sichtweise auch tatsächlich zu praktizieren, denn es bleibt wohl unbestreitbar, dass man die touristische Entwicklung den Alpen anpassen muss und nicht umgekehrt.“ (GALLE, S. 14)*

Periphere und ländliche Räume in den Alpen finden in der Alpenkonvention besondere Beachtung, weil dort die Probleme durch eine negative Bevölkerungsentwicklung und durch Reduzieren der sozialen und infrastrukturellen Einrichtungen am stärksten deutlich werden. (vgl. OEAV 2012, S. 8)

## **4.2. Strategien des nachhaltigen Tourismus im Alpenraum**

Um nachhaltige Tourismusedwicklung im Alpenraum umzusetzen, bedarf es integraler Strategien, die auf verschiedenen Dimensionen aktiv sein können, z.B. Ökologie, eine regionsspezifisch vernetzte Wirtschaft, selbstbestimmte kulturelle Dynamik, Einbindung der Bevölkerung, etc. (vgl. BAUMGARTNER 2002, S. 324ff)

Da die Regionen von unterschiedlichen Entwicklungen geprägt sind und damit unterschiedliche Handlungsbedürfnisse bestehen, werden regionsspezifische Nachhaltigkeitsstrategien vorgestellt:

- *Nachhaltigkeit für zentrendominierte Regionen (Z-Regionen)*

In zentrendominierten Regionen sind kaum wirtschaftliche Probleme vorhanden, jedoch ist die soziale Struktur durch eine hohe Dynamik und Anonymität geprägt. Umweltschäden durch Überlastung der natürlichen Ressourcen können ebenfalls auftreten. Hier muss das Ziel greifen, eine alpenspezifische Agglomerationspolitik zu entwickeln, die Umweltbelastung (vor allem durch motorisierten Verkehr) und Flächenverbrauch reduziert,

Ortszentren und lokale Kultur wiederbelebt und so gegen eine Entwicklung zu reinen Schlaf- und Wohngemeinden arbeitet. Tourismus ist in Z-Regionen ein Mittel zur Diversifizierung der Wirtschaft.

- *Nachhaltigkeitsstrategie für Auspendlerregionen (P-Regionen)*

Auspendlerregionen sind meist eher wirtschaftsschwach und haben einen Mangel an Arbeitsangebot für die Bevölkerung bzw. liegen in der Nähe von wirtschaftsstarken Zentren, sodass mindestens 18% der Erwerbstätigen auspendelt. Als Probleme können das Auseinanderfallen von Wohn- und Arbeitsplatz und damit eine fehlende gemeinsame Verantwortung für Umweltbelange gesehen werden. Hier müssen Strategien greifen, die das regionale Zentrum stärken, die endogene Potentiale nutzen und Arbeitsplätze schaffen. Eine Möglichkeit für P-Regionen im Tourismus wird im Ausbau der Naherholungsfunktion gesehen.

- *Nachhaltigkeitsstrategie für ländliche oder nicht zentrendominierte Regionen (N-Regionen)*

Diese Regionen sind meist ländlich geprägt, sind eher abgelegen und haben Probleme aufgrund einer strukturschwachen Wirtschaft, machen aber den Großteil der Alpenregionen aus. Tourismus ist oft vertreten und Strategien müssen dabei ansetzen, Monokulturen in dieser Branche abzuschwächen und dezentrale Strukturen mit Möglichkeiten zur Diversifizierung ebenso wie die Identität der Region zu stärken. Umweltprogramme zur Sanierung und Vorbeugung sollen initiiert werden. Dort, wo kein wirtschaftlich relevanter Tourismus stattfindet, kann ein nichttechnisierter Tourismus mit Bezug auf die regionale Wirtschaft und Landwirtschaft verfolgt werden.

- *Nachhaltigkeitsstrategie für Entsedlungsregionen (E-Regionen)*

Entsedlungsregionen sind von wirtschaftlichem Zusammenbruch und Erstarrung der kulturellen Aktivitäten gekennzeichnet. Da das ökologische Potential in diesen Regionen meist sehr hoch ist, können diese Regionen für

den Naturschutz gut genutzt werden. Ein Aufbau neuer Strukturen mit regionalen Vernetzungen ist notwendig.

*„Ziel ist dabei nicht die Musealisierung der Vergangenheit, sondern eine lebensfähige und -werte Mischung aus traditionellen und modernen Elementen“.* (BÄTZING 2002, S. 193)

(vgl. BÄTZING 2002, S. 189ff)

Ein Patentrezept für die richtige Lösung einer nachhaltigen Entwicklung gibt es nicht und auch das Nachahmen von Best-Practice funktioniert nicht immer, da jeweils unterschiedliche Parameter berücksichtigt werden müssen.

Verschiedene Maßnahmen können gesetzt werden, zum Beispiel, um Touristenströme zu entzerren, oder Regulierungen etwa durch Förderpolitik oder Begrenzungen.

Ein Weg, Nachhaltigkeit zu implementieren, läuft über Programme, die von bestimmten Institutionen oder Organisationen eingeführt werden und den Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung anhand eines Kriteriensets überprüfen. Im Folgenden sollen einige Beispiele dafür genauer betrachtet werden, die auch in der Untersuchungsregion relevant sind:

### *Bergsteigerdörfer*



Abb. 12: Logo  
Bergsteigerdörfer (Quelle:  
SAUER, S. 3)

Das Projekt „Bergsteigerdörfer“ des Österreichischen Alpenvereins besteht seit 2008 und wird vom Österreichischen Lebensministerium und der Europäischen Union unterstützt. Mit den „Bergsteigerdörfern“ wird versucht, die Forderungen der Alpenkonvention in die Realität umzusetzen. In ihren Inhalten werden mehrere Durchführungsprotokolle berücksichtigt. (vgl. HASSLACHER 2008, S. 37f; HASSLACHER 2011, S. 7f) Ihre

Zielsetzung, ökologisch verträgliche Tourismusformen im Alpenraum zu fördern, findet sich auch im Grundsatzprogramm des Österreichischen Alpenvereins.

2012 nehmen 16 Gemeinden/Gemeindeverbände/Regionen und zahlreiche Partnerbetriebe an diesem Projekt teil. Diese müssen bestimmte Merkmale erfüllen,

um in das Programm aufgenommen zu werden. Gemeinden müssen unter anderem folgende erfüllen und per Beschluss des Gemeinderats oder Ortsausschusses angenommen werden.

Zentrale Kriterien für Bergsteigerdörfer<sup>30</sup>:

- Alpiner Landschaftscharakter (über 1.200 Höhenmeter)
- Kleinheit und Ruhe (nicht über 2.500 Einwohner, keine großen Industriebetriebe)
- Mindestqualität an touristischer Infrastruktur muss vorhanden sein (Gastronomie, Beherbergung)
- keine Großstrukturen (wie Hotelketten etc.)
- keine künstlichen Aufstiegshilfen oder Höhenstraßen zu den Gipfeln
- Alpine Schutzhütten müssen vorhanden sein
- Keine Hochleistungsverkehrswege (Autobahnen, Schnellstraßen) im Gemeindegebiet
- Erreichbarkeit über den öffentlichen Verkehr
- Ein relevanter Teil des Gebiets steht unter Natur- oder Landschaftsschutz

(vgl. OEAV 2012, S. 7)

Alpinismus trägt zur Kultur im Alpenraum wesentlich bei und über dieses Projekt wird versucht, einen neuen Weg eines naturnahen Alpentourismus im Sinne eines zukunftsfähigen Aktivurlaubs einzuschlagen. Mit dem „Bergsteigerdörfer“-Projekt versucht der OEAV abgelegene Gemeinden im ländlichen Raum zu stärken und für nachhaltige Entwicklung in ökologischen, kulturellen und wirtschaftlichen Belangen einzutreten. Der OEAV kann durch seine Struktur auf eine breite Plattform von Interessierten zugreifen, kann so die Nachfrage an dieser spezifischen Form des nachhaltigen naturnahen Tourismus generieren und Engagement in den teilnehmenden Gemeinden und Partnerbetrieben wecken.

---

<sup>30</sup> s. Anhang: Kriterien für Bergsteigerdörfer

An das Projekt ist eine umfassende Informations- und Werbeplattform angeschlossen, das Fachseminare, Broschüren, Internetauftritte, die Ortsbeschreibungen „Alpingeschichte kurz und bündig“ umfasst. (vgl. HASSLACHER 2008, S. 37f; HASSLACHER 2011, S. 7f; vgl. OEAV 2012)

Die Bergsteigerdörfer sollen dazu beitragen, dass die alpinen ländlichen Räume „als vielfältige, heterogene, eigenständige Wirtschafts-, Natur- und Kulturstandorte und Förderung integrierter Strategien, die an ihre jeweiligen Potentiale angepasst sind,“ (HASSLACHER 2010, S. 7) wahrgenommen werden.

Da das Bergsteigerdörfer-Projekt ein relativ junges Konzept ist, muss es auch die Möglichkeit geben, die Richtlinien, Kriterien und Bestimmungen nach Überprüfung in der Praxis zu ändern und anzupassen. (vgl. SCHETT/Anhang)

Diese Strategie bietet sich für Gemeinden und Regionen an, die – abseits von der Erfüllung der speziellen Kriterien – den N- oder E-Regionen zuzuordnen sind.

### *Urlaub am Bauernhof*



Abb. 13: Logo  
Urlaub am  
Bauernhof  
(Quelle: URLAUB  
AM BAUERNHOF)

„Urlaub am Bauernhof“ besteht seit 1991 in Österreich und ist in Landesvereinen organisiert. Über 2.800 bäuerliche Betriebe vertreten die Marke als Mitgliedsbetriebe. Eine bundesweite Dachorganisation übernimmt Qualitätsmanagement, Markenauftreten und werbliche Maßnahmen. (vgl. URLAUB AM BAUERNHOF)

Ca. 8% der österreichischen Bauernhöfe bieten Beherbergung an, was einem Fünftel der Beherbergungsbetriebe und einem Siebtel der Touristenbetten in Österreich entspricht. Etwa zwei Drittel dieser Betriebe liegen im alpinen Raum. (vgl. EMBACHER, S. 137)

Die bäuerliche Kultur hat in Österreich nicht nur eine kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung, ihre Aktivitäten sind auch in der Landschaftspflege und damit der Pflege einer der wichtigsten touristischen Ressourcen betraut. So ist es von besonderer Bedeutung, ihr wirtschaftliches Überleben zu sichern, idealerweise durch das Schaffen

zusätzlicher Einkommensmöglichkeiten im Betrieb. Gefördert werden so auch die regionale Wertschöpfung und der Erhalt von Arbeitsplätzen.

Die Mitgliedsbetriebe müssen je nach Angebotsform bestimmte quantifizierbare Kriterien erfüllen und werden zusätzlich nach Erlebnisqualität, Ausstattungsqualität und Servicequalität beurteilt. Dadurch kommt eine Kategorisierung der Betriebe mit zwei bis vier Blumen zustande. (vgl. URLAUB AM BAUERNHOF)

### *Schutzgebiete*

Eine weitere Möglichkeit zur Implementierung von Nachhaltigkeit im Alpenraum führt über das Schaffen von Schutzgebieten, welche die biologische Artenvielfalt, aber auch die landschaftliche Vielfalt in den Alpen bewahren soll. Zu bedenken ist dabei, dass diese als schützenswert erachteten Attribute über Jahrhunderte durch menschliche Nutzung geprägt wurden. Solche Schutzgebiete können als unterschiedlichen Schutzgebietskategorien definiert sein, als Nationalparke, Naturschutzgebiete, Naturparke, Biosphärenparke oder als UNESCO Weltnaturerbe. Der Naturschutz wird immer stärker in Zusammenhang mit der Wirtschaft gesehen, ganz nach dem Motto „schützen durch nutzen“. (vgl. HAUSER 2007b, S. 196) Unter diesem Aspekt findet der Schutzgedanke breitere Akzeptanz. Tourismus kann zu einer solchen umwelt- und sozialverträglichen Nutzung der Schutzgebiete beitragen, wenn er gewisse Voraussetzungen erfüllt, wie

- das Vorhandensein von Natur- und Kulturattraktionen.
- den Willen der politischen Vertreter zur Unterstützung einer nachhaltigen Regionalentwicklung und eines naturorientierten Tourismus.
- ein professionelles und praxiserprobtes Angebotsdesign sowie eine erfolgreiche Vermarktung der naturorientierten Tourismusprodukte.
- eine überlegte Besucherlenkung.

(vgl. HAMMER et al., S. 153ff)

HAMMER et. al (S. 155) fassen Erfolgsfaktoren für einen Tourismus in Schutzgebieten zusammen, die aber auch auf einen nachhaltigen naturnahen Tourismus umgelegt werden können. (vgl. Tab. 3)

**Tab. 3: Erfolgsfaktoren für Tourismus in Schutzgebieten (Quelle: HAMMER et al., S. 155)**

general conditions of protected area tourism	
1	adequate resources, especially financial, for the management of the protected area
2	positive attitude to the protected area and to protected area tourism on the part of the actors involved
cooperation between the actors involved	
3	genuine participation
4	regular contacts between representatives of the protected area management and local and regional tourism organisations
5	project-related cooperation between different groups of actors
6	institutionalisation of a responsible body with a broad range of different partners
7	conflict resolution through cooperation and exchange of information
8	good balance of top-down and bottom-up approaches
design of tourism services and products	
9	intact landscape
10	value for money
11	target-group oriented, close-to-nature services
12	experience orientation
13	consistent marketing strategy
14	integration of services on offer in protected area tourism into the regional tourism services chain

Schutz durch Nutzen ist vor allem in der Schutzgebietskategorie Biosphärenparke ein Thema. Biosphärenparke wurden im Rahmen des Programms „Der Mensch und die Biosphäre“ der UNESCO konzeptioniert und sollen als Modellregionen für nachhaltige Entwicklung die Bereiche Naturschutz, Bildung und Wirtschaft vereinen und drei grundlegende Funktionen erfüllen:

- Schutz
- Entwicklung durch die Förderung nachhaltiger wirtschaftlicher Regionalentwicklung
- Aufbau eines internationalen Netzwerks für Forschung, Monitoring und Ausbildung im Umweltbereich

(vgl. UNESCO a und b; HAUSER 2007b)

Um dies umzusetzen wird ein Biosphärenpark in drei Zonen eingeteilt, eine Kernzone, die die Funktion des Naturschutzes erfüllen, naturnahe Räume erhalten und menschliche Eingriffe so gering wie möglich halten soll, eine Pufferzone, in der nachhaltige Aktivitäten und Nutzungen ausgeführt werden, und eine Entwicklungszone, wo Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum der Bevölkerung aufeinandertreffen.

(vgl. UNESCO b)

### 4.3. Trends im Alpentourismus

Trends und neue Strömungen im Naturtourismus betreffen auch den Tourismus in den Alpen. Dabei müssen neue Zielgruppen ebenso berücksichtigt werden, wie neue Lebensstile, das hybride Verhalten und die unkalkulierbaren Bedürfnisse der Touristen, wie z.B. nach Orientierung oder Erlebnissen.

Zum einen ändert sich die Gästestruktur dahingehend, dass Menschen auch in höherem Alter noch reisen und dadurch andere Bedürfnisse haben, eventuell stärker Ruhe und Stille suchen.

Zum anderen läuft die Entwicklung im Tourismus stark in Richtung Wohlfühl- und Wellnessaufenthalte, was nicht im Widerspruch mit dem Naturerlebnis stehen muss. Die Kombination von hochklassiger Unterkunft, die ökologisch verträglich geführt wird, und naturverträglichen touristischen Aktivitäten erlebt ein starkes Wachstum, man spricht auch vom „Öko-Jetset“. Gemeinsam mit dem Wellness-Trend tritt auch der Trend zu kürzeren Aufenthalten auf.

Neben dem Öko-Jetset besteht auch die Strömung „Zurück zur Natur“, wo sich Touristen für kurze Zeit in ein einfaches, ursprüngliches Leben ohne Luxus und Komfort eintauchen. Im alpinen Raum ist dies zum Beispiel bei einem Urlaub am Bauernhof oder auf einer Almhütte möglich.

(vgl. HAUSER 2007a, S. 186f)

# 5. Das Villgratental

Das Villgratental liegt im politischen Bezirk Lienz und ist ein enges Seitental des Pustertals, das nördlich von Heinfels nach Norden abzweigt. Es liegt im kristallinen Schiefer des Villgrater Gebirges, manchmal auch Defregger Gruppe genannt, auf einer Höhe zwischen 1.200 und 3.000 Metern Seehöhe.

Die Gemeinden des Villgratentals Innervillgraten und Außervillgraten sind durch ihre bergbäuerliche Kulturlandschaft geprägt, die auf den bis zu 70 Grad steilen Hängen beinahe bis zu den Berggipfeln reicht. Dabei sind in höheren Lagen neben Almen in sonnenexponierten Lagen auch dauerhaft besiedelte Höfe bis 1730 Metern Seehöhe zu finden. Der Anteil der Almflächen ist im Vergleich zum gesamten Bezirk Lienz (35%) mit 45% in Außervillgraten und 50% in Innervillgraten hoch. (vgl. DRAXL, S. 144)

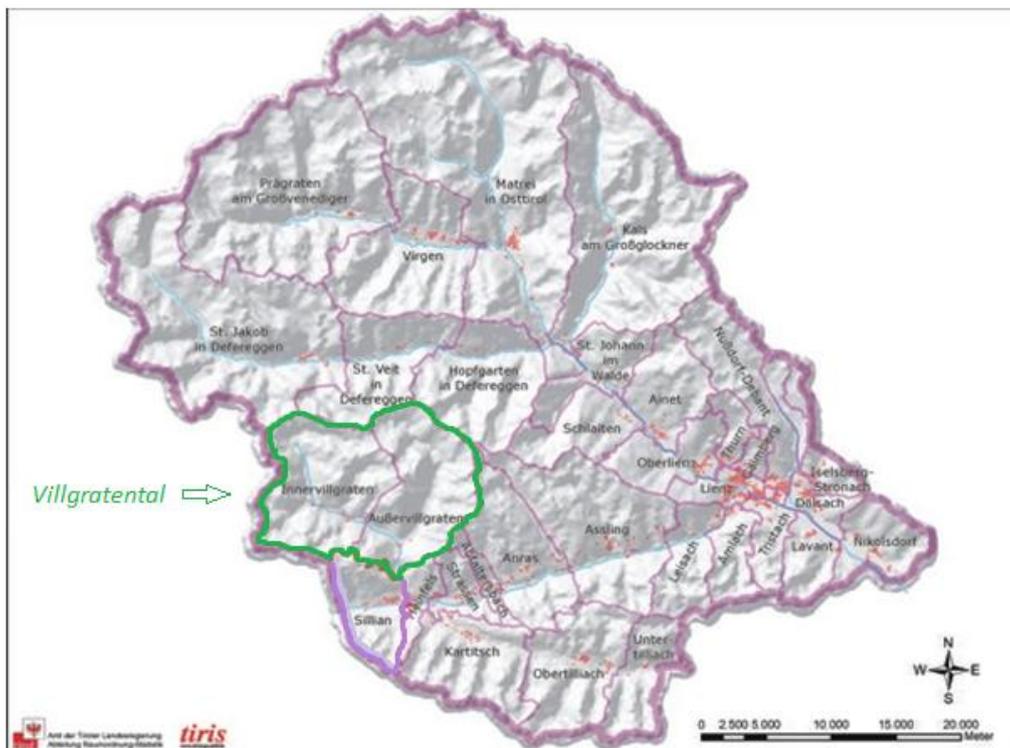


Abb. 14: Lage des Villgratentals in Osttirol (Quelle: VOLKSSCHULE SILLIAN, eigene Markierung)

Die Talschaft beheimatet ca. 1800 Einwohner, davon ca. 800 in Außervillgraten und ca. 1000 in Innervillgraten. In der Bevölkerungsentwicklung fällt auf, dass in Außervillgraten die Bevölkerung seit 2001 um ca. 170 Einwohner gesunken ist. (vgl. SAUER, S. 10)

Josef MAIR<sup>31</sup>, Bürgermeister von Außervillgraten, begründet das mit der Ausrichtung der Arbeitsbevölkerung auf die wirtschaftlich stärkeren Gemeinden im Pustertal einerseits und mit einer schwächeren Ortsgebundenheit der Gemeinden am Talanfang im Vergleich zu denen am Talschluss andererseits.

Landwirtschaft spielt im Villgratental, wenn auch oft als Nebenerwerbsquelle<sup>32</sup>, eine große Bedeutung, nicht nur für die Pflege der charakteristischen Kulturlandschaft sondern auch für die Erhaltung der Identität, da die Talschaft noch heute von bäuerlichen Strukturen geprägt ist. Auch Tradition und Brauchtum haben einen hohen Stellenwert in der Bevölkerung, was man daraus ableiten kann, dass das Tal lange abgeschieden und auch im politischen Geschehen am Rande lag und sich deshalb stärker nach innen orientierte. Die Bedeutung des Traditions- und Gemeinschaftsbewusstseins drückt sich auch in der hohen Beteiligung in Vereinen aus, die jedoch ihrerseits wieder unterschiedliche Philosophien vertreten.

Diese Verwurzelung von Natur und Kultur in der Gesellschaft führte wohl auch dazu, dass man im Villgratental seit den 1950er Jahren einen anderen Weg der touristischen Entwicklung verfolgte. Zum einen waren die topographischen Gegebenheiten für den Alpinismus – der vor allem Gipfel über 3.000 m suchte und woanders in unmittelbarer Nähe zum Villgratental auch fand – nicht günstig, zum anderen hielt man sich bei der Erschließung im Schitourismus zurück, um sich als Sommer-Erholungsdorf zu positionieren. Etwa zeitgleich wurden die Almdörfer durch das Wegenetz erschlossen und so gut erreichbar, dass der Verbleib auf der Alm über den Sommer, wie es seit dem Mittelalter von den Bauernfamilien üblich war, nicht mehr nötig war. Mit der Vermietung leer stehenden Almhütten an Touristen wurden diese Kulturgüter nicht

---

<sup>31</sup> s. Anhang: Interviews

<sup>32</sup> Ca. ein Drittel der Bauern (vgl. DRAXL, S. 144f)

nur vom Verfall geschützt und brachten den Landwirten ein zusätzliches Einkommen, sie wurden auch zu einem besonderen Charakteristikum des Villgrater Tourismus – ein Alleinstellungsmerkmal sozusagen.

(vgl. SAUER, S. 15, 25f und 75; DRAXL, S. 144f; Interviews im Anhang)

Als weiteres Alleinstellungsmerkmal hat sich der Schitourentourismus etabliert, der in den letzten Jahren stark angestiegen ist. Zwischen 2000 und 2010 konnte man ein Wachstum des Wintertourismus von 35% feststellen, was hauptsächlich auf die Etablierung der sanften Wintersportarten zurückzuführen ist. (vgl. SAUER, S. 11)

Getragen wird dieses Bild des leisen, naturverbundenen Tourismus einer Tourismusphilosophie, die 1991 im Konzept „Villgrater Tourismus 2000“ mit dem Motto „Der Weg über den Berg“ vom Tourismusverband und dem Heimatpflegeverein ausgearbeitet wurde. Darin fordert man:

*„Keine Skischaukel, keine Gastronomieburgen, [...] keine Bauern als Lift-Boys, keine gröberen Naturverwundungen“ – „stattdessen: natürliche Natur fürs Auge, in der man gehen & atmen kann, [...] auffallende Landschaftspflege der Bauern und einige Aktivitäten, die allen Grund zur Hoffnung geben, daß die jahrhundertealte bäuerliche Kultur lebendig bleiben darf.“* (zit. in SAUER, S. 98)

Man solle sich nicht krampfhaft an anderen Tourismusorten orientieren, sondern die Tourismusaktivitäten mit der Arbeit der Bergbauern koordinieren und vernetzen. Großinvestoren von außen und Großprojekte werden abgelehnt. Mit dieser Strategie sollen Menschen angesprochen werden, die Natur und Landschaft genießen wollen. (vgl. ebd., S. 98f)

## 5.1. Attraktionspunkte im Villgratental

Da sich die Ansprüche und Wünsche der naturverbundenen Touristen aber mit der Zeit ändern, war es wichtig, neue Angebote und Attraktionspunkte zu schaffen. Einige davon sollen hier vorgestellt werden:

### *Kulturwiese*

Zwischen 1992 und 1995 fand im Sommer die „Kulturwiese“ statt, ein Festival der zeitgenössischen und avantgardistischen Kunst, das Ausstellungen, Literatur und Musik miteinbezog und Gäste aus ganz Europa anlockte. Jedoch stieß dieses Kulturverständnis und die damit medial geschaffene kollektive Identität bei Teilen der traditionell orientierten Bevölkerung im Tal auf heftigen Widerstand und sogar Gewalt, sodass das Projekt wieder eingestellt wurde (vgl. KOFLER et al., S. 10ff und S. 19)

### *Haus Villgrater Natur*

Das Haus Villgrater Natur besteht seit 1991 und ist Standort der regionalen Wollverarbeitung. Dort wurde auch ein Verkaufsraum für regionale Produkte geschaffen, was auch für den Tourismus einen Mehrwert bringt.



Abb. 15: Haus Villgrater Natur (Eigenes Bild)

### *Wallfahrtskirche Maria Schnee*

Der Wallfahrtsort Kalkstein ist Ausgangspunkt vieler Wanderungen und mit der neugotischen Kirche Maria Schnee und dem Wilderergrab selbst ein Attraktionspunkt.



Abb. 16: Wallfahrtskirche Maria Schnee (Eigenes Bild)

### *Gannerhof*

Eine wichtige Anlaufstelle in der regionalen Gastronomie ist der Gannerhof, der traditionelles Flair, gehobene Küche und lokale Produkte vereint.

### *Naturdenkmal Sinkensee*

2005 wurde der das Feuchtgebiet Sinkensee mit seiner ökologischen Vielfalt zum Naturdenkmal erklärt. Dies geschah auf Initiative der Villgrater Bevölkerung. Heute ist das Gebiet mit verschiedenen traditionellen Holzzäunen vor dem weidenden Vieh geschützt.

### *„Über die Jöcher“ Themenwege*

2002 wurden im Rahmen eines INTERREG-Projekts drei kulturhistorische Themenwege geschaffen, die die alten Wirtschaftswege und Schmugglersteige vom Villgratental ins Südtiroler Gsiesertal revitalisierten. Dabei wurde den Themen „Bewirtschaftung“, „Brauchtum und Tradition“ sowie „Schmuggel“, der in der Grenzregion in früheren Zeiten rege betrieben wurde, Aufmerksamkeit geschenkt. Als Service für die Wanderer wurde in den Sommermonaten ein Wanderbus zwischen Gsies und dem Villgratental

eingerrichtet.<sup>33</sup> Daneben gibt es zahlreiche andere Wanderwege in mehreren Schwierigkeitsstufen, von denen einige mit dem „Bergwege-Gütesiegel“ ausgezeichnet wurden. (vgl. SAUER, S. 35; TVB OSTTIROL et al. o. J., S. 9)



Abb. 17: „Über die Jöcher“ Themenwege (Eigenes Bild)

### *Wegelater Säge – Venezianisches Gatter*

In Innervillgraten wurde aufgrund einer Initiative des Heimatpflegevereins die Wegelater Säge, das einzige Venezianer-Sägewerk mit Wasserkraftantrieb, restauriert und wieder betrieben. Als Industriedenkmal wurde es mit mehreren Preisen ausgezeichnet, darunter der Europa Nostra Preis. (vgl. OEAV 2012, S. 101; MÜHLMANN/Anhang)

### *Bergsteigerdörfer im Villgratental*

Das Villgratental ist mit seinen klein strukturierten Tourismusdörfern Mitglied bei den Bergsteigerdörfern<sup>34</sup> und so auch an bestimmte Regeln gebunden, zum Beispiel, dass keine Großprojekte durchgeführt werden oder künstliche Aufstiegshilfen errichtet werden.<sup>35</sup> Alois MÜHLMANN<sup>36</sup>, Obmann des Heimatpflegevereins und Wirt des Gannerhofs, begrüßt es, dass der OEAV die strengen Kriterien überprüft und bei Nichteinhaltung auch sanktioniert. Im Villgratental sieht man die Mitgliedschaft bei den Bergsteigerdörfern als Ausweis für die Positionierung in einem nachhaltigen, naturnahen Tourismus, die jedoch keine Einschränkungen mit sich bringen soll.

<sup>33</sup> Zum Nachlesen: Diesen Wegen ist das Buch „Über die Jöcher. Natur und Kultur in Gsies und Villgraten“ von A. DRAXL gewidmet.

<sup>34</sup> s. Kap. 4

<sup>35</sup> s. Anhang: Kriterien für Bergsteigerdörfer

<sup>36</sup> s. Anhang: Interviews

### *Ensemble Wurzerhof*

Der Wurzerhof ist einer der größten Selbstversorgerhöfe im Villgratental und beherbergt das Gerätemuseum, dessen Exponate der Villgrater Heimatpflegeverein zusammengetragen hat. Das Ensemble liegt im Winkeltal (Gemeinde Außervillgraten) ca. 2 km vom Dorfzentrum entfernt und besteht aus dem Hauptgebäude mit Waschküche, Werkstatt, Selche und Brotbackofen, einer Kapelle und einer Mühle. Heute ist es nicht nur Museum und Bauernhof, sondern auch ein Tourismusbetrieb, der sehr auf Individualität achtet.



**Abb. 18: Ensemble Wurzerhof (v.l.n.r.: Mühle, Kapelle, Hof, Gerätemuseum) (Eigene Bilder)**

### *Herz-Ass Villgraten*

Mit der Herz-Ass Tour ist in Kooperation mit dem Alpenverein eine über 100 km lange Route für die mehrtätige Umwanderung der Villgrater Alpen in zwei Schwierigkeitsgraden entstanden. Der Ausbau der Rahmenbedingungen für dieses Projekt ist noch im Gang. Angedacht sind Veranstaltungen zu Saisonstart bzw. – ende, die die Route bewerben und beleben sollen. Zusätzlich soll ein Mobilitätsangebot mit Ausgangs- und Zielpunkten der verschiedenen Etappen geschaffen werden, sodass die Gäste nach der Wanderung in den Betrieben vor Ort unterkommen können bzw. verköstigt werden und so die regionale Wertschöpfungskette im Tal stärken. (vgl. SCHETT/Anhang)

Die Beispiele sollen zeigen, dass zahlreiche Initiativen und Aktivitäten aus der Bevölkerung, dem Heimatpflegeverein, den Gemeinden und den Tourismusverantwortlichen zu einer Umsetzung eines nachhaltigen naturnahen Tourismus beitragen. Nur wenn ein ausgewogenes und diversifiziertes Angebot vorhanden ist, kann Tourismus längerfristig bestehen und das Interesse der Zielgruppen geweckt werden. Positiv ist hier auch zu sehen, dass die Erhaltung nicht allein auf touristischen Motiven beruht, sondern die Bevölkerung selbst am Bewahren und Schutz von traditionellen und naturräumlichen Attraktionen interessiert ist. Der frühere Leitspruch des Villgrater Tourismus „Kommen Sie zu uns, wir haben nichts“ muss heute wohl überdacht werden.

## 5.2. Fakten zum Villgrater Tourismus

Im Jahr 2008 wurden die vier Tourismusverbände in Osttirol zu einem Tourismusverband<sup>37</sup> Osttirol zusammengelegt. Für das Villgratental bedeutet das, dass es in den Gemeindestellen Tourismusinformationsbüros gibt, die im Talschaftsausschuss Tourismusinformation Villgratental zusammenarbeiten. Finanzielle Mittel für Projekte müssen beim TVB Osttirol beantragt werden, doch die sind knapp bemessen. Der TVB Osttirol übernimmt die Vermarktung der Regionen – im Falle des Villgratentals meist im Zusammenhang mit dem Hohe Tauern – und auch die Weiterbildung der Tourismustreibenden.

(vgl. BACHLECHNER/Anhang)

Im Jahr 2011 konnten im Villgratental 68.465 Nächtigungen gezählt werden. Das sind im Vergleich zum Vorjahr um 1,26% weniger. In Zusammenhang mit den 12.951 Ankünften ergibt sich eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 6,07 Tagen, auch diese Zahl ist verglichen mit dem Vorjahr etwas niedriger.

---

<sup>37</sup> = TVB

Der Großteil der Nächtigungen ist im Sommer zu verzeichnen (61,8%). Hier ist das Angebot an Wander- und Mountainbikestrecken, aber auch an Möglichkeiten zum Naturerlebnis stärker ausgeprägt – durch die Vermietung der Almhütten im Sommer stehen auch mehr Gästebetten zur Verfügung (ca. 1.288). Im Winter bringt vor allem der Schitourentourismus die 38,2% der Nächtigungen ein, dafür stehen ca. 847 Gästebetten zur Verfügung.<sup>38</sup>

Tab. 4: Nächtigungen im Villgratental für das Jahr 2011 nach Betriebsform (Angaben in %)

	Außervillgraten	Innervillgraten	Villgratental
<i>Gasthöfe</i>	38,5	45,9	42,2
<i>Ferienwohnungen/Ferienhäuser</i>	29,6	27,6	28,6
<i>Almhütten</i>	26,4	22,5	24,5
<i>Bauernhöfe</i>	2,2	1,8	2,0
<i>Privatquartiere</i>	3,3	2,3	2,8

Beim Überblick über die Nächtigungen nach Betriebsform (vgl. Tab. 7) fällt auf, dass rund ein Viertel der Nächtigungen auf Almhütten fällt. Die Nachfrage nach den Privatquartieren ist rückläufig und hält nur einen geringen Teil der Nächtigungen. Jedoch ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer dort etwas länger.  
(vgl. TVB OSTTIROL et al., 2012)

<sup>38</sup> Zahlen der Gästebetten beziehen sich auf das Jahr 2010 (SAUER, S. 10f)

### 5.3. Bedeutung des Tourismus im Villgratental<sup>39</sup>

Der Tourismus ist im Villgratental ein wichtiger, wenn auch kein dominanter Wirtschaftsfaktor. Durch Synergien mit der Landwirtschaft wird nicht nur Einkommen generiert, auch die Akzeptanz von regionalen Produkten und regionaler Kultur wird gestärkt. Ohne Tourismus würde die Attraktivität und Lebensqualität der Talschaft sinken, da durch ihn eine gewisse soziale und kulturelle Frequenz zustande kommt. Vor allem junge Menschen würden sich noch stärker an Zentren orientieren und abwandern.

Die Gefahr, dass der Tourismus im Villgratental massentouristische Züge erlangt, wird eher nicht gesehen, da es an großen Strukturen und „lauten“ Attraktionen fehlt, die ein konventioneller Massentourismus sucht. Auch das Einmischen von Großinvestoren von außen wird abgelehnt. Bei den Almhütten, wo eine hohe Nachfrage besteht, ist ein Ausbau nicht möglich, eine bessere Auslastung über das Jahr verteilt kann man sich aber vorstellen. Eine Qualitätssteigerung in den Betrieben und im Angebot wird jedoch gewünscht.

Bei den Tourismusbetrieben wird bemängelt, dass der Übergang zu einem professionellen Tourismussektor nicht geglückt ist. Ansatzpunkte für Verbesserungen bestehen unter anderem im Webauftritt der Betriebe, der wichtig geworden ist, um als Tourismusbetrieb wahrgenommen zu werden.

*„Mit einer Professionalisierung ändert sich auch etwas in der Einstellung [...] sodass man erkennt, dass wir hier ein einzigartiges Kleinod haben, das man auch so erhalten muss, wie es ist – und damit haben wir gute Chancen in einem vernünftigen Tourismus.“ (SCHETT/Anhang)*

---

<sup>39</sup> Die Aussagen in diesem Kapitel stützen sich auf die Interviews mit den Tourismusexperten aus dem Villgratental (s. Anhang)

Die Qualitätssteigerung im Angebot müsse darin bestehen, dass die Basis des Tourismus behutsam ausgebaut und Wertschöpfung für die Region geschaffen wird. In den letzten Jahren wurde das Wegenetz für Wanderer, Radfahrer, Schitouren, Langläufer und Schneeschuhwanderer ausgebaut.

Die Naturbezogenheit des Tourismus wird als Chance gesehen, damit auch kleine und wenig ausgebaute Regionen eine Gelegenheit im Tourismus haben. Dafür müssen seitens der Gemeinde und des Tourismusverbands die Rahmenbedingungen für eine Aufbruchsstimmung geschaffen werden.

Es bleibt jedoch abzuwarten, wie sich die Nachfrage nach einem naturnahen nachhaltigen Tourismus entwickeln wird – ob der Trend zu Stille und Naturverbundenheit weiter ausgebaut werden kann, oder ob ein stärker erlebnis- und actionorientiertes Programm notwendig sein wird.

(vgl. BACHLECHNER, MAIR, MÜHLMANN, SCHETT/Anhang)

### *Verbesserungen und Vorschläge für die Zukunft im Villgrater Tourismus*

#### *Qualität der Beherbergungsbetriebe steigern*

In Innervillgraten wird im Ortszentrum ein Tourismusbetrieb mit Wellnessausrichtung und 80 Betten geplant. Da dies von einem Einheimischen durchgeführt wird, der bereits Tourismusbetriebe führt, wird dies nicht im Widerspruch zum Tourismusleitbild gesehen. Der Standort (beim alten Zollhaus) ist jedoch in der Bevölkerung umstritten.

#### *Bessere Auslastung der Almhütten*

Durch bessere Isolierung und Anpassung an kühlere Temperaturen könnten die beliebten Almhütten auch in der Vor- und Nachsaison des Wandertourismus vermietet werden.

### *Verbesserung des Schitourenangebots*

zur Stärkung des gefragten Nachfragesegments. Erste Schritte wurden mit der Erstellung eines Schitourenführers getätigt.

### *Mehr bewirtschaftete Almen*

um den Bergtourismus attraktiver zu machen, im Sommer- wie im Wintertourismus. Neben einer zusätzlichen Erwerbsquelle bieten sich bewirtschaftete Almen als Ausflugsziele und Treffpunkte an und bieten eine Möglichkeit, die Besucherströme sanft zu lenken.

### *Professionellere Kommunikation der Betriebe nach außen*

vor allem bei im Webauftritt. Vor allem in einem kleinstrukturierten Tourismus ist ein moderner, authentischer Auftritt nötig, um von potentiellen Zielgruppen wahrgenommen zu werden. Dabei wäre es auch möglich, einen optisch einheitlichen Auftritt (im Sinne der Wiedererkennung) anzustreben, bzw. die bestehende Plattform der Tourismusinformation zu modernisieren.

### *Weiterhin Förderung und Stärkung der regionalen Wertschöpfungsketten*

Dabei ist die Vernetzung von touristischen Leistungen und der Landwirtschaft von großer Bedeutung (z.B. Lebensmittelerzeugung, Beherbergung, „Attraktion“ traditionelle Landwirtschaft), ebenso wie mit dem lokalen Handwerk, das Tradition mit modernen Elementen verbindet. Die Erwerbskombinationen sollen nicht nur Einkommen und Arbeitsplätze schaffen, sondern auch für eine nachhaltige Entwicklung fördern.

### *Biosphärenpark Villgratental*

Ein Biosphärenpark ist ein mögliches Szenario für die Zukunft im Villgratental. In Kooperation mit dem Alpenverein, dem Umweltdachverband und dem Landwirtschaftsministerium wurde ein Konzept dafür erarbeitet, jedoch wären momentan die Rahmenbedingungen für eine ernsthafte Diskussion darüber nicht ideal. Sollten sich diese ändern, könnte man über die Umsetzung eines Biosphärenparks nachdenken.

(vgl. BACHLECHNER, MAIR, MÜHLMANN, SCHETT/Anhang)

# 6. Empirischer Teil

---

## 6.1. Methode

Für die Untersuchung der Forschungsfragen wurde ein standardisierter Fragebogen ausgearbeitet, der schriftlich zu beantworten war. Die Endfassung des Fragebogens wurde unter Berücksichtigung der Pretests erstellt, die mit einer Fachkraft aus der Marktforschung und drei Personen mit Fachwissen aus dem kleinstrukturierten Tourismus durchgeführt wurden.<sup>40</sup>

Als Probanden dafür wurden Tourismustreibende im Villgratental gewählt, die Gastronomie und/oder Beherbergung bieten. Dabei ergibt sich eine Grundgesamtheit von 108 Anbietern, die per Postsendung den Fragebogen zugestellt bekamen. Die schriftliche Umfrage an die Tourismustreibenden im Villgratental hatte einen Rücklauf von 21,3%, was 23 Betrieben entspricht.

Das vorliegende Material entspricht nicht der Verteilung der Anbieterform der Grundgesamtheit. Der Rücklauf bei den Vermietern von Almhütten und Ferienhäusern fiel verhältnismäßig gering aus, bei den Privatzimmervermietern wurde ein relativ hoher Rücklauf erzielt. So sind verschiedene Anbieter vertreten, sodass sich eine Tendenz ableiten lässt. Bei den vorliegenden Fragebögen ist jedoch zu beachten, dass bei stärkerer Identifikation oder stärkerer persönlicher Auseinandersetzung mit dem Thema der Nachhaltigkeit bzw. nachhaltiger Tourismus eine höhere Bereitschaft zur Rücksendung gegeben war.

Davon waren neun Privatzimmervermieter, zwei befragte Betriebe waren Pensionen oder Gasthäuser, und elf Vermieter von Appartements, Ferienhäusern oder Almhütten.

Betrachtet man deren Betten- und Mitarbeiteranzahl, so lässt sich eine Kleinst- und Kleinstruktur beim überwiegenden Teil der Befragten feststellen. 17 der Befragten haben einen bzw. zwei Mitarbeiter, zwei haben fünf und mehr. Zwei der Betriebe

---

<sup>40</sup> Als theoretischer Hintergrund für die Erstellung des Fragebogens wurde PROST (2011) herangezogen.

verfügen über 20 und mehr Betten, sieben über neun bis 15, zwölf über fünf bis acht und zwei über zwei bis vier.

Nach einer Durchsicht des Rohmaterials wurden die offenen Antworten kategorisiert und als Antwortmöglichkeiten im Datensatz berücksichtigt. So wurden bei Frage 2a , welche regionalen Produkte bei der Verpflegung der Gäste verwendet werden, die Antworten in die Kategorien *Milchprodukte*, *Obstprodukte* (Marmelade, Schnaps etc.), *Brot*, und *tierische Produkte* (Eier, Fleisch, Honig etc.) eingeteilt.

Frage 5 nach dem Informationsverhalten gegenüber den Mitarbeitern wurde um die Kategorie *keine Mitarbeiter* erweitert, die Frage 11, in welche Kooperationen der Betrieb eingebunden sei, um die Kategorie *Partnerbetrieb der Bergsteigerdörfer*.<sup>41</sup>

## 6.2. Überprüfung der Forschungsfragen und Hypothesen

In der Erstellung der Fragen wurde auf folgende Forschungsfragen und Hypothesen Bezug genommen:

- *Welches Nachhaltigkeitsverständnis haben die Befragten?*  
Als Hypothese wird angenommen, dass Nachhaltigkeit ausschließlich mit ökologisch verträglichen Attributen assoziiert wird.
- *Wirkt sich die Betriebsgröße auf die Umsetzung einer nachhaltigen Betriebsführung aus?*  
Die Hypothese besagt, dass kleinere Betriebe stärker dazu neigen, Nachhaltigkeit in der Praxis zu implementieren als größere Betriebe.
- *Wie wird Nachhaltigkeit im Tourismus in den Villgrater Tourismusbetrieben kommuniziert?*
- *Wie schätzen die Villgrater Tourismusbetriebe die Zukunft ihres Betriebs bezüglich Weiterbestehen und Ausbau in Qualität und Größe ein?*
- *Wie bewerten die Villgrater Tourismustreibenden den Tourismus im Villgratental?*

---

<sup>41</sup> Fragebogen s. Anhang

### Welches Nachhaltigkeitsverständnis haben die Befragten?

Um dem nachzugehen, wurden verschiedene Attribute, die allgemein mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht werden, aufgelistet und die Probanden waren aufgefordert, die Stärke ihrer Assoziation mit dem Thema Nachhaltigkeit zu bewerten. Den stärksten Bezug gab es bei den Attributen *umweltfreundlich*, *Schutz der Natur* und *Sicherung der Lebensqualität*, die zu 100% mit hohem oder sehr hohem Bezug gewertet wurden. Ein geringer Bezug ist bei den Attributen *modern* (26,1%), *sanft* (17,4%) und *Einbindung in die Gesellschaft* (17,4%) zu sehen. (vgl. Abb. 19)

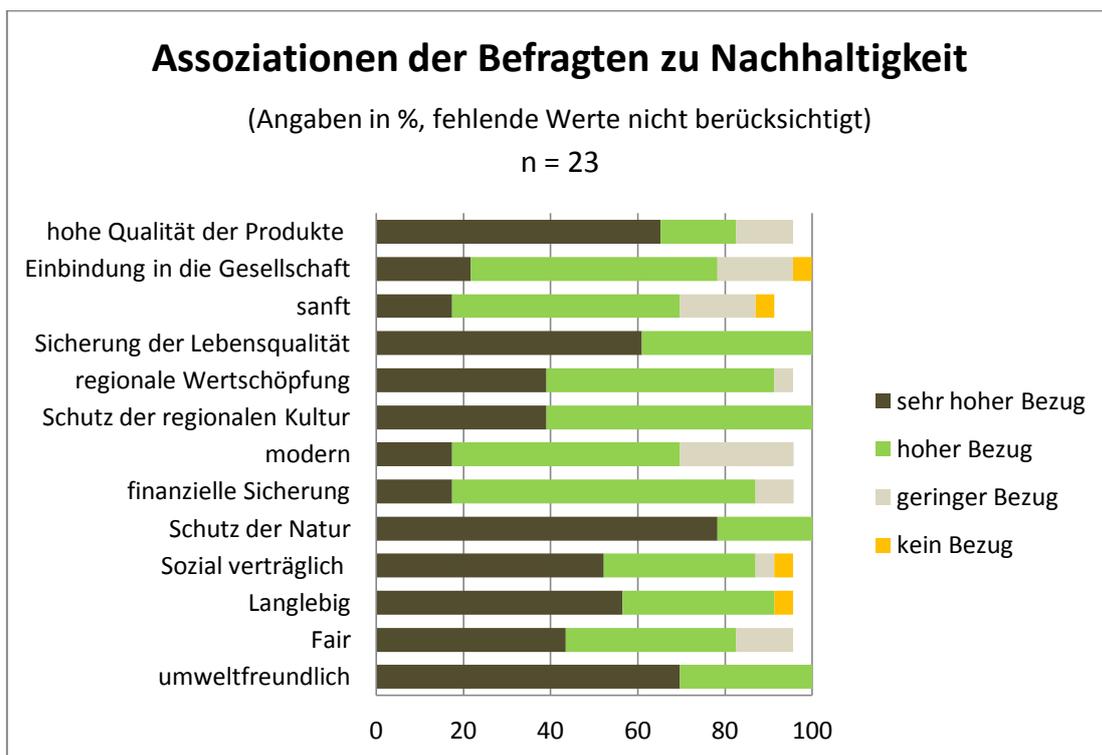


Abb. 19: Assoziationen der Befragten zu Nachhaltigkeit (Eigene Bearbeitung)

Man kann somit feststellen, dass das Verständnis von Nachhaltigkeit in ökologischer, sozialer und der wirtschaftlicher Sicht vorhanden ist. Die Hypothese, dass nachhaltig ausschließlich mit ökologisch verträglich assoziiert wird, kann damit verworfen werden.

Das ausgewogene Verständnis des heute fast schon inflationär gebrauchten Begriffs deutet darauf hin, dass die Kommunikation und Diskussion des Begriffs auch seitens

der Tourismusverantwortlichen mit Bedacht dieser drei Dimensionen durchgeführt wurde.

### *Wirkt sich die Betriebsgröße auf die Umsetzung einer nachhaltigen Betriebsführung aus?*

Um die *nachhaltige Betriebsführung* bestimmen zu können, wurden die Fragen 2, 3 und 4 herangezogen. Jede angekreuzte Maßnahme wurde mit einem Punkt bewertet und folgende Kategorien der nachhaltigen Betriebsführung aufgestellt:

0-2 Punkte	kaum Nachhaltigkeitspraxis	→ 13% der Befragten
3-5 Punkte	mäßige Nachhaltigkeitspraxis	→ 17,4% der Befragten
6-10 Punkte	hohe Nachhaltigkeitspraxis	→ 60,9% der Befragten
11-16 Punkte	sehr hohe Nachhaltigkeitspraxis	→ 8,7% der Befragten

Der überwiegende Teil der Befragten setzt Maßnahmen im Betrieb ein, die die nachhaltige Entwicklung fördern. Ca. 70% der Befragten sogar in hohem oder sehr hohem Ausmaß, was als Indikator für eine allgemein hohe nachhaltige Gesinnung gewertet werden kann.

Eine Korrelation nach Pearson mit den Indikatoren der Betriebsgröße (Zahl der Mitarbeiter und Gästebetten) ergab folgendes Ergebnis<sup>42</sup>:

- Korrelation „Mitarbeiteranzahl – nachhaltige Betriebsführung“ von -0,087 bei einer Signifikanz von 0,69 → keine Korrelation
- Korrelation „Gästebettenanzahl – nachhaltige Betriebsführung“ von 0,296 bei einer Signifikanz von 0,171 → schwache Korrelation, jedoch nicht signifikant

Somit muss die aufgestellte Hypothese, dass eine kleinere Betriebe stärker dazu tendieren, nachhaltige Praxis umzusetzen, falsifiziert werden: Wie viele nachhaltige Maßnahmen in einem Tourismusbetrieb umgesetzt werden, ist nicht abhängig von der Betriebsgröße.

---

<sup>42</sup> Die Ordinaldaten wurden gemäß der Intensität mit aufsteigenden Zahlen beziffert, sodass sie in der Korrelation wie metrische Werte herangezogen werden konnten.

Im Zusammenhang mit dem hohen Umsetzungsindex kann geschlossen werden, dass nachhaltige Betriebsführung in allen Betriebsgrößen zu finden ist und aus Überzeugung stattfindet. Es muss hier jedoch erwähnt werden, dass die Betriebe im Tal durchgehend kleiner strukturiert sind (Maximale Bettenanzahl 21, maximale Mitarbeiteranzahl 6) und die Betriebsgröße nur gering variiert.

### *Wie wird Nachhaltigkeit im Tourismus in den Villgrater Tourismusbetrieben kommuniziert?*

Die Tourismusbetriebe sind wichtige Kommunikatoren des Themas Nachhaltigkeit im Tourismus für Gäste und Mitarbeiter.

Bei der Auswertung der Daten fällt zuerst auf, dass eher wenige Betriebe ihre Mitarbeiter explizit bzw. bewusst über *eine umweltfreundliche Betriebsführung, ein naturnahes Tourismusangebot oder die örtliche Tourismusstrategie* informieren. Schließt man aber die Betriebe ohne Mitarbeiter aus, sind es 30,8% der befragten Betriebe, die mit ihren Mitarbeitern über Nachhaltigkeit im Tourismus kommunizieren. Die Information über das Nachhaltigkeitskonzept oder Initiativen im Bereich der Nachhaltigkeit erfolgt überwiegend im Gespräch (bei ca. zwei Dritteln der Betriebe). Auch Broschüren sind für zirka die Hälfte der Betriebe eine Maßnahme zur Gästeinformation zu diesem Thema. Rund ein Drittel der Betriebe betreibt eine eigene Webseite, jedoch werden dort eher selten – bei ca. einem Viertel der Webseiten – Themen der Nachhaltigkeit erwähnt.

**Tab. 5: Information der Gäste über Nachhaltigkeit im Tourismus (Eigene Bearbeitung)**

	ges.	<b>Gespräch</b>	<b>Broschüren</b>	<b>Leitfäden</b>	<b>Homepage</b>
<i>Privatzimmervermietung</i>	9	8	5	2	1
<i>Pension/Gasthof</i>	2	2	0	0	0
<i>Vermietung</i>					
<i>Appartement/Almhütten</i>	11	6	8	3	1

Da sich das Villgratental als Destination für nachhaltige Entwicklung im Zusammenhang mit dem Tourismus positioniert, muss dies auch in der Kommunikation nach außen ein Thema sein – nicht nur bei der Tourismuskoordination durch Informationsbüros und Verbände, sondern auch bei den Betrieben selbst. Damit bietet sich den Gästen, die ihre Informationen zum Urlaubsort überwiegend aus dem Internet beziehen – also einem ständig wachsendem Segment – eine einheitliche Richtung, was den Eindruck vermittelt, dass nachhaltiger Tourismus auch umgesetzt und gelebt wird und keine leere Marketinghülle ist.

### *Zukunft des Tourismus im Villgratental*

Die Tourismustreibenden wurden gebeten, einige Einschätzungen für die Zukunft ihres Betriebes vorzunehmen. (vgl. Abb. 20) Dabei wurden folgende Parameter abgefragt:

- Wunsch nach Qualitätssteigerung  
*„Ich würde gerne die Qualität des Betriebs anheben“*
- Wunsch nach Betriebsvergrößerung  
*„Ich würde mir wünschen, den Betrieb zu vergrößern.“*
- Weiterbestehen des Betriebs in 10 Jahren, wenn sich die Nachfragebedingungen nicht ändern.  
*„Wenn sich die Nachfrage und meine Lebenssituation nicht ändern, wird mein Betrieb in 10 Jahren in dieser Form noch existieren.“*

56,52% der befragten Betriebe geben an, dass sie in den nächsten 10 Jahren weiterbestehen werden, während 21,74% angeben, dass der Betrieb in seiner heutigen Form nicht mehr bestehen wird. Es wird die Hypothese aufgestellt, dass vor allem Privatzimmervermietung zurückgehen wird, da die Betreiber in Ruhestand gehen und dadurch die Vermietung aufgegeben wird. Auch die Nachfrage nach dieser Unterkunftsform geht zurück. So gibt ein Drittel der befragten Privatzimmervermieter an, dass der Betrieb verändert oder aufgegeben wird. So sieht man diese Hypothese durchaus bestätigt. Die befragten Betreiber von Pensionen/Gasthäusern (100%) und

Vermieter von Ferienhäusern/Almhütten etc. (54,54%) schätzen überwiegend, dass ihr Betrieb weiterhin bestehen wird.

Tendenzen des Ausbaus im Beherbergungsbetrieb sind eher nicht gegeben. 56,52% planen keine Vergrößerung, für 17,4% ist dies jedoch eine Option. Privatzimmervermieter haben keinen Wunsch nach Ausdehnung, was vermutlich mit dem Platzangebot zusammenhängt. Immerhin 27,3% der Vermieter von Ferienhäuser/Almhütten etc. würde sich eine Vergrößerung wünschen.

Der Wunsch nach Qualitätssteigerung der Tourismusbetriebe ist durchaus vorhanden, ca. 60,87% geben einen solchen an. Davon sind zwei Drittel der befragten Privatzimmervermieter, alle Gasthäuser/Pensionen und über die Hälfte (54,54%) der Vermieter von Almhütten und Ferienhäusern betroffen. Der Bedarf an einer Steigerung der betrieblichen Qualität wird durchaus wahrgenommen, eine Umsetzung hängt aber natürlich von vielen anderen Faktoren ab.

### *Zufriedenheit der Tourismustreibenden im Villgratental*

Es wurde direkt nach der Zufriedenheit der Tourismustreibenden mit dem Villgrater Tourismus gefragt (*„Ich bin mit der Art von Tourismus, wie sie im Villgratental zu finden ist, zufrieden.“*). Dabei 56,52% der Befragten an, dass sie mit dem Tourismus durchaus zufrieden sind, während 30,43% eher nicht bzw. nicht zufrieden sind. Dabei ist auffällig, dass die befragten gewerblichen Tourismusbetriebe (Gasthöfe/Pensionen) eher nicht bzw. nicht zufrieden sind. Ein Grund dieser negativen Tendenz lässt sich in diesem Rahmen nicht feststellen.

Mit der Einschätzung zur Aussage *„Ich fühle mich bei der Planung der zukünftigen Entwicklung des Tourismus im Villgratental eingebunden“* soll das Gefühl der Partizipation eruiert werden. Dabei geben 34,8% der Befragten an, sie fühlten sich eher schon in die Planung eingebunden – 56,52% geben an, sich nicht bzw. eher nicht in die Planung eingebunden zu fühlen. Bei Gasthäusern/Pensionen (50%) und Vermietern von Ferienhäusern etc. (45,45%) sind die Haltungen dazu ausgeglichen,

Privatvermieter geben zu zwei Dritteln an, sich nicht eingebunden zu fühlen. Der Wunsch nach Partizipation wurde in der Befragung nicht berücksichtigt, jedoch könnte man aus diesen Zufriedenheitsparametern ableiten, dass bezüglich der Akzeptanz des Tourismusleitbildes und seiner Umsetzung weiterhin Handlungsbedarf besteht.

(vgl. Abb. 20)

### *Zusätzliches Angebot*

Zur Aussage *„Ich würde mir ein größeres kulturelles Angebot für Einheimische und Gäste in der Nähe wünschen“* stimmen 73,9% der Befragten zu, was einen Bedarf aufzeigt. In welche Richtung dieser besteht, ist jedoch an anderer Stelle abzuklären.

Weiters wurde die Aussage *„Im Villgratental sollten mehr Geschäfte für Nahversorgung und regionale Produkte sein“* zur Bewertung vorgelegt. Dabei befürworteten 47,8% diese Aussage, 26,1% stimmen dem nicht bzw. eher nicht zu. Eine Ablehnung der Aussage ist eventuell darauf zurückzuführen, dass sich zusätzliche Anbieter negativ auf Ab-Hof-Verkäufe oder Gasthausbesuche auswirken, bzw. darauf, dass das vorhandene Angebot ohnehin als ausreichend bewertet wird.

(vgl. Abb. 20)

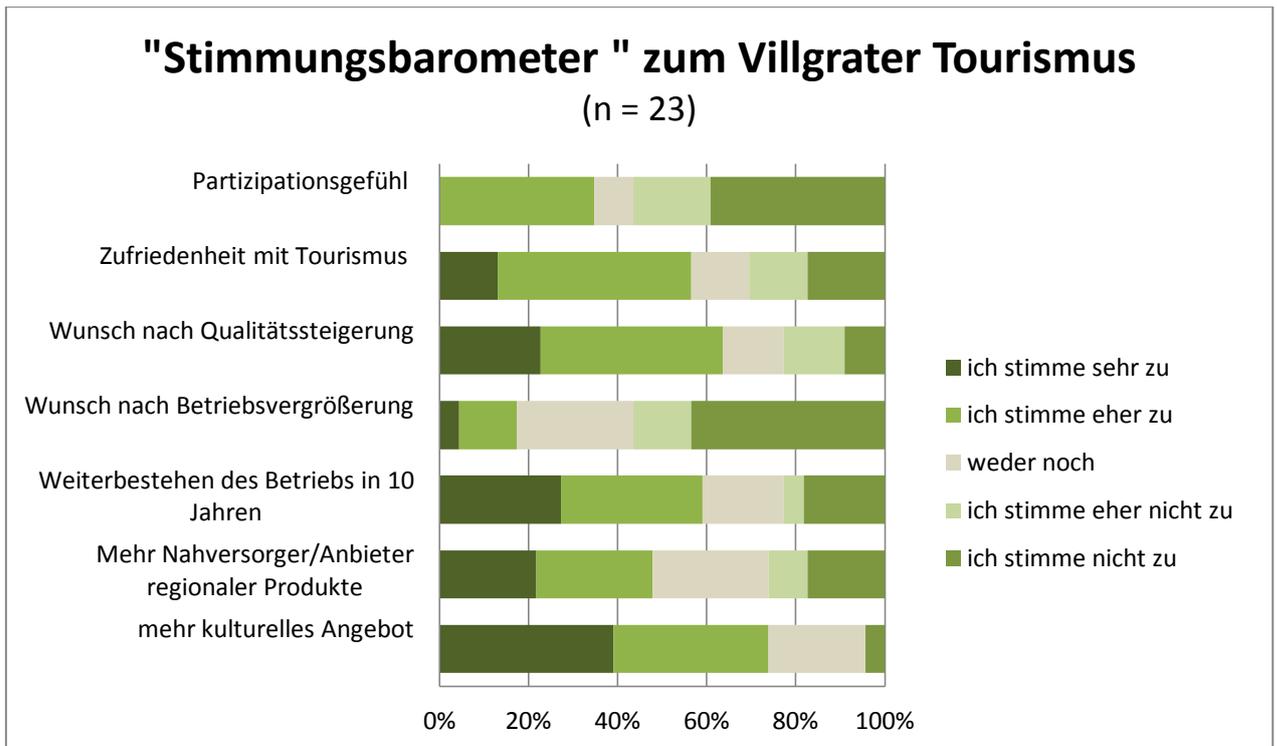


Abb. 20: "Stimmungsbarometer " zum Villgrater Tourismus (Eigene Bearbeitung)

## 7. Fazit

Nachhaltigkeit spielt gerade im Alpentourismus eine große Rolle, da wirtschaftliche Tätigkeit und gesellschaftliche Phänomene in dieser ökologisch sensiblen Zone aufeinandertreffen und stärkere Auswirkungen aufweisen als im nicht-alpinen Raum. Besonders sichtbar werden diese in Gebieten, in denen sich im letzten Jahrhundert Massentourismus ausgebreitet hat und sich neben der Degradierung der Landschaft auch soziale Probleme bemerkbar machten, die durch die monostrukturelle Abhängigkeit der Wirtschaft vom Tourismus ausgelöst wurden. Im internationalen Tourismuskurs wurde die Forderung nach einer alternativen Reiseform und einer neuen Tourismusgesinnung laut, die sich im nachhaltigen Tourismus manifestiert haben zu scheitert, der wie folgt definiert wird:

*"Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities" (vgl. UNWTO b)*

Dabei ist Nachhaltigkeit ein dehnbares Konzept und lässt sich nicht nur auf Tourismus, sondern auch auf viele andere Lebens- und Wirtschaftsbereiche anwenden. Der Begriff ist daher heute auch im Marketing sehr beliebt, was aber dazu führt, dass die Grundbedeutung des Konzepts verwaschen wird, man spricht auch von „green-washing“. Dieses Problem betrifft auch den nachhaltigen Tourismus, der sich längst nicht mehr nur auf alternative Tourismusformen bezieht. Auch massentouristisch orientierte Betriebe und Destinationen setzen auf nachhaltige Praxis.

Im Alpenraum ist nachhaltiger Tourismus meist mit naturorientierten Tourismusformen verbunden. Daher wurde in dieser Arbeit versucht, eine Eingrenzung zu einem nachhaltigen naturnahen Tourismus vorzunehmen:

*Ein nachhaltiger naturnaher Tourismus meint Tourismus, der in Regionen vorkommt, in denen die Natur- oder Kulturlandschaften möglichst wenig durch belastende und auffällige technisierte Entwicklungen beeinflusst sind und die touristische Entwicklung ökologisch verträglich verläuft. Für die lokale bzw. regionale Wirtschaft soll er einen Impuls bringen, der auch andere Sektoren stärkt und so die Lebensqualität für die Bevölkerung steigert. Für Touristen in Regionen, die einen nachhaltigen naturnahen Tourismus umsetzen, stehen Naturerlebnisse abseits von massentouristischen Strömen im Vordergrund. Eine nachhaltige naturnahe Entwicklung im Tourismus verläuft moderat und fügt sich in die lokalen Gegebenheiten ein, ohne übermächtig zu werden.*

Eine besondere Bedeutung ist dabei zum einen der regionalen Wertschöpfung aus dem Tourismus zuzuschreiben und zum anderen dem Schutz und Erhalt von natur- und kulturräumlichen Besonderheiten. Tourismus kann nur als ein Rädchen in der

nachhaltigen Gesamtentwicklung des Alpenraums sein, welche sich aus zahlreichen Strategien, Maßnahmen und Umsetzungsbeispielen ergibt.

Im Untersuchungsgebiet dieser Arbeit, dem Osttiroler Villgratental, setzte man bei der touristischen Entwicklung von Anfang an auf Erholung in einem nicht-technisierten, von der Kulturlandschaft geprägten Umfeld. Was lange Zeit als rückständig belächelt wurde – dass keine Lifte und großstrukturierte Hotellerie dort zu finden sind – entwickelt sich immer stärker zu einem Vorteil der Talschaft. Aus „Kommen Sie zu uns, wir haben nichts“ wurden Schlagzeilen wie „Ein Tal mit Weitblick“ oder „Das Tal der Stille“ und ist nicht nur im Sommer für erholungssuchende Wanderer, sondern auch immer mehr für ein winterliches Naturerlebnis, besonders im Rahmen einer Schitour, ein beliebtes Ziel.

Mit dem Trend des Schitourengehens wird der Tourismus im Winter stark belebt und regt zu Maßnahmen an, die Tourismusentwicklung weiterhin in natur- und sozialverträglichen Bahnen zu lenken. Neben verschiedenen Maßnahmen und Projekten des örtlichen Tourismusausschusses, dem Heimatpflegeverein und anderen lokalen Initiatoren, werden Strategien zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung, die von NGOs, Landesverbänden oder Bundesstellen entwickelt wurden, angewendet. Im Villgratental sind dabei die „Bergsteigerdörfer“ des Österreichischen Alpenvereins, oder die Initiative „Urlaub am Bauernhof“ zu nennen. Auch Gütesiegel, die die Qualität von Betrieben und Initiativen bewerten, kommen zum Tragen.

Um sich weiterhin im nachhaltigen naturnahen Tourismus behaupten zu können, ist ein Ausbau der Qualität, vor allem bei den Tourismusbetrieben nötig – auch weil man so ein anspruchsvolles Gästesegment ansprechen kann, das ursprüngliches Naturerlebnis mit hohem Komfort verbindet (Öko-Jetset<sup>43</sup>). Ein größerer Betrieb (ca. 80 Betten) mit einer solchen Ausrichtung ist in Innervillgraten im Ortszentrum von einem Einheimischen geplant. Es bleibt abzuwarten, welche Auswirkungen dieser Betrieb auf die Kleinstrukturiertheit des Tourismus im Tal bzw. die Gästestruktur haben wird.

---

<sup>43</sup> vgl. HAUSER 2007a, S. 186f

Neben der Steigerung der Qualität im abgeleiteten Tourismusangebot besteht Handlungsbedarf bei der Kommunikation der nachhaltigen Praxis über die Betriebe. Die Vernetzung von Landwirtschaft, Tourismus und lokalem Handwerk wird als sehr gelungen bewertet. Man ist sich im Villgratental aber durchaus bewusst, dass ein nachhaltiger Tourismus und eine regionale Wertschöpfung daraus nur zustande kommen, wenn eine bestimmte Zahl an Touristen angesprochen werden kann. *„Der Grundgedanke sollte ja sein, dass dort, wo produziert wird, auch die Produkte verwendet, konsumiert und weiterverarbeitet werden, und natürlich braucht es dazu ein großes Potential an Gästen und Leuten.“* (MAIR/Anhang)

Nachhaltiger naturnaher Tourismus muss neben dem Bewusstsein für natur- und sozialverträgliches Verhalten auch einen Beitrag in der regionalen Wirtschaft liefern. Neben Erhalt und Schutz von identitätsstiftenden Elementen soll er aber auch eine Weiterentwicklung der Tourismusdestinationen ermöglichen, eine Modernisierung, die aus den eigenen Wurzeln kommt und trotzdem die gesamtgesellschaftliche Entwicklung reflektiert. Das Finden eines eigenen, unverkennbaren Weges ist nicht nur für den Tourismus eine Stärkung.

## 8. Literaturverzeichnis

---

ACOTT, T.; LA TROBE, H.; HOWARD, S. (2008): An Evaluation of Deep Ecotourism and Shallow Ecotourism. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 462–480.

AGA KHAN, S. (1994): Tourism and a European Strategy for the Alpine Environment. In: E. CATER und G. LOWMAN (Hg.): Ecotourism. A Sustainable Option? Chichester; New York; Brisbane; Toronto; Singapore: Wiley, S. 103–110.

ARBEITSGRUPPE ÖKOTOURISMUS (1995): Ökotourismus als Instrument des Naturschutzes? Möglichkeiten zur Erhöhung der Attraktivität von Naturschutzvorhaben. Forschungsbericht des BMZ, Bd. 116, Köln: Weltforum Verlag.

BACHLEITNER, R.; PENZ, O. (2000): Massentourismus und sozialer Wandel. Tourismuseffekte und Tourismusfolgen in Alpenregionen. *Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, Bd. 10*. München, Wien: Profil Verlag

BALLANTYNE, R.; PACKER, J.; HUGHES, K. (2008): Tourists' Support for Conservation Messages and Sustainable Management Practices in Wildlife Tourism Experiences. *Tourism Management* 30, S. 658-664.

BALLANTYNE, R.; PACKER, J.; FALK, J. (2010): Visitor's Learning for Environmental sustainability: Testing Short- and Long-Term Impacts of Wildlife Tourism Experiences Using Structural Equation Modelling. *Tourism Management* 32, S. 1243-1252.

BÄTZING, W. (1997): Weitwanderweg Grande Traversata delle Alpi. In: L. ELLENBERG, M. SCHOLZ und B. BEIER (Hg.): Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie. Heidelberg; Berlin; Oxford: Spektrum Akad. Vlg., S. 109–117.

BÄTZING, W. (2002): Der Stellenwert des Tourismus in den Alpen und seine Bedeutung für eine nachhaltige Entwicklung des Alpenraumes. In: K. LUGER (Hg.): Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studien-Verl., S. 175–196.

BAUMGARTNER, C. (2002): Best Practice-Modelle in den Alpen. Von Abkürzungen, Irrwegen und Labyrinthen. In: K. LUGER (Hg.): Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studien-Verl., S. 321–336.

BIEGER, T. (1998): Tourismuserfolg auf Kosten der Umwelt? Vortrag vom 27. Mai 1998. Vom Wort zur Tat, St. Gallen.

- BIEGER, T. (2006): *Tourismuslehre - Ein Grundriss*. 2. Aufl. Bern; Stuttgart; Wien: Haupt.
- BOYD, S.; HALL, C. (2005): Nature-based Tourism in Peripheral Areas. Making Peripheral Destinations Competitive. In: C. HALL und S. BOYD (Hg.): *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas. Development or Disaster?* Clevedon, New York, Ontario: Channel View Publications (*Aspects of Tourism*, 21), S. 273–280.
- BOYNE, S. (2003): New Directions in Rural Tourism Impact Research. In: D. HALL, L. ROBERTS und M. MITCHELL (Hg.): *New Directions in Rural Tourism*, S. 19–37.
- BRANDT, W. (1980): *North-South. A Program for Survival*. London: Pan.
- BREBBIA, C.; PINEDA, F. (Hg.) (2006): *Sustainable Tourism II*. Southampton: WIT.
- BUDOWSKI, G. (2008): Tourism and Environmental Conservation. Conflict, Coexistence, or Symbiosis? In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 199–206.
- BUTLER, J. (1992): Ecotourism. It's a Changing Face and Evolving Philosophy. *Paper Presented to the IVth World Congress on National Parks and Protected Areas, Caracas, Venezuela*.
- BUTLER, R. (1980): The Concept of the Tourist Area Life-Cycle of Evolution. Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer* 1980 (24/1), S. 5-12
- BUTLER, R. (2011): *Tourism Area Life Cycle*. Contemporary Tourism Reviews. Woodeaton, Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.  
[http://www.ibtcl.co.uk/web\\_documents/toursim\\_area\\_life\\_cycle\\_original.pdf](http://www.ibtcl.co.uk/web_documents/toursim_area_life_cycle_original.pdf) (Letzter Zugriff: 30.08.2012)
- CARVALHO, G. (2008): Sustainable Development. Is it Achievable Within the Existing International Political Economy Context? In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 132–150.
- CATER, E.; LOWMAN, G. (Hg.) (1994): *Ecotourism. A Sustainable Option?* Chichester; New York; Brisbane; Toronto; Singapore: Wiley.
- CEBALLOS-LASCURAIN, H. (1991): Tourism, Ecotourism and Protected Areas. *Parks* (2/3), S. 31-39.
- CIPRA INTERNATIONAL – INTERNATIONALE ALPENSCHUTZKOMMISSION (Hg.) (2007): *Wir Alpen! Menschen gestalten Zukunft*. 1. Aufl. Bern: Haupt

CLARKE, J. (2008): A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 334–345.

COMMISSION INTERNATIONALE POUR LA PROTECTION DES REGIONS ALPINES (CIPRA) (Hg.) (1985): Sanfter Tourismus: Schlagwort oder Chance für den Alpenraum? Vaduz.

COMMISSION OF THE EUROPEAN UNION, DG XXIII (1993): Taking Account of the Environmental in Tourism Development. Brüssel.

CONNELL, J.; PAGE, S. (2008): General Introduction. The Evolution and Development of Sustainable Tourism: Progress and Prospects. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 1–20.

DAWSON, C. (2001): Ecotourism and Nature-based Tourism. One End of the Tourism Opportunity Spectrum? In: S. MACCOOL (Hg.): Tourism, Recreation, and Sustainability. Linking Culture and the Environment. Wallingford, Oxon [u.a.]: CABI Publ., S. 41–53.

DOXEY, G. (1975): A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants. Methodology and Research Influence. In: *Proceedings of the Travel Research Associates 6th Annual Conference*. San Diego.

DRAXL, A. (1998): Villgraten. Heimat in den Tiroler Bergen. Unter Mitarbeit von J.E. TROJER, H. WOPFNER, H. HANDEL-MAZZETTI: data-verlagsservice.

DUMONT BUCHVERLAG (Hg.) (2001): Voyage - Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 2001. Schwerpunktthema: Tourismus verändert die Welt - aber wie? Köln: Dumont (Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung, Band 4).

EAST, P.; INMANN, K.; LUGER, K. (Hg.) (1998): Sustainability in Mountain Tourism. Perspectives for the Himalayan Countries. 1. Aufl. Delhi, Kathmandu: Book Faith India & Studienverlag: Innsbruck, Wien.

ELLENBERG, L.; SCHOLZ, M.; BEIER, B. (Hg.) (1997): Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie. Heidelberg; Berlin; Oxford: Spektrum Akad. Vlg.

EMBACHER, H.: Strategy Formulation in Rural Tourism. An Integrated Approach. In: D. HALL, L. ROBERTS und M. MITCHELL (Hg.): *New Directions in Rural Tourism*, S. 137–151.

FARRELL, B.; RUNYAN, D. (2008): Tourism and Ecology. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and Context of Sustainable Tourism. London: Routledge, S. 216–232.

FENNELL, D. (1999): Ecotourism. An Introduction. London, New York: Routledge.

FRIEDL, H. (2004): Touristen - Kulturschänder oder Retter in der Not? Eine Untersuchung über die Vertretbarkeit von Ethnotourismus am Beispiel der Tuareg im Air-Massiv, Nord-Niger. *Trans - Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 2004 (15). Online: [http://www.inst.at/trans/15Nr/09\\_1/friedl15.htm](http://www.inst.at/trans/15Nr/09_1/friedl15.htm) (Letzter Zugriff: 29.08.2012)

GALLE, E. (2011): Das Tourismusprotokoll der Alpenkonvention. In: ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (Hg.): Nachhaltiger Bergtourismus - Kernkompetenz der Bergsteigerdörfer. *Ideen - Taten - Fakten Nr. 5: Jahrestagung Bergsteigerdörfer, Johnsbach im Gesäuse, 29.9. - 2.10.2011*. Innsbruck. S. 11-14. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012)

GALTUNG, J. (1986): Towards A New Economies: On the Theory and Practice Of Self Reliance. In: EKINS, P. (Hg.): *The Living Economy*. London: Routledge, S. 97-106

GARROD, B.; FYALL, A. (2008): Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism? In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 512–537.

GERKEN, G. (1988): *Die Geburt der neuen Kultur. Vom Industrialismus zum Light-Age*. Düsseldorf, Wien.

GOODWIN, H. (1996): In Pursuit of Ecotourism. *Biodiversity and Conservation* 5(3), S. 277-291.

GOODWIN, M. (1998): The Governance of Rural Areas. Some Emerging Research Issues and Agendas. *Journal of Rural Studies* 14, S. 5-12.

GUNN, C. ( 1987): Environmental Designs and Land Use. In: J.R.B. RITCHIE, C.R. GOELDNER (Hg.): *Travel, Tourism and Hospitality Researchers*. New York: John Wiley & Sons

HALL, C.; BOYD, S. (2005): Nature-based Tourism in Peripheral Areas. Introduction. In: C. HALL und S. BOYD (Hg.): *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas. Development or Disaster?* Clevedon, New York, Ontario: Channel View Publications (Aspects of Tourism, 21), S. 3–17.

HALL, C.; BOYD, S. (Hg.) (2005): *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas. Development or Disaster?* Clevedon, New York, Ontario: Channel View Publications (Aspects of Tourism, 21).

HALL, D.; MITCHELL, M.; ROBERTS, L. (2003): Tourism and the Countryside. Dynamic Relationships. In: D. HALL, L. ROBERTS und M. MITCHELL (Hg.): *New Directions in Rural Tourism*, S. 3–15.

HALL, D.; ROBERTS, L.; MITCHELL, M. (Hg.) (2003): New Directions in Rural Tourism.

HAMMER, T.; SIEGRIST, D. (2008): Protected Areas in the Alps. The Success Factors of Nature-Based Tourism and the Challenge for Regional Policy. *GAIA* 2008 (17/1), S. 152–160.

HARDY, A.; BEETON, R.; PEARSON, L. (2008): Sustainable tourism. An Overview of the Concept and Its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 416–441.

HASSLACHER, P. (2008): Die Initiative Bergsteigerdörfer. Alpenvereinsimpuls für den naturnahen Alpentourismus. In: ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (Hg.): Bergsteigerdörfer. Ein Modell für die Umsetzung der Alpenkonvention. Tagung Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008. Innsbruck. S. 37-38. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012)

HASSLACHER, P. (2010): Vorwort. In: SAUER, B.: Das Villgratental. Innsbruck (Bergsteigerdöfer - Alpingeschichte kurz und bündig). S. 6-7. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (Letzter Zugriff: 01.09.2012)

HASSLACHER, P. (2011): Vorwort. In: ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (Hg.) (2011b): Berglandwirtschaft und zukunftsfähiger Bergtourismus - eine untrennbare Einheit. *Ideen - Taten - Fakten Nr. 4: Jahrestagung Bergsteigerdörfer, Sonntag im Großen Walsertal 30.9. - 2.10.2010*. Innsbruck. S. 7-8. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012)

HAUSER, B. (2007a): Neue Werte. In: CIPRA INTERNATIONAL – INTERNATIONALE ALPENSCHUTZKOMMISSION (Hg.) (2007): Wir Alpen! Menschen gestalten Zukunft. 1. Aufl. Bern: Haupt, S. 182-193

HAUSER, B. (2007b): Die Schatzkammern. In: CIPRA INTERNATIONAL – INTERNATIONALE ALPENSCHUTZKOMMISSION (Hg.) (2007): Wir Alpen! Menschen gestalten Zukunft. 1. Aufl. Bern: Haupt, S. 194-207.

HUNTER, C. (2008): Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 442–461.

IOANNIDES, D. (2001): Sustainable Development and the Shifting Attitudes of Tourism Stakeholders. Toward a Dynamic Framework. In: S. MACCOOL (Hg.): Tourism, Recreation, and Sustainability. Linking Culture and the Environment. Wallingford, Oxon [u.a.]: CABI Publ., S. 55–76.

ISENBERG, W. (Hg.) (1999): Der Winter als Erlebnis. Zurück zur Natur oder Fun, Action und Mega-Events? Neue Orientierungen im Schnee-Tourismus. Thomas-Morus-Akademie Bensberg. Bergisch Gladbach (Bensberger Protokolle 94).

INTERNATIONAL UNION FOR THE CONSERVATION OF NATURE (IUCN) (Hg.) (1991): Protected Areas in the World. *IV World Congress on National Parks and Protected Areas in Caracas 1992*. Gland.

JAFARI, J. (1990): Research and Scholarship. The Basis of Tourism Education. *Journal of Tourism Studies* (1/1), S. 33-41.

KIRSTGES, T. (1995): Sanfter Tourismus. Chancen und Probleme der Realisierung eines Ökologieorientierten und sozialverträglichen Tourismus durch deutsche Reiseveranstalter. München, Wien: R. Oldenburg Verlag.

KÖHN, J. (Hg.) (1997): Tourismus und Umwelt. 1. Aufl. Berlin: Analytica Verlagsgesellschaft; Analytica.

KRAMER, D. (2002): Tourismus und Lebenswelt: Integrale Strategien. Illustriert mit Beispielen von Kulturprozessen in touristischen Regionen. In: K. LUGER (Hg.): Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studien-Verl., S. 245–260.

KRIPPENDORF, J. (2008): About the Concept of a Balanced Tourist Development. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 233–242.

KRÜGER, R.; LODA, M. (1992): Sanfter Tourismus in der Zwickmühle. Wie kommen „Recht auf Reisen“, Schonung von Natur und Sozialkultur sowie wirtschaftlicher Nutzen unter einen Hut? In: I. MOSE (Hg.): Sanfter Tourismus konkret. Zu einem neuen Verhältnis von Fremdenverkehr, Umwelt und Region. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Univ. (11), S. 11–38.

LIU, Z. (2003): Sustainable Tourism Development. A Critique. *Journal of Sustainable Tourism* (11/6), S. 459–475.

LUGER, K. (Hg.) (2002): Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studien-Verl.

MACCOOL, S. (Hg.) (2001): Tourism, Recreation, and Sustainability. Linking Culture and the Environment. Wallingford, Oxon [u.a.]: CABI Publ.

MEIXNER, W. (2006): Tourismus. In: R. PSENNER und R. LACKNER (Hg.): Die Alpen im Jahr 2020. 1. Aufl. Innsbruck: Innsbruck Univ. Press, S. 57–67. Online:

[http://www.uibk.ac.at/alpinerraum/publications/vol1/06\\_meixner.pdf](http://www.uibk.ac.at/alpinerraum/publications/vol1/06_meixner.pdf) (Letzter Zugriff: 30.08.2012)

MOSE, I. (1989): Sanfter Tourismus. Alternative der Tourismusentwicklung. *Alpine Raumordnung* (3), S. 10–23.

MOSE, I. (Hg.) (1992): Sanfter Tourismus konkret. Zu einem neuen Verhältnis von Fremdenverkehr, Umwelt und Region. Universität Oldenburg. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Univ. (11).

MOWFORTH, M.; CHARLTON, C.; MUNT, I. (2008): *Tourism and Responsibility. Perspectives from Latin America and the Caribbean*. London, New York: Routledge.

MÜLLER, H. (2001): Die ortsansässige Bevölkerung und ihr Tourismusbewusstsein. In: DUMONT BUCHVERLAG (Hg.): *Voyage - Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 2001*. Schwerpunktthema: Tourismus verändert die Welt - aber wie? Köln: Dumont (Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung, Band 4), S. 125–136.

MÜLLER, H. (2008): The Thorny Path to Sustainable Tourism Development. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 504–511.

NORER, R. (2002): Die Alpenkonvention. Völkerrechtliches Vertragswerk für den Alpenraum. *Diskussionspapier Nr. 93-R-02*. Institut für Wirtschaft, Politik und Recht, Universität für Bodenkultur Wien. Online: [http://www.boku.ac.at/wpr/wpr\\_dp/dp-93.pdf](http://www.boku.ac.at/wpr/wpr_dp/dp-93.pdf) (letzter Zugriff: 09.09.2012)

OPPERMANN, M. (1993): Tourism Space in Developing Countries. *Annals of Tourism Research* (20/3), S. 535 -556

ÖSTERREICHISCHE ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT (OEZA) (2012): Rio+20: nachhaltige Entwicklung im Brennpunkt. Unter Mitarbeit von W. WALDNER, E. KÜNZI, R. BURTSCHNER, G. SCHALL, D. BACHER, G. KRAMARCIS et al. Wien (Weltnachrichten. Informationen der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit, 2/2012). Online: [http://www.entwicklung.at/uploads/media/022012\\_WNR.pdf](http://www.entwicklung.at/uploads/media/022012_WNR.pdf) (Letzter Zugriff: 18.08.2012)

ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (OEAV) (Hg.) (2008): Bergsteigerdörfer. Ein Modell für die Umsetzung der Alpenkonvention. *Ideen - Taten - Fakten Nr. 2: Tagung Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008*. Innsbruck. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012)

ÖSTERREICHISCHER ALPERNVEREIN (OEAV) (Hg.) (2010): Das Villgratental. "Herz-Ass" in Inner- und Außervillgraten. Unter Mitarbeit von H. HOFMANN, F. BERGMANN, F. WALDER, H. WALDER und A. SINT (OeAV-Sektion Sillian) J. MOOSMANN, R. STAMPFL

und R. KALS (arp Salzburg) P. HASSLACHER und C. SCHWANN (OeAV) O. FÜRHAPTER und J. SCHETT (TVB-Villgratental). Innsbruck (Bergsteigerdörfer). Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (Letzer Zugriff: 01.09.2012)

ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (OEAV) (Hg.) (2011a): Nachhaltiger Bergtourismus - Kernkompetenz der Bergsteigerdörfer. *Ideen - Taten - Fakten Nr. 5: Jahrestagung Bergsteigerdörfer, Johnsbach im Gesäuse, 29.9. - 2.10.2011*. Innsbruck. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (letzer Zugriff: 09.09.2012)

ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (OEAV) (Hg.) (2011b): Berglandwirtschaft und zukunftsfähiger Bergtourismus - eine untrennbare Einheit. *Ideen - Taten - Fakten Nr. 4: Jahrestagung Bergsteigerdörfer, Sonntag im Großen Walsertal 30.9. - 2.10.2010*. Innsbruck. Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (letzer Zugriff: 09.09.2012)

ÖSTERREICHISCHER ALPENVEREIN (OEAV) (Hg.) (2012): Kleine und feine Bergsteigerdörfer zum Genießen und Verweilen. 5. aktualisierte Auflage. Innsbruck.

PAGE, S.; CONNELL, J. (Hg.) (2008): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge.

PAGE, S.; DOWLING, R. (2008): Tourism and the Environment. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 243–263.

PIECHOCKI, R. (2010): Landschaft – Heimat – Wildnis. Schutz der Natur – aber welche und warum? München: Beck.

PROSSER, R. (1994): Societal Change and the Growth in Alternative Tourism. In: E. CATER und G. LOWMAN (Hg.): Ecotourism. A Sustainable Option? Chichester; New York; Brisbane; Toronto; Singapore: Wiley, S. 19–37.

PROST, R. (2011): Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften.

PSENNER, R.; LACKNER, R. (Hg.) (2006): Die Alpen im Jahr 2020. Institut für Geschichte und Ethnologie, Leopold-Franzens Universität Innsbruck. 1. Aufl. Innsbruck: Innsbruck Univ. Press. Online: <http://www.uibk.ac.at/alpinerraum/publications/vol1/index.html.de> (Letzer Zugriff: 01.09.2012)

REDCLIFT, M. (2008): The Meaning of Sustainable Development. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism. London: Routledge, S. 118–131.

REYNOLDS, P.C., BRAITHWAITE, D. (2001): Towards A Conceptual Framework For Wildlife Tourism. *Tourism Management* 22, p. 31-42.

ROBERTS, L.; MITCHELL, M.; HALL, D. (2003a): New Directions in Rural Tourism: Local Impacts and Global Trends. In: D. HALL, L. ROBERTS und M. MITCHELL (Hg.): *New Directions in Rural Tourism*, S. 225–233.

ROBERTS, L.; SIMPSON, F. (2003b): Encouraging Responsible Access to the Countryside. In: D. HALL, L. ROBERTS und M. MITCHELL (Hg.): *New Directions in Rural Tourism*, S. 67–79.

ROBINSON, J. (2008): Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 151–175.

ROMERIL, M. (2008): Tourism and the Environment. Accord or Discord? In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 207–215.

SAARINEN, J. (2008): Traditions of Sustainability in Tourism Studies. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 313–345.

SAUER, B. (2010): Das Villgratental. Innsbruck (Bergsteigerdöfer - Alpingeschichte kurz und bündig). Online: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (Letzter Zugriff: 01.09.2012)

SCACE, R.; GRIFONE, E.; USHER, R. (1992): *Ecotourism in Canada*. Canadian Environmental Advisory Council, Supply and Services Canada, Ottawa.

SCHARPF, H. (1997): Regionale und kommunale Tourismusentwicklung unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit. In: J. KÖHN (Hg.): *Tourismus und Umwelt*. 1. Aufl. Berlin: Analytica Verlagsgesellschaft; Analytica, S. 17–28.

SCHMITZ-VELTIN, A. (2005): Der Wirtschaftsfaktor Tourismus in Nationalparken und Biosphärenreservaten als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Wechselspiel zum Naturschutz am Beispiel von Berchtesgaden und Rhön. *Naturschutz und Landschaftsplanung* (37/4), S. 115-12. Online: <http://www.franz-rasp.de/aktuelles/nationalpark.pdf> (letzter Zugriff: 05.09.2012)

SHARPLEY, R. (2003): Rural Tourism and Sustainability - A Critique. In: D. HALL, L. ROBERTS und M. MITCHELL (Hg.): *New Directions in Rural Tourism*, S. 38–53.

SIEGRIST, D. (2002): Das Tourismusprotokoll der Alpenkonvention. Zugpferd für eine integrative Tourismusentwicklung im Alpenraum. In: K. LUGER (Hg.): Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studien-Verl., S. 337–355.

TOURISMUSVERBAND OSTTIROL, TOURISMUSINFORMATIONEN VILLGRATENTAL (Hg.)(o. J.): Das Villgratental. Sommer und Winter. *BergLeben*. Online: [http://www.villgratental.com/Willkommen\\_files/MagazinVillgratental.pdf](http://www.villgratental.com/Willkommen_files/MagazinVillgratental.pdf) (letzter Zugriff: 11.09..2012)

TOURISMUSVERBAND OSTTIROL, TOURISMUSINFORMATIONEN VILLGRATENTAL (2012): Geschäftsbericht 2011. Statistiken.

WEAVER, D. (2002): Asian Ecotourism. Patterns and Themes. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, (4/2), S. 153-172

WERNSTEDT, M. (2008): Nachhaltiger Tourismus in Europa. Organisation, Verfahrensweisen und Instrumente des Nachhaltigen Tourismus. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

WHEELER, B. (2008): Tourism's Troubled Times. Responsible Tourism Is Not the Answer. In: S. PAGE und J. CONNELL (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume I Evolution and context of sustainable tourism*. London: Routledge, S. 538–545.

WIGHT, P. (1994): Environmental Responsible Marketing of Tourism. In: E. CATER und G. LOWMAN (Hg.): *Ecotourism. A Sustainable Option?* Chichester; New York; Brisbane; Toronto; Singapore: Wiley, S. 39–55.

WILBANKS, T. (1994): Sustainable Development in Geographic Perspective. *Annals of the Association of American Geographers* (84/4), S. 541-556

WÖHLER, K. (2002): Die alten Alpen? Nachhaltigkeit und bewahrender Fortschritt. In: K. LUGER (Hg.): *Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie*. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studien-Verl., S. 269–280.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED) (1987): *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development*. Online: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> (Letzter Zugriff: 17.08.2012)

ZIMMERMANN, F. (1998): *Nature, Society and the Economy in Partnership. European Perspectives in Mountain Tourism*. In: P. EAST, K. INMANN und K. LUGER (Hg.): *Sustainability in mountain tourism. Perspectives for the Himalayan countries*. 1. Aufl. Delhi, Kathmandu: Book Faith India & Studienverlag: Innsbruck, Wien, S. 71–91.

## Online-Quellen:

BMZ - DEUTSCHES BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT UND ENTWICKLUNG:

[http://www.bmz.de/de/service/glossar/K/konferenz\\_rio.html](http://www.bmz.de/de/service/glossar/K/konferenz_rio.html) (Letzter Zugriff: 24.08.2012)

CIPRA – ALPENSCHUTZKOMMISSION:

- A. <http://www.cipra.org/de/alpenkonvention/alpen>
- b. <http://cipra.4teamwork.ch/de/alpenkonvention>

(letzter Zugriff: 09.09.2012)

CSD – UNITED NATIONS COMMISSION ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT:

<http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/> (Letzter Zugriff: 24.08.2012)

DER SPIEGEL (22.06.2012): Umweltschützer beklagen mangelhaftes Gipfelergebnis.

<http://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/uno-gipfel-rio-20-endet-enttaeuschend-a-840423.html> (Letzter Zugriff: 24.08.2012)

DER STANDARD (20.06.2012): Rio+20 startet mit Eklat.

<http://derstandard.at/1339638494030/Auftakt-Rio20-startet-mit-Eklat> (Letzter Zugriff: 24.08.2012)

Globale Verantwortung - Arbeitsgemeinschaft für Entwicklung und Humanitäre Hilfe (20.6.2012): RIO+20: Abschlusserklärung sorgt für Enttäuschung bei zivilgesellschaftlichen Organisationen.

<http://www.globaleverantwortung.at/start.asp?ID=249422> (Letzter Zugriff: 24.08.2012)

LEXIKON DER NACHHALTIGKEIT:

- a. [http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/weltgipfel\\_rio\\_de\\_janeiro\\_1992\\_539.htm](http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/weltgipfel_rio_de_janeiro_1992_539.htm)
- b. [http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/soziale\\_ziele\\_807.htm](http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/soziale_ziele_807.htm)
- c. [http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/kologische\\_ziele\\_692.htm](http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/kologische_ziele_692.htm)
- d. [http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/konomische\\_ziele\\_808.htm](http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/konomische_ziele_808.htm)

(Letzter Zugriff: 24.08.2012)

RAHMENKONVENTION DER ALPENKONVENTION:

[http://www.cipra.org/de/alpenkonvention/protokolle-pdf-de/rahmenkonvention\\_d.pdf](http://www.cipra.org/de/alpenkonvention/protokolle-pdf-de/rahmenkonvention_d.pdf)

(letzter Zugriff: 09.09.2012)

RAUMALP – RAUMSTRUKTURELLE PROBLEME IM ALPENRAUM:

<http://www.oeaw.ac.at/isr/raumalp/untersuchungsgebiet/alpenabgrenzung/alpenabgrenzung.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012)

TAZ – DIE TAGESZEITUNG (20.06.2012): Der Beschluss, nichts zu beschließen.

<http://www.taz.de/!95774/> (Letzter Zugriff: 24.08.2012)

UNEP – UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME:

- a. <http://www.uncsd2012.org/voluntarycommitments.html>

- b. <http://www.uncsd2012.org/content/documents/790Summary%20of%20Voluntary%20Commitments%20Registered%20at%20Rio20%20v6.pdf>

(Letzter Zugriff: 24.08.2012)

TIROL WERBUNG:

<http://www.tirol.at/de/tiroler-genussrouten-1028005/osttiroler-berglamm-1180199.html>

(Letzter Zugriff: 09.09.2012)

UNCSD - UNITED NATIONS CONFERENCE ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT:

<http://www.uncsd2012.org/> (Letzter Zugriff: 30.08.2012)

UNESCO:

- a. <http://www.unesco.at/wissenschaft/mab.htm>
- b. <http://131.130.59.133/biosphaerenparks/bsr/BroBP.pdf>

(Letzter Zugriff: 09.09.2012)

UNWTO - UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION:

- a. <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>
- b. <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5> (2004)

(Letzter Zugriff: 30.08.2012)

URLAUB AM BAUERNHOF:

<http://www.urlaubambauernhof.at/?L=1> (Letzter Zugriff: 11.09.2012)

VOLKSSCHULE SILLIAN:

<http://vs-sillian.schulweb.at/1052,,2.html> (Letzter Zugriff: 11.09.2012)

# 9. Anhang

---

## Fragebogen

1. Welchen Bezug haben diese Eigenschaften für Sie zur „Nachhaltigkeit“?

	sehr hoher Bezug	hoher Bezug	geringer Bezug	kein Bezug
umweltfreundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fair	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
langlebig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sozial verträglich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schutz der Natur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
finanzielle Sicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
modern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schutz der regionalen Kultur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
regionale Wertschöpfung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sicherung der Lebensqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sanft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einbindung in die Gesellschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hohe Qualität der Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Verwenden Sie bei der Verpflegung der Gäste (Frühstück, Mittags- oder Abendessen) regionale Produkte?

- Ja  Nein

2.a Wenn ja, welche?

---

3. Welche regionalen Produkte<sup>44</sup> verwenden Sie bei der Gestaltung Ihres Betriebes? (mehrere Antworten möglich)

- Produkte aus dem lokalen Handwerk
- Produkte aus dem lokalen Kunsthandwerk
- Bäuerliche Produkte
- Keine
- Sonstige: \_\_\_\_\_

---

<sup>44</sup> Als ein regionales Produkt soll hier eines gelten, das innerhalb von ca. 50 km rund um das Villgratental angebaut oder verarbeitet wird.

4. *Welche umweltfreundlichen Maßnahmen gibt es in Ihrem Betrieb?*
- Verwendung von erneuerbaren Energiequellen (Solarenergie, Erdwärme usw.)
  - Möglichkeit zur Mülltrennung für die Gäste
  - Möglichkeit zur Mülltrennung für das Personal
  - Verwendung von biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln
  - Wäsche wird nur auf Wunsch der Gäste täglich gewechselt
  - Keine Verwendung von klein abgepackten Lebensmitteln (wie Kaffeemilch, Marmelade, Butter) um Müll zu vermeiden
  - Anderes: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. *Wie oft werden Ihre Mitarbeiter über eine umweltfreundliche Betriebsführung, ein naturnahes Tourismusangebot oder die örtliche Tourismusstrategie informiert?*
- Einmalig (z.B. bei Einstellung)
  - Jährlich
  - Mehrmals jährlich
  - Gar nicht
6. *Wie werden die Gäste von Ihnen über das Nachhaltigkeitskonzept/die Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit informiert? (mehrere Antwortmöglichkeiten)*
- Im Gespräch
  - Über aufliegende Broschüren
  - „Verhaltensleitfäden“  
(z.B. umweltfreundliches Verhalten am Berg)
  - Auf der Homepage des Betriebs
  - Gar nicht
  - Anders: \_\_\_\_\_

7. Bewerten Sie bitte folgende Aussagen:

	ich stimme sehr zu	ich stimme eher zu	weder noch	ich stimme eher nicht zu	ich stimme nicht zu
Ich würde mir ein größeres kulturelles Angebot für Einheimische und Gäste in der Nähe wünschen.	<input type="checkbox"/>				
Im Villgratental sollten mehr Geschäfte für Nahversorgung und regionale Produkte sein.	<input type="checkbox"/>				
Wenn sich die Nachfrage und meine Lebenssituation nicht ändern, wird mein Betrieb in 10 Jahren in dieser Form noch existieren.	<input type="checkbox"/>				
Ich würde mir wünschen, den Betrieb zu vergrößern.	<input type="checkbox"/>				
Ich würde gerne die Qualität des Betriebs anheben.	<input type="checkbox"/>				
Ich bin mit der Art von Tourismus, wie sie im Villgratental zu finden ist, zufrieden.	<input type="checkbox"/>				
Ich fühle mich bei der Planung der zukünftigen Entwicklung des Tourismus im Villgratental eingebunden.	<input type="checkbox"/>				

**Allgemeine Daten**

8. Zu welcher Betriebsform ordnen Sie sich zu?

- Gastronomiebetrieb (ohne Zimmer)
- Privatzimmervermietung
- Pension/Gasthof
- Vermietung von Appartements/Ferienhäusern
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

9. Bei Übernachtungsmöglichkeit: Über wie viele Gästebetten verfügt Ihr Betrieb?

\_\_\_\_\_

10. Wie viele Personen arbeiten im Betrieb mit (inkl. Familienmitgliedern)? \_\_\_\_\_

11. In welchen Kooperationen ist Ihr Betrieb eingebunden? (mehrere Antworten möglich)

- In keine
- Alpine Gastgeber

- Urlaub am Bauernhof
- Österreichische Privatvermieter/Privatvermieter Verband Tirol
- Andere: \_\_\_\_\_

12. Ist Ihr Betrieb mit einem Gütesiegel ausgestattet?

- Ja
- Nein

Wenn ja, welches? \_\_\_\_\_

13. Betreiben Sie eine eigene Homepage?

- Ja
- Nein

14. Wie „zentral“ liegt Ihr Betrieb?

- Unter 15 Gehminuten ins Ortszentrum
- Zwischen 15 und 45 Gehminuten ins Ortszentrum
- Über 45 Gehminuten ins Ortszentrum

## **Einverständniserklärung zur Veröffentlichung und Verwendung der Interviews**

### **Einverständniserklärung**

Im Rahmen der Diplomarbeit „Konzepte des nachhaltigen naturnahen Tourismus im alpinen Raum und ihre Umsetzung am Beispiel des Osttiroler Villgratentals“ von Marion Hetzenauer an der Universität Wien stelle ich, \_\_\_\_\_, mich zu einem Interview zur Verfügung.

Ich erkläre mich hiermit einverstanden, dass Daten und Informationen aus dem Interview sowie die Nennung meines Namens im Zusammenhang mit diesen Aussagen in der Arbeit verwendet werden.

Ort, Datum:

Unterschrift:

## Transkription der Interviews

**Interview Transkription**  
**Helmut Bachlechner (HB) – Tourismusinformation Außervillgraten**  
**25.06.2012, 14h**  
**Interviewer: Marion Hetzenauer (MH)**

**HB:** Ich und mein Kollege aus Innervillgraten sind beide bei der Gemeinde beschäftigt und betreuen die TVB Infobüros mit. Ein eigenes Büro, einen TVB Außervillgraten und Innervillgraten, wie es früher war, gibt's nicht mehr.

**MH:** *Wird der Gedanke von nachhaltigem Tourismus auch vom Osttiroler Gesamtverband unterstützt?*

**HB:** Die Projekte, die wir im Villgratental haben, werden eigentlich zu hundert Prozent vom TVB-Osttirol unterstützt. Wir haben keine großen Bettenburgen, wir haben nur ein paar kleine Betriebe, Privatzimmervermieter und viele schöne Almhütten.

**MH:** *Wie ist das mit der Projektentwicklung? Wird das nur von der Gemeinde aus gemacht bzw. vom Gemeinderat?*

**HB:** Nein, wir haben einen Talschaftsausschuss – Tourismusinformation Villgratental – wo wir uns treffen und wenn es Projekte gibt, gibt es einen Ausschuss, der sich berät und das wird dann dem TVB Osttirol vorgelegt, wenn es um finanzielle Mittel geht – die entscheiden, ob ein Projekt umgesetzt wird.

**MH:** *Wird die Bevölkerung in der Planung einbezogen?*

**HB:** Es sind Gremiummitglieder dabei, die selbst einen Tourismusbetrieb haben, aber dass wir für ein Projekt Dorfumfragen machen, kommt eigentlich nicht vor. Und in diesem Rahmen werden die Projekte dann auch beschlossen. Umso besser das Projekt und umso besser wir sie überzeugen können, desto besser funktioniert das auch.

**MH:** *Das heißt, es ist ein Einfluss von außen da?*

**HB:** Ja.

**MH:** *Wie läuft die Kommunikation zwischen der Tourismusinformation und den Tourismusanbietern ab?*

**HB:** Die ganze Vermarktung für Osttirol wird vom TVB Osttirol/Osttirol Werbung gemacht. Die machen ein Gesamtkonzept und wir sind halt ein Teil davon. Wenn die Vermieter irgendein Problem haben, sind wir die erste Anlaufstelle, die nächstgrößere ist dann Sillian und dann Lienz. Wir machen auch Bettenauslastung, und wenn jemand freie Zimmer hat, meldet er sich bei uns.

**MH:** *Sind sie umgekehrt auch in direktem Kontakt mit den Anbietern?*

**HB:** Ja. Im Winter läuft der Großteil der Vermietung über E-mailverkehr oder Telefon, aber im Sommer kommen Touristen auch ins Büro und fragen nach einer Unterkunft, die wir dann direkt vermitteln.

**MH:** *Haben Sie auch Strategien, wie man die Anbieter über den nachhaltigen Tourismus informiert?*

**HB:** Es gibt selten Veranstaltungen, bei denen man die Vermieter auch informiert, aber die werden nie vom Villgratental alleine gemacht, das ist hauptsächlich regional oder überregional – Hochpustertal oder Osttirol, speziell Hochpustertal. Da werden die Vermieter informiert über aktuelle Sachen, über zukünftige Sachen und jährlich gibt es auch öffentliche Sitzungen, bei denen die Bevölkerung über aktuellen den Stand der Dinge informiert wird.

**MH:** *Auch wenn es um Weiterbildung oder Umgang mit Gästen geht?*

**HB:** Solche Dinge gehen vom TVB Osttirol aus.

**MH:** *Es gibt im Villgratental verschiedene Strategien, die sich darauf beziehen, dass Tourismus naturverträglich, naturverbunden ist, z.B. die Bergsteigerdörfer.*

**HB:** Zu den Bergsteigerdörfern haben beide Gemeinden einen Gemeinderatsbeschluss und wir haben uns auch dazu bekannt. Natürlich lassen wir uns jetzt von denen nicht fesseln - wir haben keinen bindenden Vertrag mit den Bergsteigerdörfern. Die Bergsteigerdörfer haben unter Anführungszeichen relativ strenge Kriterien und wenn diese einmal ein Hindernis sein sollten, können wir jederzeit wieder aussteigen. Auch die Betriebe und Gasthäuser können jederzeit wieder aussteigen. Das läuft über die Plattform vom Österreichischen und auch vom Deutschen Alpenverein und die ganze Organisation wie auch die Broschüren und die Internetwerbung hat uns bis jetzt wenig gekostet. Ob das so weitergeht, wissen wir nicht. In Zukunft hängt es von EU-Geldern usw. ab, ob wir so günstig die große Werbepattform nutzen können oder nicht. Der ganz große Erfolg hat sich noch nicht eingestellt, aber wie gesagt, die Werbung, die Präsentation und der Auftritt haben uns bisher wenig gekostet und man ist in dem Medien vertreten und auch die Prospekte und der Internetauftritt würden sonst tausende von Euros kosten.

**MH:** *Sind die Bergsteigerdörfer die einzige Strategie, bei der auch die ganze Gemeinde eingebunden ist?*

**HB:** Ja.

**MH:** *Für die einzelnen Betriebe gibt es ja Projekte wie Urlaub am Bauernhof oder die Alpenin Gastgeber. Gibt's direkt von der Gemeinde oder Tourismusorganisation eine Koordination dieser Strategien?*

**HB:** Nein, das läuft alles die Dachorganisationen. Außer den Bergsteigerdörfern haben wir keinen Aufhänger mehr, wo wir ganz spezielle Dinge anbieten.

**MH:** *Gibt's Probleme im Tourismus, oder Probleme, die man direkt auf den Tourismus zurückführen könnte?*

**HB:** Es gibt das Hauptproblem, dass nur wenig Geld zur Verfügung steht. Es gibt einen Gesamtverband TVB Osttirol, was Vor- und Nachteile hat. Das Villgratental hat da sicher gegenüber Lienz und dem Nationalpark Hohe Tauern einen Nachteil, da werden gewisse Projekte eben bevorzugt, wo wir dann zuwarten müssen. Und übermäßig bestückt ist der ganze Verband ja auch nicht. Aber ich glaube, diese Probleme gibt's nicht nur bei uns. Aber es funktioniert im Großen und Ganzen schon mit dem TVB Osttirol.

**MH:** *Ist der Einfluss der Gäste irgendwie negativ auffällig?*

**HB:** Nein.

**MH:** *Tourismus hat das Potential, sich und seine Grundlagen zu zerstören, wenn er außer Kontrolle gerät. Kann das passieren?*

**HB:** Ich glaube, bei uns im Villgratental wird der Tourismus nie außer Kontrolle geraten. Wir sind einfach geographisch und auch sonst nicht ausgestattet dafür – wir haben keine 4-Stern oder 5-Stern Häuser, wir haben keine Bettenburgen – ich glaube, es besteht bei uns keine Gefahr, dass der Tourismus außer Kontrolle gerät, weil ich nicht glaube, dass wir uns in den nächsten 20 Jahren so derart zum Tourismus hin bewegen. Wir leben ja nicht vom Tourismus, wie andere Täler in Tirol. Bei uns gibt es noch selbstständige Bauern, die von der Landwirtschaft leben, es gibt viele Landwirte, die die Landwirtschaft und den Hof nebenbei machen oder die Almhütten und Ferienwohnungen vermieten, aber die Gefahr besteht sicher nicht, dass in den nächsten 20 Jahren das Villgratental touristisch überflutet wird.

**MH:** *Werden Regeln vorgegeben, wie zum Beispiel eine Vorgabe, dass keine Betriebe über 50 Betten gebaut werden sollen?*

**HB:** Nein, wir in Außervillgraten haben keine da keine Regeln und soweit ich weiß, auch in Innervillgraten nicht. Wenn jemand so etwas plant, ist das im Gemeinderat zu behandeln – aber es gibt keine Vorschriften außer den gesetzlichen Vorgaben.

**MH:** *Würden Sie die Umsetzung des nachhaltigen Tourismusgedanken als erfolgreich bezeichnen?*

**HB:** Ja, ich glaube, der Name Villgratental steht dafür. Wir haben einen in den Medien sehr aktiven Obmann, den Schett Josef, der versucht, das Villgratental zu präsentieren und ich glaube schon, dass unsere Region mit der Natur in Verbindung gebracht wird und wir aus dem wenigen, was wir haben – das ist natürlich immer relativ gesehen – viel machen. Auch aus den

Nächtigungsstatistiken ist zu erkennen, dass wir nicht rückläufig sind. Das bisschen was wir haben, präsentieren wir, die Gäste sind großteils zufrieden, die mögen unser Tal, es ist schön, wir haben schöne Wanderwege, wir haben Touren, wir haben Vieles, was andere Täler nicht mehr haben. Aber die Wenigsten leben bei uns ausschließlich vom Tourismus. Wir haben in Außervillgraten vier gewerbliche Gasthäuser, und sonst haben wir Privatzimmervermieter und die Vermieter von Almhütten und Ferienwohnungen.

**MH:** *Heißt das, dass der Tourismus ökonomisch eine Rolle spielt, indem er die Lebenssituation der Bewohner verbessert?*

**HB:** Ja. Viele Landwirte vermieten ihre Almhütten – wir haben zum Beispiel im Winkeltal viele sehr schön gelegene Almhütten – welche bei den Gästen sehr beliebt sind. Da kommt eine Gästesicht vom DrDr. bis... Da geht es hauptsächlich nicht um den Preis, es geht um das Naturverbundene, um zu erleben, wie es ist auf einer Almhütte zu wohnen. Großteils gibt es dort keinen Strom und keine sonstigen Annehmlichkeiten – Almleben pur. Auch der ehemalige deutscher Bundespräsident war bereits hier und von der Ruhe und Schönheit des Villgratentals begeistert.

**MH:** *Gibt es Bereiche, bei denen sich die touristische Nutzung mit anderen Nutzungen überschneidet oder bei denen es sogar Konflikte gibt?*

**HB:** Nein. Wir haben ein Schigebiet, das von Sillian und Außervillgraten aus zu erreichen ist. Wir haben dort oben vier, fünf Lifte, es gibt Wanderwege aber ich hätte nie gehört, dass wer gesagt hätte, die Liftanlagen würden stören – auch wenn es im Vergleich zu den Nordtiroler Schigebieten ein kleines Schigebiet ist. [...] In diesem Bereich gibt es eigentlich keine Konflikte. Wir sind auch bemüht, die Wanderwege auszubauen, zu modernisieren und aktuell zu gestalten und zu markieren, zum Beispiel beim Projekt „Herz-Ass“, einem Wanderprojekt über die ganzen Villgrater Berge, bei dem man sechs Tage lang unterwegs ist. Wir sind gerade dabei, das zu vermarkten, über die Bergsteigerdörfer, über den Österreichischen Alpenverein, den Tourismusverband und die Gemeinden.

**MH:** *Spielt Schitourismus eine Rolle?*

**HB:** Das spielt eine große Rolle, vor allem in Innervillgraten. Innervillgraten hat im Schitourismus sehr viel getan. Wir haben auch einen Schitourenführer herausgegeben über die Villgrater Touren. Innervillgraten bietet sich besser an, weil die Berge besser liegen, unsere sind komplizierter, steiler, gefährlicher, während es drinnen etwas breiter wird und sich so besser anbietet. Innervillgraten ist mittlerweile ein Schitourismusedorado. Sehr, sehr viele Gäste kommen im Winter wegen dem Schitourgehen nach Innervillgraten. Aber auch bei

uns kommen die Gäste, da vor allem im Frühjahr ins Winkeltal, wenn die Lawinengefahr nicht mehr so groß ist.

**MH:** *Wie sieht die Situation bei den Privatvermietern aus: Gibt es diese in zwanzig Jahren noch, oder wird das aufgegeben, weil die Vermieter zu alt werden und es keine Nachfolger gibt?*

**HB:** Die Generation, die jetzt vermietet, ist etwa in einem Alter von 40 bis 50 Jahren. Ich glaube schon, dass das länger besteht, weil die Nachfrage nach den Almhütten enorm ist. Im Winter haben wir nicht so viel Angebot, weil gewisse Lagen nicht erreichbar sind oder es auch zu gefährlich ist, dort oben zu vermieten. Aber die Hütten im Schigebiet sind stark gefragt, Silvester sind diese die nächsten fünf Jahre ausgebucht.

**MH:** *Ist die nächste Generation der Tourismustreibenden dem Nachhaltigkeitsgedanken gegenüber aufgeschlossen?*

**HB:** Ja, die leben alle den Gedanken der Naturverbundenheit. Es wird immer welche geben, die sagen, unser großes Vorbild sollte Kitzbühel, Ischgl usw. sein. Doch die Leute sind mit dem, was wir hier zu bieten haben, schon relativ zufrieden. Als Tourismusverantwortlicher kann ich sagen, dass wir sicher 200 bis 400 Betten mehr vertragen würden, ohne dass ein Nachteil für die Natur oder die Gesellschaft entstehen würde. Es gibt ein paar Projekte in Außervillgraten und auch in Innervillgraten, die man wahrscheinlich in Zukunft verwirklichen wird, aber die sich unterm Strich gut mit dem Gedanken der Nachhaltigkeit vertragen werden.

**MH:** *Was wäre, wenn der Tourismus total zum Erliegen kommt?*

**HB:** Wie gesagt, die Einwohner haben ihren Beruf entweder hier oder in Sillian draußen und vermieten ihre Almen, Ferienwohnungen und Zimmer, aber es bedroht nicht ihre Existenz, wenn der Tourismus ausbleibt. Nur die wenigsten sind wirklich abhängig vom Tourismus und auch auswärtige Investoren haben wir nicht.

**MH:** *Käme es dann zu Entsiedlungstendenzen und zu der Gefahr, dass das Tal ausstirbt?*

**HB:** Wir haben schon Probleme mit der Bevölkerungsentwicklung. Wir haben jetzt ca. 800 Einwohner, und in den 70er Jahren waren es über 1.200 – aber das hat verschiedene Gründe, das ist ein eigenes Kapitel: es gibt die großen Familien nicht mehr, viele junge Menschen gehen in die Städte zum Studieren und kommen nicht mehr, wir haben nicht unbedingt die großen Betriebe, die Arbeitsplätze schaffen und in der Summe geht die Bevölkerung eben zurück – aber diese Tendenzen gibt es überall in Tirol, nicht nur wir allein sind davon betroffen.

**MH:** *Szenario Biosphärenpark Villgratental?*

**HB:** Darüber kenne ich keine konkreten Pläne, auch ich weiß das nur aus dem Buch [Sauer].

**Interview Transkription**  
**Josef Mair (JM) – Bürgermeister Außervillgraten**  
**26.06.2012, 8h**  
**Interviewer: Marion Hetzenauer (MH)**

***MH:** Wie sehen Sie die Situation des nachhaltigen Tourismus im Villgratental? Ist das was Positives, ist das was Negatives, gehen die Meinungen darüber auseinander?*

**JM:** Interessant ist beim sanften Tourismus, dass die Außenwahrnehmung ganz anders ist als die Innenwahrnehmung hier im Tal. Von außen – so habe ich den Eindruck – wird das meistens als eine sensationelle weitsichtige Entscheidung von Verantwortungsträgern wahrgenommen, den Tourismus entsprechend zu gestalten. Aber auf der anderen Seite stößt man ohne Massentourismus auf Grenzen: jede Einrichtung, ob im Tourismus oder eine betriebliche Einrichtung, ist natürlich gewissen betriebswirtschaftlichen Zwängen unterlegen. Das heißt, man braucht eine gewisse Masse, dass es sich rentiert – und genau da sind die Gegensätze zwischen dem sanften Tourismus und der herkömmlichen Art des Tourismus. Intern würde man sich natürlich wesentlich mehr wünschen, damit die Einrichtungen rentabler sind, dass es sich lohnt touristisch zu investieren, damit derjenige, der auf den Tourismus setzt, eine Chance auf entsprechende Rückflüsse und Vorteile hat. Bei sanften Tourismus setzt man – zumindest theoretisch – in erster Linie darauf, dass die Ruhe einen hohen Wert hat, wenig Frequenz ist, die individuelle Betätigung und Bewegung im Orte auch ausgeprägter ist als anderswo. Ich habe den Eindruck, dass es einen Gegensatz zwischen dem Denkansatz und der Realität gibt.

***MH:** Ich habe heute früh erfahren, dass in Innervillgraten ein größeres Hotel mit über 80 Betten geplant ist...*

**JM:** Das ist ein privater Investor, der schon Ferienwohnungen und Gästebetten hat, der hier weiter investieren will und verstärkt darauf setzt, dass naturnaher Tourismus angeboten wird – was auch immer er darunter versteht. Aber ich wünsche ihm natürlich viel Erfolg.

***MH:** Gibt es in Außervillgraten auch Großinvestitionen in Sachen Tourismus?*

**JM:** Ich würde mir schon wünschen, dass mehr investiert wird. Tourismus ist im Alpenbereich einer der wenigen Wirtschaftszweige, die eine Möglichkeit für Arbeitsplätze und Wertschöpfung und damit eine Grundlage schaffen, dass die Menschen im Tal und im Dorf bleiben.

***MH:** Ist es richtig, dass Tourismus meist als zusätzliche Einkommensquelle genutzt wird, aber nicht als einzige?*

**JM:** Das ist in der Form richtig. Man versucht bei uns den Tourismus in Kombination mit vielem anderen zu sehen: in erster Linie mit der Landwirtschaft Synergien zu schaffen ist natürlich ein

positiver Ansatz, und es ist zu hoffen, dass es denjenigen, die sich dort einbringen, auch entsprechend gelingt.

**MH:** *Der Nachhaltigkeitsgedanke bezieht sich nicht nur auf den Tourismus sondern ist übergreifend – sieht man zum Beispiel bei den Bauern oder bei Gewerbetreibenden Ansätze zur Nachhaltigkeit?*

**JM:** Grundsätzlich ist es ein positiver Ansatz, aber was ich in der Landwirtschaft in unserem Einzugsbereich häufig beobachte ist, dass wir die Käuferschicht nicht in einer vertretbaren Umgebung haben. Der Grundgedanke sollte ja sein, dass dort, wo produziert wird, auch die Produkte verwendet, konsumiert und weiterverarbeitet werden, und natürlich braucht es dazu ein großes Potential an Gästen und Leuten und es besteht hier auch wieder ein Widerspruch: man will Ruhe haben und die Kleinräumigkeit erhalten und gleichzeitig besteht die Notwendigkeit, dass genügend Leute vor Ort sind, die die Produkte brauchen. Es reibt sich irgendwo im Grundgedanken.

**MH:** *Ist Tourismus in der Regionalentwicklung eine treibende Kraft oder bewirkt er nur eine Verzögerung für die Abwanderung der Bevölkerung aus dem Tal?*

**JM:** Ich habe einmal gehört, welche Möglichkeiten es gibt, damit alpine Regionen langfristig überleben können: erstens den Bergbau – der Abbau und die Nutzung von abbaubaren Stoffen – das zweite war die Energie und der dritte Bereich – aufgrund der Topographie, der Gegebenheiten und der Landschaft – der Tourismus. Ich glaube, er ist schon ein wichtiger Bereich, einfach aufgrund der Gegebenheiten, auf die wir hier setzen können. Wir können in unserer Region nicht auf Industrie setzen, dafür ist der Einzugsbereich nicht gegeben, und deshalb müssen wir uns in erster Linie an unseren vorhandenen Stärken orientieren und die positiven Seiten weiter verfolgen.

**MH:** *Darf ich bezüglich der Abwanderung noch nachhaken? In Außervillgraten gibt es einen leichten Bevölkerungsrückgang, während Innervillgraten einen Zuwachs verzeichnen kann. Warum ist das so?*

**JM:** Die unterschiedliche Entwicklung wird sicher viele Gründe haben. Auf den ersten Blick ist unverkennbar, dass wir einfach von der Topographie her schlechtere Voraussetzungen haben. Innervillgraten ist ein weiteres Tal, da ist wesentlich mehr Platz als bei uns hier am Taleingang. Das ist ein enges, schluchtartiges Tal mit relativ wenig bebaubaren Flächen, das heißt, es ist wenig Angebot an Bauland da. Das zweite, was ich immer wieder bemerke, ist, dass es einen Unterschied in der Ortsgebundenheit zwischen jenen Gemeinden am Taleingang und denen am Talende gibt. Die Verwurzelung mit dem Dorf, mit dem Tal, der Gemeinschaft und mit der Einstellung „Wir sind wir“ und „Wir bleiben da, wo wir sind“ ist am Talschluss viel ausgeprägter

als am Taleingang. Bei uns orientieren sich die jungen Menschen viel stärker nach draußen und das ist bei uns der Raum Pustertal, Sillian, Heinfels. Und die Entwicklungen in anderen Talschaften ist im Vergleich ähnlich: Im Gailtal, im Deffregental. Das ist ein Phänomen, mit dem wir zu kämpfen haben. Dazu kommt der Strukturwandel innerhalb des Tales: Beide Gemeinden im Villgratental waren bäuerliche Dörfer mit bäuerlichen Großfamilien mit vielen Kindern – die Zahl der Haushalte ist in Außervillgraten gestiegen, aber weil weniger Kinder nachkommen, sinkt die Einwohnerzahl natürlich rapide. Dazu kommen die Arbeitsplätze: je weniger Arbeitsplätze man im Ort anbieten kann, desto eher suchen die jungen Leute außerhalb einen Arbeitsplatz und das ist dann die erste Vorentscheidung für die künftige Festlegung des Mittelpunkts der Lebensinteressen.

[...]

**MH:** *Wie sehen Sie die Zukunft des Tourismus in der Gemeinde?*

**JM:** Innerhalb des Tourismus besteht das grundsätzliche Problem, dass man in einem riesigen Wettbewerb steht mit Tourismusdestinationen, die günstigste Voraussetzungen für den Massentourismus mitbringen. Auf der anderen Seite haben wir hier die Kleinräumigkeit und vielleicht ist doch der Vorteil für die Zukunft der, dass es eine gewisse Anzahl von Gästen gibt, die wirklich das Umfeld sucht, das wir hier aufgrund der natürlichen Gegebenheiten bei uns haben. Das sehe ich schon als Chance, auch wenn es manche Gegensätze in der Beurteilung gibt.

**MH:** *Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung der Gemeinde?*

**JM:** Wir müssen natürlich alles daran setzen, damit wir die Bevölkerungsentwicklung zumindest konstant halten können. Es ist nicht nur eine absolute Zahl, die man verliert, es ist eine gesamte Konstellation aus dem Gefüge gebracht – wenn die jungen Leute fehlen, gibt es eine Überalterung im Dorf, das Vereinsleben leidet darunter, es ist eine Spirale nach unten, die man mit allen möglichen Ansätzen zu stoppen versuchen muss. Ich glaube nicht, dass wir in nächster Zukunft eine Zuzugsgemeinde werden, aber das Bestreben soll sein, das zu halten, was wir haben.

**MH:** *Szenario: Was wäre, wenn es keinen Tourismus mehr gäbe?*

**JM:** Erstens ist Tourismus auch ein Beitrag zu einer gewissen Bewegung und einer Frequenz von Personen, und so ein Gewinn von Attraktivität, weil die Leute gehen dahin, wo Bewegung ist und wo mehr Leute sind. Kein Tourismus wäre ein zusätzlicher Anlass für junge Leute, sich woanders niederzulassen. Überall dort, wo kaum was los ist, wird dieser Trend verstärkt – da sind nur noch die alten Leute im Dorf, das ist für die junge, nächste Generation nicht mehr attraktiv – düstere Voraussichten wären das dann.

**MH:** *Szenario: Ist ein Biosphärenpark Villgratental realistisch?*

**JM:** Biosphärenpark habe ich im Zusammenhang mit dem Villgratental noch nicht gehört. Vielleicht von einem Tourismusvisionär...

**MH:** *In einem Biosphärenpark spielt die Partizipation der Bevölkerung eine große Rolle: Wie ist das im Villgratental mit Initiativen, die direkt aus der Bevölkerung kommen?*

**JM:** In Außervillgraten wird großer Wert darauf gelegt, dass Initiativen, die aus der Bevölkerung kommen, umgesetzt werden. In meiner Amtszeit war ich immer bemüht, von Zeit zu Zeit Aktivitäten zu setzen, bei denen Bürgerbeteiligung gefragt war. Das hat angefangen mit dem Gemeinde- Tourismusleitbild. Nach einer gewissen Phase, in der man manche Ideen umsetzen konnte, merkt man, dass eine gewisse Lethargie eintritt und dann ist es Zeit wieder eine neue Initiative zu starten. Wir haben dann über das Marktforschungsinstitut IMAD eine Telefonumfrage gemacht über die Befindlichkeiten, die Stärken und Schwächen im Dorf, bei der ca. 90% der Haushalte erreicht wurden. Darauf aufbauend hat man versucht, umsetzbare Vorschläge aufzugreifen. In einer dritten Ebene haben wir im Rahmen der Agenda 21 mit dem Moderator Karlo Hujber Gruppenarbeiten, also Schwerpunktarbeiten gemacht und wir sind derzeit dabei, das ein oder andere umzusetzen. Das heißt, periodenweise gibt es immer wieder das Bemühen, die Bevölkerung einzubinden, Rückflüsse und Rückmeldungen zu hören, Initiativen zu formulieren oder aufzugreifen und die dann auch umzusetzen – nicht nur in Papierform festzusetzen.

**MH:** *Glauben Sie, dass die Privatzimmervermietung im Dorf verschwinden wird – weil die nächsten Generationen das nicht mehr übernehmen oder weil die Nachfragetendenzen rückläufig sind?*

**JM:** Wenn man sich die Entwicklung von Tourismusgemeinden und -regionen ansieht, haben heute all jene mehr Nüchternheiten, bei denen der Übergang von der Privatzimmervermietung zur gewerblichen, professionellen Vermietung gelungen ist. Bei uns ist das, glaube ich, in der Form nicht gelungen. Es sind auch die Zahlen rückläufig, es gibt noch Privatzimmer, aber es gibt keine Nachfrage mehr. Irgendwie nachvollziehbar – wer sucht heute noch den Urlaub, wo unbedingt der Familienanschluss vorhanden sein muss? Das ist Vergangenheit, auch wenn es deshalb nicht schlecht ist, aber das ist nicht mehr das gefragte Produkt. Gefragt wird ein Tourismus mit einer gewissen Individualität, sanfter Tourismus also, und auf der anderen Seite ein Tourismus mit Action.

**Interview Transkription**  
**Alois Mühlmann (AM) – Obmann Heimatpflegeverein Villgratental, Wirt Gannerhof**  
**26.06. 2012 – 11.30h**  
**Interviewer: Marion Hetzenauer (MH)**

***MH:** Welche Funktion hat der Heimatpflegeverein für das Villgratental heute, welche Aufgaben übernimmt er?*

**AM:** Der Villgrater Heimatpflegeverein ist jetzt in etwa 20 Jahre alt. Er wurde damals gegründet zur Festigung des Selbstbewusstseins, des heimischen Produktes, der heimischen Kultur, der heimischen Baukultur, der heimischen Feld- und Flurbestellung – aber auch zur Förderung von Kunst und fremder Kulturen. Er hat sich damals zur Aufgabe gemacht ein Gerätemuseum zu gründen, also nicht ein Heimatmuseum, sondern ein ausschließliches Gerätschaftsmuseum, weil genau das im gesamten Museumsbereich immer zu kurz kommt, weil es nicht laut ist oder ein Staunen beinhaltet. Die einfachsten Arbeitsgeräte, die zum Großteil in ganz Europa ähnlich sind, aber bei uns herinnen, in einem abgeschlossenen Tal, das bis etwa 1820 / 1830 wirklich abgeschlossen war und nur über die Berge erreichbar war – über das Gsieser Tal hauptsächlich und über den Sillianer Berg – haben sich die Menschen ihre Geräte alle selber gemacht – und es ist interessant zu vergleichen, wie das die Industrie europaweit gemacht hat. Aus diesem Gerätemuseum ist dann ein Veranstaltungsraum geworden, wobei wir schon beim zweiten Projekt sind, der sogenannten Kulturwiese, die auch ins touristische gegriffen hat oder eigentlich als Tourismusidee entstanden ist. Eine Tourismusinfrastruktur war kaum vorhanden und anstatt von Liften und Tourismuseinrichtungen, die wir uns nicht leisten konnten und auch nicht wollten, habe ich als Tourismusobmann den steirischen Herbst als Vorbild genommen und recht erfolgreich kulturelle Veranstaltungen gemacht. Und als drittes Projekt haben wir die Wegelater Säge, das einzige Venezianische Sägewerk, das wir hergerichtet haben, und für das wir auch verschiedene Preise bekommen haben. Das vierte größere Projekt war dann das Ensemble Wurzerhof, das in der Gemeinde Außervillgraten steht, und dort richten wir gerade die Säge her. Der Wurzerhof ist eines der größten Ensembles in der Region, der praktisch alles selber gemacht hat, der sein eigenes Kircherl gehabt hat, der seine Waschküche, seine Selche, seine Werkstatt im Keller, mit einem riesen Brotbackofen im Keller, mit einer Mühle... also wirklich ein schönes bäuerliches Ensemble.

***MH:** Des heißt, der Heimatpflegeverein beschäftigt sich hauptsächlich mit der Erhaltung von Ursprünglichem und auch mit Identitätsstiftung – ist dann die touristische Attraktivität der Projekte eher nebensächlich?*

**AM:** Die Projekte wurden schon auch für touristische Nutzung gemacht, weil das ineinander greift. Wenn wir vom Villgratental reden, reden wir auch heute noch von einem hauptsächlich bäuerlich strukturierten Dorf. Dabei ist es aus meiner Sicht mehr der Erhalt des Charakters und damit sind wir bei der Nachhaltigkeit angelangt. Wenn man alle Bauernhöfe verputzen würde oder der eine ein rotes Ziegeldach, der andere ein Blechdach hätte, dann wäre der Charakter des Dorfes, der Bäuerlichkeit weg, verkitscht oder modernisiert in die falsche Richtung. Wir haben dann eine „Dachschindel-Aktion“, eine Förderung für holzgedeckte Dächer für Bauern bekommen, die ihre Dächer renovieren mussten, wo wir heute noch der Kulturabteilung des Land Tirols dankbar sein können. Die Frage ist, ist es die Idee, das Alte mit aller Gewalt zu erhalten, oder ist es die Idee, dass man es touristisch einsetzt.

**MH:** *Wie viele Mitglieder hat der Heimatpflegeverein?*

**AM:** Der Heimatpflegeverein hat in etwa 80 Mitglieder, das sind fördernde Mitglieder, aktive Mitglieder haben wir sechs bis zehn. Das sind einfach Köpfe, die den Verein als Tätigkeitsplattform sehen und sagen, da möchte ich dabei sein, da möchte ich etwas bewirken, da möchte ich mitdenken... [...]

**MH:** *Sehen Sie Konflikte, die im Zusammenhang mit dem Nachhaltigen Tourismus entstehen, z.B. Ablehnung des Gedankens oder Überschneidung mit anderen Bereichen?*

**AM:** Die gibt es immer, die gibt's von Anfang an. Auch bei uns gibt es Köpfe, die meinen, das ist alles „Glump“, das ist Vergangenheit und das brauchen wir nicht und wir wollen auch an dieser modernen Welt – heute kann man sie Facebook-Welt nennen – teilhaben, beeinflusst auch von Medien, Internet etc. Wir haben hier im Dorf relativ viele, die gerne die typische touristische Infrastruktur haben wollen, aber das sind vor allem jene, die nicht direkt im Tourismus tätig sind oder eine Landwirtschaft betreiben. Leider sind sie viel im Gemeinderat vertreten, aber sie haben trotzdem wenig Einfluss auf das was ich mache.

**MH:** *A propos Erhaltung bäuerlichen Struktur und des Dorfbildes: Ich habe gehört, dass im Ortskern ein größerer Betrieb geplant ist. Wie ist ihre Meinung dazu?*

**AM:** Dazu habe ich folgende Meinung: Es ist auch in Innervillgraten wichtig und notwendig, dass wir einen gewissen Fortschritt erleben müssen und eine gewisse Menge an Betrieben dürfen auch diesen Fortschritt verkörpern. Ich bin dafür, dass der das baut – ich bin dafür, dass der Tourismus im Dorf eine Stärkung bekommt, er verliert sonst an Stärke und das bisschen Einfluss, das er hat. Es wollen alle Geld mit dem Tourismus verdienen, aber am liebsten als Schilehrer oder als „Bügel-Schupfer“ beim Lift, aber wirklich Verantwortung für das Dorf zu übernehmen und sich selber für die Idee des Heimischen und der Wertschöpfung einzusetzen ist leider nicht sehr stark ausgeprägt. Das Hotel dort oben zu bauen, ist aus meiner Sicht auch

nicht richtig, weil es einfach nicht der richtige Platz ist. Aber der Bauherr hat drei Fachleute zur Standortwahl gefragt, und die sind immer wieder darauf zurückgekommen, dass dies der beste Platz wäre. Er plant auch eine kleine Struktur machen, nicht unbedingt einen großen Block.

**MH:** *Sie sind als Betrieb Mitglied bei den Bergsteigerdörfern...*

**AM:** Die Bergsteigerdörfer sind ein gute Idee, wie viel Potential drinnen ist, ist aus meiner Sicht nicht zu ermessen. Auf jeden Fall habe ich erst kürzlich eine recht aktive und in die richtige Richtung weisende Aktion mitbekommen – sie haben Kals rausgeschmissen. Das heißt, es sind bindende Kriterien drinnen. Es ist eine wichtige Aktion für Dörfer wie Innervillgraten, die am Rande des Geschehens sind, und für klein strukturierte Tourismusdörfer ist diese Plattform wichtig und auch sehr gut.

**MH:** *Welche Vor- und Nachteile ergeben sich für Sie als Mitgliedsbetrieb bei den Bergsteigerdörfern?*

**AM:** Es ist ein Ausweis dafür, dass man für den Gedanken steht und diesen auch einhält. Dass man sich Nachhaltigkeit, Naturbelassenheit und den kleinstrukturierten Tourismus wünscht und das in seiner Identität trägt.

**MH:** *Wo stünde das Villgratental heute, wenn es keinen nachhaltigen Tourismus gegeben hätte und das Tal von Anfang an einen anderen Weg gegangen wäre?*

**AM:** Auf einem anderen Weg hätte das Tal im Tourismus überhaupt kein Chance gehabt. Es ist nicht in der Lage für einen anderen Weg des Tourismus – das sind ausschließlich Stammtischideen. Es sind speziell in Innervillgraten die Köpfe nicht da, die was riskieren, die Unternehmer sein wollen, die wirklich Tourismus machen wollen – die gibt's nicht, die hat es nicht gegeben und die wird es nicht geben – das sind einzelne wenige. Da ist eigentlich automatisch der Weg des sanften Tourismus übriggeblieben. Ich habe 1976 angefangen, und mir das auch anders vorgestellt. Wo sind die Gäste, warum kommen nicht mehr Gäste, was machen wir, was unternehmen wir alles, wo schauen wir hin, zu wem schauen wir und schauen ab, wie es die machen – alles verworfen! Das hat drei, vier Jahre gedauert, bis ich gesehen habe, es ist nichts da, außer das schönste, das wunderbarste was wir haben – Natur. Einfaches Menschendenken, Einfaches, Natürliches, bäuerliche Strukturen, Zusammenhalt im Dorf – das was man heute auch überall ein bisschen sucht, eine Nestwärme – das ist da. Das darf man auch nicht zerklopfen mit Reisebüros, mit Hüttenzauber und Hotels und Sporthotels, die das ganze zerstören. Weil die Wirtschaft und die Nachhaltigkeit von denen ist ja wesentlich geringer als man annimmt, und heute noch weniger als damals. Heute will ja keiner mehr im Tourismus arbeiten, die richtigen Tourismusarbeiter werden von Deutschland, von Polen oder der Slowakei geholt. Das große Hotel kauft dann auch beim Großanbieter ein, wo zum Beispiel

das Fleisch um 20 oder 30 Prozent günstiger ist, der kauft nicht das Kalb oder das Lamm, nicht die Milch und den Butter aus der Umgebung. Wenn es gebaut wird, schreibt man das europaweit aus und dann kommt die Firma von irgendwo her, und so geht es weiter. Also, was bleibt über: Ein paar Steuern für die Gemeinde – und ganz viel Müll und viele hingemachte Köpfe im Dorf, die neidisch hinschauen. Dass alles der Bank gehört, weiß der Bauer ja nicht, der sieht das große Haus und denkt an Reichtum. Dann ist eigentlich nur der Weg übrig geblieben zu denken: Nützen wir bitte das, was wir haben! Geben wir dem Gast das, wofür er herkommt, nicht den Schwertfisch, sondern das Lammfleisch, das wir da haben, und so weiter. Das war der Gedanke und das war dann eigentlich schon erfolgreich. Villgraten hat heute einen positiven Namen was das anbelangt, vor allem beim Schitourengehen. Wir haben Schiberge hier im Villgratental, da hat es uns natürlich in die Hände gespielt, dass das Schitourengehen ein Trend geworden ist. Wir haben bereits vor 30 Jahren angefangen, Schitouren zu bewerben, mit ein paar Innsbrucker Rechtsanwälten und ein paar Wiener Ärzten, die halt damals den Aussteigergedanken leben und extravagant sein wollten, und heute ist es ein Boom, heute ist das ein Massensport geworden. Heute haben wir ohne Lifte im Winter mehr Nächtigungen als ein Hotel, das den Lift neben der Haustür hat. Am 10. März ist die Talstation in Sillian zu zwei Dritteln leer und in Innervillgraten sind wir diese drei Wochen zu 99 Prozent ausgebucht.

**MH:** *Sehen Sie die Gefahr, dass der Tourismus im Villgratental in Zukunft massentouristischer werden wird?*

**AM:** Ja. Die Gefahr sehe ich aus verschiedenen Gründen. Erstens wird die Anreise immer teurer, immer schwieriger, vor allem ohne Flugplatz, und den will hier auch niemand. Die Anreise von Hamburg ins Villgraten ist ein Wahnsinn, das tun sich die Leute heute nicht mehr an. Die Generation, für die das Auto die heilige Kuh ist, die stirbt aus. Vor allem in der Stadt gibt es viele junge Menschen, die kein Auto mehr brauchen oder wollen und auch große Firmen haben dort Ideen verwirklicht, Leihautos und dergleichen anzubieten. Der Autowahn und das ewig weite Autofahren werden sicher anders werden. Der zweite Grund ist auch, dass der Reiz, diese wunderschöne Natur im Sommer zu erleben, nicht mehr reicht, zu leise ist – man ist eine laute Umgebung gewöhnt, vor allem die junge Generation. Und ob diese beim Älterwerden auch diese Gewohnheiten mitnimmt oder ob sie eher ruhebedürftig wird? Ich bin mir nicht sicher, ob diese junge Generation, die in 15 bis 20 Jahren selbstständig reisen wird, auch noch Ruhe sucht, oder Ruhe brauchen – das sehe ich schon eher sinkend. So wie auch die Leute, die in den 70er Jahren mit dem Auto durch die Berge gefahren sind, die sind autogewandert, und die gibt es heute auch nicht mehr. Aber was tun die Gäste hier dann? Im

Winter habe ich keine Sorge, aber im Sommer schon... Und dann heißt es, machen wir es doch auch wie die anderen, mit großem Hotel und Animation den ganzen Tag, da sehe ich die Gefahr zum Massentourismus.

**MH:** *Wäre zum Beispiel Umweltbildung im Sommer eine Möglichkeit?*

**AM:** Keine Ahnung, ob sich Leute in ihrem Urlaub für Lernen und Umweltbildung hernehmen lassen. Ohne Animation sicher nicht, und in welcher Form die dann ausfällt, weiß ich auch nicht.

**MH:** *Gibt es in der nächsten Generation, so in zehn bis zwanzig Jahren, noch Innervillgrater und Außervillgrater, die den Gedanken der Nachhaltigkeit weitertragen?*

**AM:** Auf jeden Fall. Das ist auf der anderen Seite schon so, dass junge Leute Verantwortung übernehmen wollen. Nur mit dem Ehrgeiz und dem wirklich absolutem Fleiß und Einsatz – 7-Tage Woche und zwölf Stunden Arbeit pro Tag – das sehe ich eher nicht so.

**MH:** *Haben Sie noch weitere Anmerkungen zum Tourismus im Villgratental?*

**AM:** Der nachhaltige Tourismus ist eine Chance für weniger ausgebaute Orte in den Alpen, damit auch sie mit ihrer kleinen Struktur eine Möglichkeit im Tourismus haben, was auch immer meine Idee war. In einer kleinen Struktur bedeutet das, dass der Bauer - speziell der Bauer, der hier wohnt und sich entschieden hat hier zu bleiben – unbedingt an der Wirtschaftlichkeit und dem Profit teilhaben darf – ja teilhaben muss! Zum Beispiel über Ferienwohnungen oder die Vermarktung der eigenen Produkte, damit eine Bindung mit dem Gast und auch mit größeren Unternehmen vorhanden ist und nicht eine Abneigung entsteht.

**MH:** *Wären da die Gemeinde oder der Heimatpflegeverein die Institutionen, die Überzeugungsarbeit übernehmen?*

**AM:** Natürlich sind dabei alle Verantwortlichen gefragt und gefordert. Der Heimatpflegeverein hat sich als rein freiwilliger Verein schon sehr viel auferlegt und tut es auch permanent, ohne den Leuten seine Doktrin aufzubinden. Er lebt es vor, er macht es und alle Beteiligten sind in der gleichen Idee, im gleichen Gedanken verbunden.

**Interview Transkription**  
**Josef Schett (JS) – Obmann Tourismusinformation Villgratental**  
**26.06.2012 – 14h**  
**Interviewer: Marion Hetzenauer (MH)**

**MH:** *Was bringt ein nachhaltiger Tourismus im Villgratental?*

**JS:** Diese Frage stellt sich ja nicht nur bei uns, sondern Nachhaltigkeit muss allgemein betrachtet werden. Den kurzfristigen Dingen nachzulaufen entspricht nicht unserem Naturell.

Was ich unter nachhaltigem Wirtschaften verstehe, ist aufbauend auf der Basis, die wir haben, auf unserer Kultur, auf dem Leben, das man jahrhundertlang hier geführt hat. Das ist heute etwas, was meiner Meinung nach eine gewisse Gästeschicht ganz bewusst sucht – weil es keine aufgesetzte Geschichte ist, sondern hier verwurzelt ist. Und auch das ist ein Garant, dass es mit dem Tourismus so weitergehen kann. Das bestehende Angebot hat sich etwas erweitert, die Gasthausstruktur sowie Urlaub am Bauernhof, was gut angenommen wird, und auch die Vermietung von Ferienwohnungen und Almhütten, was das Einkommen einzelner Familien und vieler landwirtschaftlicher Betriebe stärkt. So können viele Leute in unserem Tal – zwar bescheiden, aber trotzdem – vom Tourismus profitieren. So wird ein vernünftiges Verhältnis geschaffen zwischen den Grundbesitzern, also den Bauern, und dem Tourismus, damit die auch ein bisschen was davon haben. Keiner stürzt sich dabei in irgendwelche Abenteuer und daher würde ich sagen, das ist eine vernünftige Lösung.

**MH:** *Gibt es Tendenzen, den Tourismus im Villgratental auszubauen?*

**JS:** Auf Basis von dem, was wir derzeit haben, gibt es durchaus Möglichkeiten weiter auszubauen. Es gibt die Möglichkeit, dass man die Almhütten in der Vor- und Nachsaison besser nutzt, indem man mit bestimmten Vereinen kooperiert, ich denke dabei an den Österreichischen Alpenverein. Wir sind deshalb auch ganz bewusst bei den Bergsteigerdörfern dabei, weil wir glauben, dass wir so wirklich die Zielgruppe erreichen, die zu uns her passt. Und wenn der eine oder andere zusätzlich Urlaub am Bauernhof anbietet oder eine Ferienwohnung ausbaut, ist das sehr willkommen und es kann bei uns auch nicht schaden, wenn der ein oder andere Betrieb im Laufe der Zeit noch entstehen würde. Was ich nicht befürworte, wäre, wenn auswärtige Investoren große Hotelburgen herbauen und damit unsere Strukturen komplett auf den Kopf stellen. Aber dass die Basis, die wir bis jetzt haben, behutsam ausgebaut wird, ist durchaus möglich und denkbar und wünschenswert.

**MH:** *Wie ist ihre Meinung zu dem geplanten Betrieb neben der Kirche in Innervillgraten?*

**JS:** Ich weiß, was der Besitzer im Tourismus bereits alles getan hat und was der kann, und daher sage ich, das ist eine gute Sache, um den Qualitätstourismus ein bisschen anzukurbeln. Das ist eine einheimische Familie, die bis jetzt auch schon viele Jahrzehnte erfolgreich im Tourismus ist, und ich glaube, dass das eine Belebung für das Tal bedeutet.

**MH:** *Dabei ist die Platzwahl umstritten...*

**JS:** Dieses Thema wird dorfintern recht emotional und kontrovers diskutiert, was meiner Meinung nach nicht notwendig ist. Dieser Platz wurde in weniger glorreichen Zeiten enteignet, da wurde ein Zollhaus hingebaut, und wenn jetzt ein heimischer Qualitätsbetrieb 15 bis 20 Arbeitsplätze schaffen will, muss er das tun, wo Platz zur Verfügung steht? Die Diskussion wird

derzeit im Dorf am Köcheln gehalten, aber sobald da das Dach drauf ist und das Haus fertig ist, glaube ich, ist es etwas, was durchaus ins Dorf passt. Bei dem Konzept ist vorgesehen, das alte Zollgebäude in das Gebäude zu integrieren, und so wie ich die Pläne kenne, glaube ich, dass sich das Gebäude harmonisch in das Dorfbild einfügen wird.

**MH:** *Gibt es auch im touristischen Sinn Maßnahmen zum Ausbau?*

**JS:** Was der Tourismus selbst tun kann, ist, das Angebot für die Gäste zu verbessern – wir müssen unseren Kunden einen Grund geben, zu uns herzukommen und dafür müssen wir das bestehende behutsam ausbauen. Da sind wir gerade dabei, zum Beispiel gibt es für den Sommertourismus das Projekt „Herz-Ass“, das sind 100 Kilometer Wanderwege auf einer Strecke mit mehreren Zulaufstrecken und auch in verschiedenen Schwierigkeitsgraden – da gibt’s zum einen die Jedermann-Route, und dann auch eine im hochalpinen Bereich für Leute, die bergsteigen wollen. Es ist gelungen, ein Budget von 80.000 Euro aufzustellen, und wir sind gerade dabei, es umzusetzen und mit dem Alpenverein entsprechend zu bewerben. Es soll dann auch mit verschiedenen Veranstaltungen belebt werden, zum Saisonstart und zum Saisonabschluss. Dazu kommt ein entsprechendes Mobilitätsangebot: Uns schwebt da vor, dass es verschiedene Ausgangspunkte gibt und verschiedene Punkte, wo man nach jeder Tagesetappen wieder zurückkommt – dass man in der Früh mit einem öffentlichen Verkehrsmittel zum entsprechenden Ausgangspunkt hinfahren und am Abend wieder zum Quartier zurückfahren kann. Ich möchte, dass bei den heimischen Betrieben Umsatz entsteht und dass die Leute am Abend gut essen gehen können, sich entspannen können. Im Winter ist die Verbesserung des Schitourenangebotes wichtig, wir haben vor einigen Jahren einen Schitourenführer herausgebracht – als Schitourengebiet sind wir ja bekannt – und es ist geplant, das ganze abwechslungsreich anzubieten, dass man zum Beispiel grenzübergreifende Touren machen und mit einem Mobilitätsangebot wieder zurückkommen kann.

**MH:** *Finden Sie, dass der Tourismus im Villgratental Probleme schafft?*

**JS:** Ich würde sagen, dass er ein wichtiger Einkommensfaktor ist. Es kann natürlich sein, dass es zu Konfliktsituationen zwischen einzelnen Leuten kommt. Probleme sehe ich aber nicht, sondern das Gegenteil – einen wichtigen Einkommensfaktor für das Tal, für die Vermieter, die Gastronomie, für die Leute, die direkt vermarkten, für unseren Betrieb hier, für die Handwerker. Speziell die Gästesicht, die wir ansprechen, die mit offenen Augen und Ohren durch die Landschaft geht, sich viele Dinge bewusst anschauen und durchaus kritisch auf Veränderungen reagieren und sagen, mehr Behutsamkeit wäre gut, zwingt uns Einheimische auch manchmal zum Nachdenken.

**MH:** *Sie haben vorher angesprochen, dass die Qualität verbessert werden muss. Trifft das auch auf die Beherbergungsbetriebe zu? Gibt es Förderungen oder Aufklärungsmaßnahmen für die Betriebe, damit diese ihre Standards verbessern?*

**JS:** Wir machen immer wieder Veranstaltungen, die in diese Richtung gehen – das sind vor allem Informationsveranstaltungen für die Vermieter. Jetzt im Herbst ist eine größere Sache geplant, speziell für die Vermieter von Almhütten. Wir sind hier schon in der Situation, dass durch die Kleinstrukturiertheit des Tourismus zwar das Angebot da ist, aber die Vermieter manchmal auf die geänderten Gästewartungen nicht eingehen. Man muss wissen, was die Gäste erwarten. Das fängt bei der Präsentation auf den Homepages an – wer nicht im Internet drin ist, den gibt's auf der Welt nicht, und das muss man den Leuten bewusst machen. Wenn man solche Informationsveranstaltungen macht, kommen leider oft nur die, die schon jetzt nicht schlecht sind. Die anderen dazu zu bringen, ist schon schwer, vor allem, wenn es ältere Leute sind. Das ist eigentlich fast das schwierigste, bei den Leuten ein Qualitätsbewusstsein zu wecken und ihnen bewusst zu machen, dass der Gast mit einer gewissen Erwartungshaltung ins Villgratental kommt – die man auch durch Pressearbeit weckt – und die Kunst ist dabei, dass diese Erwartungen auch erfüllt werden. Daneben gibt es auch gewerbliche Betriebe, wo die Umstände oder die familiäre Struktur notwendige Veränderungen nicht zulassen.

**MH:** *Gibt es auch die Situation, dass Betriebe nicht mehr weitergeführt werden, weil die Leute älter werden und deshalb aufhören?*

**JS:** Ja, diese Situation haben wir hier natürlich auch. Aber das ist ein normaler Prozess, den es überall gibt. Andererseits kommen auch Betriebe und Vermietern dazu. Ein ganz individuelles Angebot hat zum Beispiel der Wurzerhof in Außervillgraten, der seinen einzigartigen Bauernhof für Gruppen anbietet, und sehr erfolgreich ist. Das Villgratental besteht aus zwei kleinen Dörfern. Wenn da bei zwei, drei Familien einmal die Strukturen nicht passen, hat das massive Auswirkungen. Aber die Tourismusfunktionäre können da nicht eingreifen. Man kann nur versuchen, die Rahmenbedingungen und eine Aufbruchsstimmung zu schaffen, damit dann auch andere Leute sagen, sie sehen eine Chance im Tourismus.

**MH:** *Werden Kooperationen mit den Bergsteigerdörfern oder Urlaub am Bauernhof in die Tourismusplanung miteinbezogen?*

**JS:** Die Angebotsgruppe Urlaub am Bauernhof ist sehr gut organisiert und speziell wir versuchen das möglichst vielen Leuten schmackhaft zu machen. Natürlich kostet die Mitgliedschaft in einer professionellen Angebotsgruppe etwas und es sind bestimmte Anforderungen zu erfüllen, und das muss man halt akzeptieren – die Herausforderung ist, das auch bei den Leuten entsprechend zu positionieren. Bei den Bergsteigerdörfern ist das so, dass

es ein relativ neues Konzept ist, das man auch hin und wieder nachjustieren muss – was derzeit auch in Gang ist. Derzeit sind fast 20 Gemeinden Mitglied und im Herbst und im Winter werden die Rahmenbedingungen nochmal überarbeitet. Das Ziel ist, dass man bei den über 400.000 Mitgliedern diese Dörfer speziell bewirbt. Wir versuchen, speziell über die Wanderangebote und ähnlichem was zu tun, und gleichzeitig müssen wir schauen, dass die Betriebe, die Mitglied sind, oder werden wollen diese Angebotsanforderungen auch erfüllen. Es gibt jetzt neu erstellte Richtlinien und im Herbst gibt es für die Vermieter eine Informationsveranstaltung – es ist halt ein lebender Organismus, an dem derzeit gearbeitet wird.

**MH:** *Werden direkt aus der Bevölkerung, einmal abgesehen vom Heimatpflegeverein, der Gemeinde oder der Tourismusorganisation, auch Projekte und Initiativen vorgeschlagen?*

**JS:** Durch die Fusion zum Großverband Osttirol hat sich vieles geändert und ich habe mit Freude festgestellt, dass auch Leute, die keine offiziellen Funktionen haben, sich mit viel Engagement einbringen, zum Beispiel in Arbeitsgruppen, wie der Herz-Ass. Und Tourismuseinrichtungen werden ja von den Einheimischen auch ganz stark genutzt. Wir haben letztes Jahr ein paar kleinere Projekte gemacht, wie eine Kneipanlage in Außervillgraten, bei der Unterstalleralm haben wir einen kleinen Rundweg gemacht mit Aussichtsplattformen über den Wasserfall, wo man die Kraft des Wassers erleben kann, oder auch eine kleine Höhenloipe, eine Almloipe im Winkeltal gemacht – und da haben wir offene Türen eingerrannt, viele Leute haben dabei mitgemacht und sich in die Projekte eingebracht. Es gibt auch Leute, die Ideen haben und wir versuchen, das zu kanalisieren und umsetzbare Projekte daraus zu machen.

**MH:** *Es gibt hier viele kleine Angebote, gibt es auch einen Aufhänger, wo man sagen kann, genau dafür steht das Villgratental?*

**JS:** Wir sind hauptsächlich für die Almhütten im Sommer und Skitouren im Winter bekannt. Wir haben allein in Innervillgraten 60 Almhütten und ca. 30 in Außervillgraten, die gut vermietet werden, und das schon seit Jahrzehnten. Aber da ist sicher noch Handlungsbedarf, und das Bewusstsein, dass man da was tun muss, verstärkt sich. Natürlich müssen die Optik und das Flair der Hütten erhalten bleiben, aber innen muss man sie behutsam so umbauen, dass man zeitgemäßer wohnen kann. Wir müssen auch versuchen, sie in der Vor- und Nachsaison besser auszulasten, was über die Alpenvereine meiner Meinung nach geht. Bei uns spricht man selbstverständlich auch Familien mit Kindern an, aber die sind an die Ferien gebunden. Wir sind schon für den Almhüttentourismus bekannt, und dabei müssen wir darauf achten, dass

auch die Alpbewirtschaftung erhalten bleibt und somit das besondere Flair hier erlebt werden kann.

**MH:** *Gibt es denn bewirtschaftete Almen?*

**JS:** Zu wenige. Dass Leute mit den Tieren auf der Alm sind, wird immer weniger. Traditionell sind bei uns die älteren Leute im Sommer auf der Alm, und diese Strukturen gibt es bei uns schon noch, aber man muss sich Überlegen, dass das Vieh gemeinschaftlich auf der Alm betreut wird, die Milch dort verarbeitet und die Produkte angeboten und vermarktet werden und daraus auch eine entsprechende Wertschöpfung generiert wird. Auch das Angebot an Jausenstationen müsste ausgebaut werden, denn die Almen werden so attraktiver für Wanderer.

**MH:** *Welche Beiträge liefert der Tourismus für die Regionalentwicklung?*

**JS:** Der Tourismus liefert einen ganz entscheidenden Beitrag dazu, dass es die Almen bei uns in dieser Form noch gibt. Ich habe diese Entwicklung nun über 45 Jahren intensiv miterlebt, zum ersten Mal als kleiner Bub beim Kühe hüten auf der Alm. Damals hat es fast keinen Tourismus gegeben. Als der Strukturwandel durchgegriffen hat, ist die traditionelle Almwirtschaft zurückgegangen. Es gäbe sicher viele Almhütten, die zusammengefallen wären und die nicht mehr hergerichtet worden wären, wäre nicht der Tourismus gekommen. Da hat man gesehen, dass man die Hütten auch vermieten und somit eine Einnahme haben kann, was eine Motivation war, die Almen herzurichten und in Schuss zu halten. Damit wird auch eine Kulturlandschaft erhalten, die über Jahrhunderte entstanden ist – und das ist zum großen Teil auf die Art von Tourismus, den wir hier machen, zurückzuführen.

**MH:** *Heißt das, ohne Tourismus wäre die Kulturlandschaft verfallen?*

**JS:** Genau. Dazu ist auch die Modernisierung gekommen, dass man Wege gebaut hat und die Mechanisierung gegriffen hat - bei uns mäht man heute mehr Almwiesen wie etwa vor zwanzig Jahren.

**MH:** *Glauben Sie, dass sich die Tourismusstruktur in den nächsten zwanzig Jahren stark ändern wird? Die Art, aber auch die Überzeugung der Leute?*

**JS:** In den letzten 30 Jahren hat sich der Tourismus ja komplett verändert. In den 70er Jahren hat es die Privatzimmervermietung gegeben, die ist fast gänzlich verschwunden. Umgekehrt wird auch diese Angebotsform nur mehr sehr wenig nachgefragt. Dann hat es halt Familien gegeben, die sich weiterentwickelt und auf die geänderten Bedingungen eingestellt haben. Der Tourismus muss aber ganz gewiss professioneller werden, und momentan sind wir da in einem Prozess drinnen – wie schon gesagt, wenn jemand nicht dafür bereit ist oder das Bewusstsein hat, dass man eine gute Homepage hat, wo man sich entsprechend präsentiert, hat der

weniger Chancen Einnahmen aus dem Tourismus zu lukrieren und das wird sich dann aufhören. Mit einer Professionalisierung ändert sich auch etwas in der Einstellung, glaube ich, so dass man erkennt, dass wir hier ein einzigartiges Kleinod haben, das man auch so erhalten muss, wie es ist – und damit haben wir gute Chancen in einem vernünftigen Tourismus.

**MH:** *Wo wäre das Villgratental, wenn es von heute auf morgen keinen Tourismus mehr gäbe?*

**JS:** Dann, denke ich, hätten wir in kürzester Zeit viel weniger Einwohner, viel weniger aktive Landwirtschaft und Handwerksbetriebe. Es hätte massive Auswirkungen auf unser Tal, unser Lebensraum würde sich gravierend verändern.

**MH:** *Es wurde angedacht, einen Biosphärenpark Villgratental zu machen – nun habe ich von ein paar Seiten gehört, dass da nicht mehr weiter diskutiert wurde. Ist ein Biosphärenpark aktuell?*

**JS:** Das ist sehr aktuell, aber nicht vielen Leuten bekannt. Wir haben das Konzept griffbereit in der Schublade, und wenn die Rahmenbedingungen passen, kann das umgesetzt werden.

**MH:** *Ein Biosphärenpark als Zukunftskonzept ist durchaus möglich?*

**JS:** Ja, das könnte ein Konzept für die Zukunft sein. Es gibt Kontakte zum Alpenverein, zum Umweltdachverband und zum Landwirtschaftsministerium, aber ein solches Projekt kann nur umgesetzt werden, wenn hier im Tal die entsprechende Stimmung gegeben ist.

[...]

**MH:** *Sehen Sie die Gefahr, dass der Tourismus in Villgraten massentouristischer wird?*

**JS:** Diese Gefahr sehe ich derzeit nicht. Wo findet Massentourismus statt? Wo auch riesige Kisten stehen, die um jeden Preis Massen an Touristen haben müssen – aber mit unseren Strukturen hier sehe ich diese Gefahr nicht. Und auch von der Gesetzeslage ist es nicht möglich, z. B. ein Almhüttendorf zu bauen. Wenn die Hütte voll ist, ist sie voll, dann gibt's eventuell eine Warteliste – das hebt nur den Preis.

**MH:** *Glauben Sie, dass die Nachfrage bestehen bleibt?*

**JS:** Ich glaube, dass die Nachfrage eher steigt, weil es eine steigende Anzahl von Leuten gibt, die genau das suchen, was wir hier haben. Auch wenn wir doppelt so viele Nächtigungen haben wie derzeit, haben wir noch lange keinen Massentourismus, sondern die Strukturen, die wir derzeit haben, besser ausgelastet. Das was als Massentourismus allgemein verstanden wird, wird bei uns noch lange kein Thema sein.

**MH:** *Gibt es von der Gemeinde Seite Regulierungen im Tourismus, z.B. Beschränkung der Bettenzahlen oder ähnliches?*

**JS:** Diese Regelung gibt es nicht. Es ist natürlich die Bestrebung da, dass kein Investor von außen kommt, wie etwa in Kals. Aber bei den derzeitigen Strukturen wird das nicht geschehen, dass jemand ein großes Hotel bauen will – außer bei dem einen Projekt, das ein Einheimischer

baut, was ich sehr begrüßenswert finde. Bestehende Betriebe müssten in punkto Qualitätsverbesserung was tun, und damit bleiben wir auch authentisch. Auch wenn wir es schaffen würden, die Almhütten wetterfest und winterfest zu machen, hätten wir im Winter 500 Betten mehr. Dann könnten wir im Winter das Angebot ausbauen, von dem auch die Gastronomie und die handwerklichen Anbieter profitieren.

## Kriterien für Bergsteigerdörfer <sup>45</sup>

### *A) Ausschlusskriterien*

#### A1) Unzureichende Tourismusinfrastruktur

- Fehlen von Beherbergungsbetrieben

#### A2) wenig alpiner Landschaftscharakter, Landschaftsschäden, Technikdominanz

- geringe Reliefenergie
- den Gesamtcharakter erheblich störende Schäden durch menschliche Eingriffe
- Dominanz schitouristischer Erschließungsmaßnahmen

#### A3) Kein dörflicher Charakter

- zu große Bewohnerzahl (Grenzwert 2.500)
- zu große Betriebsgrößen, gemessen an der Beschäftigungszahl (Grenzwert: 50 / Betriebsstätte, im Einzelfall sind Ausnahmen möglich, wenn der dörfliche Charakter nicht beeinträchtigt wird.)
- ungünstiger Charakter der Bebauung: Maßstäblichkeit, Gestaltung und Anordnung der neueren Bautätigkeit insbesondere am Außensaum – Problematik der Gewerbegebiete – Zersiedelung – Verlust des harmonischen Siedlungsbildes.
- Dominierende Parahotellerie (großräumige Ferienparks, Appartementanlagen, Time-Sharing-Anlagen u. dgl.)

#### A4) Lage an Hochleistungsverkehrswegen

- insbesondere Autobahn, Autoschnellstraße, Flugplatz

### *B) Pflichtkriterien (entweder bereits vorhanden oder kurzfristig erfüllbar)*

#### B1) Tourismusqualität

- Schutzhütten alpiner Vereine oder vergleichbare private Hütten (im Regelfall über 1.500 m Seehöhe; für Besucher nur zu Fuß erreichbar)
- Bergsteigerdorf-Partnerbetriebe im Tal
- Gute Bandbreite der Beherbergungskategorien (von einfach bis gehoben)

#### B2) Alpinkompetenz

- laufend gut betreutes und regelmäßig kontrolliertes Alpinwegenetz mit Beschilderung nach den Richtlinien der Bergwegekonzepte
- kompetente örtliche Alpinberatung
- Verleih oder Vermietung von spezieller Bergsteigerausrüstung (z.B. LVS-Gerät, Sonde, Schaufel, Schneeschuhe, Steinschlaghelm,...), Führerliteratur, Kartenmaterial
- Tourenprogramm (Klettern, anspruchsvolle Bergtouren, Hochtouren, Schitouren)

---

<sup>45</sup> aus OEAV 2008, S. 51f

für Gäste (über örtlich zuständigen Alpinverein, Bergführer, Wanderführer, Schiführer, ...)

#### B3) Landschaftsqualität

- keine durch Straßen / Seilbahnen erschlossenen benannten Berggipfel (Erschließung endet mindestens 200 Hm unter dem Gipfel, bzw. in mindestens 500 m Horizontaldistanz)
- Verzicht auf Neuerschließung und großräumige Erweiterungen (entsprechend Salzburger Sachprogramm Schierschließung 2008, Tiroler Raumordnungsprogramm Seilbahnen 2005)
- Keine Außenstarts und –landungen von Motorflugzeugen (ausgenommen Versorgungs- und Rettungsflüge)
- keine permanent genutzten Motorsportstrecken zur Austragung von Bergrennen, Rallies, Motocross, Schidoo-Rennen u. dgl.
- Verzicht auf Neuerrichtung von großen Wasserkraft -, Windkraft-, Photovoltaik-Anlagen (in überörtlicher Dimension), Hochspannungs-Freileitungen
- Ganzjährig ausreichende Wasserführung (= ausreichend Restwasser) in Fließgewässern
- Hochalmen und Bergwälder werden von motorisiertem Individualverkehr außerhalb öffentlicher Straßen frei gehalten.
- Schutzgebietsanteil an der Gemeindefläche liegt im Regelfall über 20 %

#### B4) Mobilitätsqualität

- Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln auch an Wochenenden und Feiertagen (Richtwert mind. 2 Buspaare pro Tag)
- Bergsteigertaugliche Mobilitätsangebote am Urlaubsort (Taxidienste, Abholservice, organisierte Mitfahrgelegenheiten)

#### B5) Kooperationsqualität

- Projektarbeitsgruppe mit definiertem Ansprechpartner vorhanden
- Enge Zusammenarbeit mit örtlich zuständigen Alpinen Vereinen

### *C) Zielkriterien („Pluspunkte“, „Premium-Kategorie“)*

#### C1) Touristische Qualität

- ausreichende Nahversorgung am Ort mit Artikeln des täglichen Bedarfes (Kaufgeschäft, ...)

#### C 2) Alpinkompetenz

- aktuelle Führerliteratur und für bergsteigerische Zwecke brauchbare Karten
- aktuelle Online-Routeninformationen und darüber hinausreichende Informationsangebote
- Alternativen bei Schlechtwetter
- alpines Kurs- und Ausbildungsangebot am Ort
- Sportgeschäft mit bergsteigergerechtem Beratungsangebot am Ort

#### C3) Landschaftsqualität

- Schutzgebietsbetreuung ist eingerichtet und aktiv

Die „Kriterien für Bergsteigerdörfer“ werden von Gemeinderat bzw. Ortsausschuss per Beschluss angenommen und beim OeAV hinterlegt.

## Abstract

Diese Arbeit behandelt das Konzept der nachhaltigen Entwicklung und wie es im Tourismus, und dabei im speziellen im Tourismus des Alpenraums angewandt wird. Einführend werden die Grundlagen der nachhaltigen Entwicklung mit Fokus auf den UN Bericht „Our Common Future“ und die UN Conference on Environment and Development 1992 (Rio-Konferenz) beschrieben. Da das Konzept der nachhaltigen Entwicklung vielfach und interdisziplinär diskutiert und interpretiert wurde, werden im Weiteren die verschiedenen Interpretationen der Nachhaltigkeit behandelt. Auch wichtige Kritikpunkte am Nachhaltigkeitskonzept werden angesprochen, konkret die Punkte „Keine klare Definition“, „Falscher Gebrauch des Begriffs“, „Ungleiche Konzentration von ökologischem und ökonomischem Fokus“, „Schwierigkeit zu messen oder zu vergleichen“, „Nachhaltigkeit als Bekämpfung von Symptomen“.

Tourismus ist als ein System verschiedener Umwelten und Teilprozesse zu verstehen. Im Laufe seiner Entwicklung hat sich auch Tourismus das Konzept der Nachhaltigkeit angeeignet. In verschiedenen Traditionen der Tourismusausübung, beschrieben von JAFARI als Plattformen (Advocacy, Cautionary, Adaptancy und Knowledge-based Platforms) und bei CLARKE modifiziert zu dem Verhältnis von Massentourismus zu nachhaltigem Tourismus zwischen Gegensatz und Konvergenz. Das bedeutet, dass in der gegenwärtigen Tourismusauffassung nachhaltige Strukturen sowohl in kleinstrukturiertem als auch in größer dimensionierten Tourismusformen anwendbar sind.

Um die Entwicklung dieser Philosophie des nachhaltigen Tourismus nachvollziehen zu können, werden die Vorläufer des nachhaltigen Tourismus berücksichtigt, und dabei vor allem der sanfte Tourismus, der als Gegenkonzept zum Massentourismus konzipiert wurde. Sanfter Tourismus soll vor allem für lokale Bevölkerung und Gemeinschaften Vorteile schaffen.

Nachhaltiger Tourismus fordert ein qualitatives und gleichmäßiges Wachstum zwischen den miteinander verbundenen Faktoren wirtschaftlicher Wohlstand, subjektives Wohlbefinden, optimale Befriedigung der Gästebedürfnisse sowie eine intakten Natur und Kultur. Ziel ist eine ausgeglichene Tourismusentwicklung, bei dem die positiven Interaktionen zwischen diesen Faktoren und ihren Zielen ausgebaut und die negativen verringert werden. Gemäß der Einteilung der Nachhaltigkeitsintensität (sehr schwache bis sehr starke Nachhaltigkeitsposition) kann Tourismus klassifiziert werden.

Nachhaltiger Tourismus manifestiert sich in verschiedenen Ausprägungen, innerhalb des Naturtourismus zum Beispiel im Ökotourismus oder des Wildlife-Tourismus. Bei der Umsetzung dieser Tourismusarten ist aber nicht immer klar abzugrenzen, ob die

Kriterien der Nachhaltigkeit dabei eingehalten werden oder ob der Bezug zur Nachhaltigkeit nur zu Marketingzwecken genutzt wird.

Unter Berücksichtigung der Wirkung des nachhaltigen Tourismus auf die regionale Entwicklung und den vorangehenden Ausführungen wird der Versuch angestellt, nachhaltigen naturnahen Tourismus zu definieren und ihn anhand von Strategien und Maßnahmen im Alpenraum und im Untersuchungsraum, dem Osttiroler Villgratental, festzumachen.

Mittels einer schriftlichen Umfrage bei den Tourismustreibenden im Villgratental werden folgende Fragen untersucht: *Welches Nachhaltigkeitsverständnis haben die Befragten?/ Wirkt sich die Betriebsgröße auf die Umsetzung einer nachhaltigen Betriebsführung aus?/Wie wird Nachhaltigkeit im Tourismus in den Villgrater Tourismusbetrieben kommuniziert?/ Wie schätzen die Villgrater Tourismusbetriebe die Zukunft ihres Betriebs bezüglich Weiterbestehen und Ausbau In Qualität und Größe ein?/ Wie bewerten die Villgrater Tourismustreibenden den Tourismus im Villgratental?*

This paper regards the concept of sustainable development and how it is applied in tourism, and alpine tourism in particular. To introduce the matter the basis of sustainable development the UN report "Our Common Future) and the UN Conference on Environment and Development 1992 (Rio-Conference) are described. The concept of sustainable development is discussed in multiple ways and scientific disciplines, so in following part concerns the different interpretations of sustainability. There are also mentioned fundamental points of critique, for example "no clear definition", "wrong usage of the term", "uneven concentration of ecological and economic focus", "difficulties to measure and compare".

Tourism is to be understood as a system of various environments and subprocesses. In its development tourism has adapted to the concept of sustainable development. There are different traditions in tourism research, which JAFARI described as platforms (Advocacy, Cautionary, Adaptancy and Knowledge-based Platforms) and which CLARKE modified in the relationship of mass tourism and sustainable tourism in the spectrum of opposites to convergence. This means that in current tourism understanding sustainable structures can be adapted to small-scale tourism as well as to large-scale tourism.

To comprehend this philosophy of sustainable tourism the predecessors of sustainable tourism are described, focusing on "soft tourism", which was designed as an alternative to mass tourism. Soft tourism should bring advantages to local populations and communities.

Sustainable tourism claims a qualitative and constant growth of the connected factors like economic wealth, subjective well-being, meeting the needs of guests as well as intact nature and culture. Its goal is a balanced development of tourism that increases positive interactions between those factors and reduces the negative ones. According to the intensity of sustainability, tourism can be classified in categories with a “very weak” sustainability position to a “very strong” sustainability position.

Sustainable tourism manifests in various forms, for example as ecotourism or wildlife-tourism within the nature tourism context. But the implementations of these forms doesn't always make transparent, if the criteria of sustainability are met or if the term is just used for marketing purposes.

Considering the impact of sustainable tourism to regional development and the explanations above, it is attempted to define sustainable nature-based tourism and to explain it in the context of measures and strategies in the alpine region and the investigation area of the Villgratental in Eastern Tyrol.

Following questions were investigated by a survey of tourism executives in the Villgratental: *What understanding of sustainability do the respondents have?/ Does the structure of the business influence the implementation of sustainable measures?/ How is sustainability in tourism communicated by tourism operators in the Villgratental?/ How are the tourism operators in the Villgratental review their business in future considering expansions in quality and existence?/ How do the tourism operators evaluate tourism in the Villgratental?*

## Lebenslauf

### *Informationen zur Person*

**Name:** Marion Hetzenauer  
**Geburtsdatum:** 09. 11. 1987  
**Geburtsort:** St. Johann in Tirol  
**Staatsbürgerschaft:** österreichische  
**Familienstand:** ledig

**Kontakt:** marionhetzenauer@hotmail.com



### *Schulbildung*

1994 - 1998 : Volksschule Kirchberg in Tirol  
1998 - 2006: Bundesgymnasium (BG) St. Johann in Tirol

### *Universitäre Ausbildung*

2006-2012: Diplomstudium Theoretischen und Angewandte Geographie mit Schwerpunkten Tourismus- und Freizeitforschung, Regionalentwicklung und Entwicklungsländerforschung (Universität Wien)  
Seit 2006: Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Universität Wien)

### *Sprachkenntnisse*

Deutsch (Muttersprache)  
Englisch (sehr gut)  
Niederländisch, Italienisch, Französisch (Grundkenntnisse)

### *Tätigkeiten*

2012: Praktikum bei „Ortsmarketing St. Johann in Tirol GmbH“  
2009: P.U.L.S. Medienpraktikum des Österreichischen Alpenvereins  
2006-2012: diverse Ferial- und Nebenjobs