

Nachhaltiger Wintertourismus

Bachelorarbeit
Juli 2015

Strategien des nachhaltigen
alpinen Wintertourismus
auf der Bettmeralp VS



Betreut durch Graziano Portmann und Dr. Nadine Salzmann

Annina Streuli
Oststrasse 13
8570 Weinfelden

annina.streuli@unifr.ch

Tanja Reinmann
Kapellacker 53
3182 Ueberstorf

tanja.reinmann@unifr.ch

Danksagung

Ohne die Hilfe einiger Personen hätte diese Arbeit nicht realisiert werden können. Daher möchten wir all jenen ein herzliches Dankeschön aussprechen, die uns während des Arbeitsprozesses unterstützt und in irgendeiner Form einen Teil dazu beigetragen haben. In erster Linie ist dies Doktorand Graziano Portmann, der uns in den letzten Monaten begleitet hat und hilfsbereit zur Seite stand, immer wieder motivierende Worte fand und sich stets die Zeit nahm, uns geduldig zu helfen und Unsicherheiten zu beseitigen. Als zweites gilt unser Dank Dr. Nadine Salzmänn. Sie gab uns wertvolle Anstösse und beantwortete unsere Fragen immer auf kompetente Art und Weise. Weiter sind wir den fünf Akteuren dankbar für die breitwillige Partizipation an den Interviews und die anregenden Diskussionen, die wir mit ihnen auf der Bettmeralp führen durften. Ohne sie wäre die Realisation dieser Arbeit nicht möglich gewesen. Nadia Inhauser, Alexander Brechbühl, Marc Flückiger, Beat Hürlimann und Nicolas Schmid¹ sind uns offen und sehr freundlich Rede und Antwort gestanden und gewährten uns einen Einblick in ihre Ansichten. Sie trugen zu interessanten und spannenden Inputs zur Beantwortung unserer Forschungsfrage bei. Isabelle Schöpfer möchten wir für das konstruktive Gespräch zu Beginn des Arbeitsprozesses danken, das einen neuen Blickwinkel eröffnete. Nicht zuletzt möchten wir auch unseren Familien und Freunden danken, welche uns während der ganzen Zeit unterstützt und motiviert haben.

¹ Namen wurden geändert

Abstract

Besonders in alpinen Gebieten machen sich Auswirkungen des Klimawandels zunehmend bemerkbar. Auch die Gemeinde Bettmeralp im Kanton Wallis bekommt die Veränderungen zunehmend deutlicher zu spüren und versucht anhand bewährter und neuer Strategien auf diese Herausforderungen zu reagieren, um im Tourismuswettbewerb langfristig bestehen zu können. Einerseits wird dabei auf Anpassungsstrategien gesetzt, wo die Akteure der Tourismusdestination versuchen mit dem Wandel mitzugehen, indem sie beispielsweise Beschneiungsanlagen installieren. Andererseits verfolgen sie Verminderungsstrategien, welche unter anderem eine Reduzierung der CO₂-Emission zum Ziel haben. Die angesprochenen Massnahmen implizieren durch ihre Inkraftsetzung eine tendenzielle Ausrichtung hin zu einer ökonomischen, einer sozialen oder einer ökologischen Nachhaltigkeit; im besten Falle werden alle drei Aspekte miteinzubeziehen versucht, damit eine Balance in der Nachhaltigkeit sichergestellt werden kann. Anhand der Durchführung problemzentrierter Interviews mit fünf verschiedenen Akteuren der alpinen Destination, wurde im Rahmen dieser Arbeit untersucht, inwiefern die Bettmeralp Anpassungs- beziehungsweise Verminderungsstrategien anwendet im Hinblick auf das Ziel des nachhaltigen Tourismus. Dazu wird untersucht, ob das gesamte Gebiet in einem Gleichgewicht zur Natur steht, einen schonenden Umgang pflegt und ob die Nachhaltigkeit auf allen Ebenen gewährleistet wird. Mittels verschiedener Modelle konnte für das Verhalten der touristischen Leistungsträger der Bettmeralp eine Tendenz zur ökonomischen Komponente der Nachhaltigkeit und zu den Anpassungsstrategien festgestellt und Konfliktpunkte sowie gemeinsame Ziele und verschiedene Zukunftsvisionen aufgedeckt werden.

Schlüsselwörter: *Alpintourismus, Klimawandel, Nachhaltigkeit, Strategien*

Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG	10
2 PROBLEMATIK	12
2.2 DER SCHWEIZER TOURISMUS.....	12
2.2.1 Anfänge und Entwicklung des alpinen Tourismus.....	13
2.2.2 Die Bettmeralp im Kanton Wallis: am Fusse des Grossen Aletschgletschers.....	15
2.3 FORSCHUNGSFRAGE.....	17
2.3.1 Forschungsziele.....	19
3 KONTEXTUALISIERUNG	21
3.1 DIE GEMEINDE BETTMERALP.....	21
3.2 TOURISTISCHE AKTEURE IN ALPINEN GEBIETEN.....	23
3.2.1 Zentrale Akteure auf der Bettmeralp.....	25
3.2.1 Auswahl der fünf Akteure.....	26
3.3 FORSCHUNGSSTAND.....	27
4 THEORETISCHE KONZEPTE	30
4.1 KLIMAWANDEL.....	30
4.1.1 Natürliche und anthropogene Ursachen des Klimawandels.....	31
4.1.2 Klimafolgenforschung im Tourismus.....	33
4.1.3 Klimawandel in den Alpen.....	33
4.1.4 Klimawandel und Tourismus in der Schweizer Wirtschaft.....	35
4.1.5 Konsequenzen für den Wintertourismus.....	36
4.2 NACHHALTIGKEIT.....	39
4.2.1 Definition der Nachhaltigkeit.....	40
4.2.2 Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit.....	42
4.2.3 Kritik am Konzept der Trias der Nachhaltigkeit.....	44
4.2.4 Nachhaltiger Tourismus.....	44
4.3 STRATEGIEN.....	45
4.3.1 Wirtschaftliche Entwicklung und Veränderungen auf der Bettmeralp.....	46
4.3.2 Auswirkungen des Klimawandels auf Strategien.....	47
4.3.3 Anpassungsstrategie oder Adaption.....	48
4.3.4 Verminderungsstrategie oder Mitigation.....	52
5 METHODOLOGISCHE KONZEPTE	54
5.1 DATENERHEBUNG.....	54
5.1.1 Das problemzentrierte Interview.....	54
5.1.2 Ethik und Kritik.....	57

5.1.3 Interviewreflexion.....	58
5.1.4 Einfaches Transkriptionssystem.....	58
5.2 DATENAUSWERTUNG.....	59
5.2.1 Qualitative Inhaltsanalyse mit Grounded Theory.....	59
6 DARSTELLUNG.....	63
6.1 RESULTATE ZUM KONZEPT DES KLIMAWANDELS.....	63
6.1.2 Vergleich der Ansätze zum Klimawandel.....	66
6.2 RESULTATE ZUM KONZEPT DER NACHHALTIGKEIT.....	70
6.2.2 Vergleich der Ansätze zur Nachhaltigkeit.....	77
6.3 RESULTATE ZUM KONZEPT DER STRATEGIEN.....	79
6.3.2 Vergleich der Ansätze zu den Strategien.....	84
7 INTERPRETATION.....	88
7.1 DAS MODELL DES NACHHALTIGEN TOURISMUS: ZUSAMMENHANG DER KONZEPTE DES KLIMAWANDELS, DER NACHHALTIGKEIT UND DER STRATEGIEN.....	88
7.1.1 Normativität des Modells des nachhaltigen Tourismus.....	90
7.2 AUF DEM WEG ZU EINEM NACHHALTIGEN TOURISMUS.....	91
7.2.1 Der zirkuläre Prozess der Veränderungen, Massnahmen und Wirkungen.....	91
7.2.2 Wahrnehmung von Veränderungen.....	92
7.2.3 Strategische Massnahmen.....	95
7.2.4 Divergierende Strategien und Definition der Wirkung.....	96
7.2.5 Tourismuspolitik in der Schweiz: Gesetzliche Grundlagen.....	98
7.3 NACHHALTIGER TOURISMUS: POSITIONIERUNG DER BETTMERALP.....	99
7.3.1 Aktuelle Positionierung.....	99
7.3.2 Zukünftig mögliche Positionierung.....	100
7.3.3 Diskussion der Positionierung: Anhand welchen Strategien wird der nachhaltige Tourismus umgesetzt?.....	103
8 KONKLUSION.....	105
10 BIBLIOGRAPHIE.....	109
10.1 LITERATURVERZEICHNIS.....	109
10.1.1 Bücher und Papers.....	109
10.1.2 Berichte, Studien und Statistiken.....	111
10.2 INTERNETVERZEICHNIS.....	112

Abbildungsverzeichnis

Titelbild: Bettmeralp – Blick Richtung Bettmerhorn

Quelle: *Eigenes Foto, Tanja Reinmann.*

Abbildung 1: Rückzug und Prognose des Grossen Aletschgletschers

Quelle: *Holzhauser, H. (2011). Gletscherwelten. Stiftung UNESCO Welterbe Schweizer Alpen JungfrauAletsch, Naters. S. 41.*

Abbildung 2: Lageplan der Bettmeralp

Quelle: *Bettmeralp - Aletsch Arena, 2015.*

<http://www.infosnow.ch/~apgmontagne/?lang=de&pid=51&tab=map-wi> [aufgerufen am 12.02.2015].

Abbildung 3: Die Trias der Nachhaltigkeit

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 4: Rückkopplungsprozess des Klimawandels, der Wahrnehmung und der Strategien

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Bürki, 2000: 15.*

Abbildung 5: Übersicht zur Einstellung der Akteure bezüglich des Klimawandels

Quelle: *Eigene Darstellung, Annina Streuli.*

Abbildung 6: Die Trias der Nachhaltigkeit von Alexander Brechbühl

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 7: Die Trias der Nachhaltigkeit von Marc Flückiger

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 8: Die Trias der Nachhaltigkeit von Nadia Inhauser

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 9: Die Trias der Nachhaltigkeit von Nicolas Schmid

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 10: Die Trias der Nachhaltigkeit von Beat Hürlimann

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 11: Die Trias der Nachhaltigkeit: Zusammenfassung aller fünf Akteure

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 12: Strategien der Akteure auf der Bettmeralp

Quelle: *Eigene Darstellung, Annina Streuli.*

Abbildung 13: Das Modell des Nachhaltigen Tourismus

Quelle: *Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.*

Abbildung 14: Der Zirkuläre Prozess zwischen Umweltveränderungen und Wirkungen

Quelle: *Eigene Darstellung, Annina Streuli.*

Abbildung 15: Festgestellte Umweltveränderungen auf der Bettmeralp

Quelle: Eigene Darstellung anhand der Interviewaussagen, Annina Streuli.

Abbildung 16: Aktuelle Positionierung der Bettmeralp im Modell des nachhaltigen Tourismus

Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Abbildung 17: Zukünftige Positionierung der Bettmeralp im Modell des nachhaltigen Tourismus

Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Teil I

Einleitung, Problematik, Kontextualisierung

1 Einleitung

Eine intakte Umwelt ist das Kapital einer jeden alpinen Tourismusdestination. In einer Welt mit laufend zunehmendem Druck hat Erholung und Bewegung inmitten der Natur an Bedeutung gewonnen und ist für die Menschen oft Grund sich in den Bergen fernab von der hektischen Arbeitswelt eine kleine Auszeit zu gönnen. Gäste aus dem In- und Ausland schätzen das scheinbar intakte Bergpanorama sowohl im Sommer als auch im Winter. Bis heute hat sich der Bergtourismus in der Schweiz zu einem starken Wirtschaftszweig entwickelt und bringt den alpinen Regionen beträchtliche Einnahmen. Nichtsdestotrotz unterliegt auch der Tourismus Einflüssen und Veränderungen unterschiedlicher Art und Ursachen. Der Klimawandel, wirtschaftliche Schwankungen oder strukturelle Gesellschaftsveränderungen können als Faktoren genannt werden, die es zu berücksichtigen gilt. Durch ihre sensiblen Ökosysteme sind Flora und Fauna in Gebirgsregionen indes besonders empfindlich für kurz- und langfristige klimatische Veränderungen, wodurch der Bergtourismus im Speziellen vom fortschreitenden Klimawandel betroffen wird. Schmelzende Gletscher, die ansteigende Schneefallgrenze oder eine kürzer werdende Wintersaison sind Folgen, womit touristische Akteure in den Bergen vermehrt konfrontiert werden. Laufend muss das Tourismusangebot angepasst und erweitert werden, um mit dem Wandel mitgehen zu können und den Anforderungen der Gäste gerecht werden zu können. Neben genannten Angebotsanpassungen ist es weiter von Wichtigkeit, durch den Klimawandel bedingte Naturrisiken zu minimieren und zu beseitigen. Die Veränderung des Klimas stellt die Leistungsträger vor neue Herausforderungen, denen es sich zu stellen gilt, um auch in Zukunft einen qualitativ hochstehenden und florierenden Alpentourismus sichtbar zu machen. Während der Tourismus auf der einen Seite also Einbussen erfährt und ein kooperativer Umgang damit gefordert wird, trägt das touristische Verhalten der Gäste durch ihre Mobilität und den Transport auf der anderen Seite massgeblich zu steigendem Energieverbrauch bei. Mit der Zunahme und dem Ausbau des Tourismus und dem damit verbundenen ansteigenden Energieverbrauch, nimmt somit auch der Beitrag zur Klimaerwärmung zu. So entsteht die paradoxe Situation, dass der Tourismus sowohl Mitverursacher als auch Leidtragender der Klimaerwärmung ist (Müller und Weber, 2008). Nicht zuletzt auch auf Grund dessen, sollte es im Interesse der touristischen Leistungsträger sein, eine umweltfreundliche Strategie zu verfolgen, um auch in Zukunft auf die Basis der vielfältigen Natur und intakten Umwelt zurückgreifen zu können.

In dieser Arbeit soll folglich die Thematik des nachhaltigen Tourismus behandelt werden. Es sollen damit in Zusammenhang stehende, aktuelle Problemstellungen dargestellt und insbesondere darauf eingegangen werden, welche Lösungsansätze vorhanden sind. Inwiefern ist ein Bewusstsein der Problematik bei den Touristikern der Berggebiete vorhanden und wie weitsichtig ist ihr Denken, umweltverträglich und innovativ zu handeln? Welche Massnahmen und Strategien werden dafür eingesetzt und wie erfolgsversprechend sind sie? Die Thematik soll anhand des Fallbeispiels der Bettmeralp im Kanton Wallis gründlich untersucht und erörtert werden. Die Bettmeralp wurde aus Gründen des persönlichen Bezugs ausgewählt. Gleichzeitig erscheint die Wahl durch die Lage, eingebettet in das eindruckliche Panorama mit Gletschern und Viertausendern, sowie das mehrsaisonale Tourismusangebot für die Thematik interessant. Im ersten Teil der Arbeit wird neben einer Einleitung in die Problematik und der darauf folgenden Darstellung der Forschungsfrage auf die Kontextualisierung des Forschungsortes eingegangen. Die Darlegung von theoretischen Konzepten und der methodologischen Vorgehensweise sind Thema im zweiten Teil. Im dritten Teil werden der Forschungsvorgang und die Resultate ausgewertet, analysiert und interpretiert. Anhand der Konklusion soll die Forschung abschliessend zusammengefasst werden.

2 Problematik

2.2 Der Schweizer Tourismus

Die Schweiz gilt als Vorzeige-Land für touristische Attraktivität. Auf engstem Raum können unterschiedliche Landschaften und Dörfer bewundert werden, die alle für sich einzigartig und beeindruckend sind. In der Schweiz gibt es nicht weniger als 13 verschiedene Tourismusregionen (Graubünden, Ostschweiz, Zürich Region, Luzern/Vierwaldstättersee, Basel Region, Bern Region, Berner Oberland, Jura & Drei-Seen-Land, Genferseegebiet (Waadtland), Genf, Wallis, Tessin, Fribourg Region), die jede durch spezifische Angebote an Aktivitäten überzeugen (BFS, 2015)². Den Gästen aus dem In- sowie Ausland wird eine breite Palette an Sehenswürdigkeiten, Naturschauspielen, Unternehmungen und Impressionen angeboten. Daher erstaunt es nicht, dass der Tourismus eine „... Leitbranche der Schweizer Volkswirtschaft ...“ darstellt und insbesondere im Alpenraum für das wirtschaftliche Wachstum eine tragende Rolle spielt (SECO, 2015)³. Nicht nur der alpine Tourismus, sondern der gesamte Schweizer Tourismus soll sein wirtschaftliches Wachstumspotential in Zukunft noch mehr optimieren, wobei eine nachhaltige Entwicklung die Prozesse leiten soll. Der Bundesrat möchte dazu die Rahmenbedingungen für Schweizer Tourismusunternehmen bestmöglich gestalten und gleichzeitig die Attraktivität des touristischen Angebots steigern.

Der Schweizer Tourismus erlebte ein bemerkenswertes Wachstum in den beiden Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg. Die Logiernächtezahl verdoppelte sich annähernd auf über 36 Mio. im Jahr 1972 (Tourismus: Panorama, 2014)⁴. Bis heute pendelt die Anzahl Logiernächte zwischen gut 30 und knapp 40 Millionen, wobei Entwicklungen von Konjunktur und Wechselkursen sowie die allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Lage als Gründe für die Schwankungen genannt werden können. Heute ist der Tourismus in der Schweiz ein bedeutender Wirtschaftssektor und trug im Jahr 2005 3,4 Prozent zum Bruttoinlandprodukt bei (Weber und Kämpf, 2006). Zwar ist die Bedeutung des Tourismus im ganzen Land gesehen unterschiedlich, für die alpinen Regionen hingegen ist er der wichtigste wirtschaftliche Sektor. „In Engelberg zum Beispiel hängen 70 Prozent der Arbeitsplätze direkt oder indirekt vom Tourismus ab“ (Weber und

² <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/11/def.html#resultstart> [aufgerufen am 07.02.2015]

³ <http://www.seco.admin.ch/themen/05116/05121/index.html?lang=de> [aufgerufen am 07.02.2015]

⁴ <file:///Users/anninastreuli/Downloads/do-d-00.01-pan-10.pdf> [aufgerufen am 07.02.2015]

Kämpf, 2006: 10). In den beiden Bergkantonen Graubünden und Wallis sind es immerhin noch etwa 30 Prozent. Insbesondere die Attraktivität der touristischen Winterdestinationen ist im internationalen Vergleich hoch, wodurch Gäste aus dem In- und Ausland angelockt werden (Weber und Kämpf, 2006).

2.2.1 Anfänge und Entwicklung des alpinen Tourismus

Der alpine Tourismus durchlebte seit seinem Aufkommen im vorletzten Jahrhundert einen ständigen Strukturwandel. Im Vergleich zum Tourismus im Flachland, wo sich die Standorte auf Handelsstädte, schöne Buchten und Orte mit günstigen Verkehrsanbindungen beschränkten, verschoben sich die Hauptstandorte des Alpentourismus über die letzten Jahrzehnte laufend (Weber und Kämpf, 2006). Der Tourismus im Alpenraum wird insbesondere durch technologische Entwicklungen vorwärts getrieben. „Verkehr, neue Sportarten und die dafür nötigen Infrastrukturen sowie ein verändertes Freizeitverhalten ...“ (Weber und Kämpf, 2006: 6) sind Teil dieser Veränderungen und prägen die Standortwahl der touristischen Sommer- und Winter-Zentren.

Bis ins 18. Jahrhundert waren es vor allem Wissenschaftler und Naturforscher, die den Weg in die Schweizer Berge fanden. Sie wollten Berge, Gletscher, Schluchten und Wasserfälle entdecken und Sachverhalte erforschen, worüber zu jener Zeit noch wenig bekannt war und die als gefährlich galten. Der Alpentourismus im eigentlichen Sinn fand seine Anfänge zu Beginn des 19. Jahrhunderts. Während der letzten Phase der Kleinen Eiszeit, in der die Gletscher sich noch massiv weiter ausdehnten als heute, waren es zuerst vor allem die Sommermonate, die Reiselustige anzogen. Das Reisen etablierte sich langsam aber sicher aus Lust und nicht mehr aus wissenschaftlichen Gründen wie ehemals. Die ersten Touristen waren hauptsächlich junge Adlige, Akademiker und reiche Bürgerliche aus England, die eine Reise durch Europa unternahmen und dabei auch die Schweiz besuchten. So erstaunt es nicht, dass die britischen Touristen eine Serie wagemutiger Erstbesteigungen der Schweizer Bergwelt lancierten. Diese Serie begann 1811 mit der Erstbesteigung der Jungfrau und gipfelte 1865 in der Erstbesteigung des 4478 Meter hohen Matterhorns durch Edward Whymper (Zermatt Tourismus, 2015)⁵. Der alpine Wintertourismus etablierte sich schliesslich Mitte des 19. Jahrhunderts. Es war zuerst das Eislaufen, das grosse Popularität gewann, und kurze Zeit später auch das Skifahren, was bis heute der Inbegriff des Schweizer Wintersports ist. Ausserdem frönten

⁵ <http://www.zermatt.ch/150> [aufgerufen am 12.02.15]

die Menschen dem Curlingspiel, dem Bob- und Schlittenfahren sowie dem Eishockey (Swissworld, 2015)⁶.

Speziell der Passverkehr prägte den Tourismus in den Bergen; nach den ersten Beherbergungsmöglichkeiten in Form von Klöstern entstanden entlang der Passstrassen und auf den Pässen Gasthäuser. Mit der steigenden Naturverbundenheit wurde der Alpenraum immer mehr als „... Quelle von Kraft und Energie ...“ (Weber und Kämpf, 2006: 6) identifiziert. So entstanden zu Beginn des 19. Jahrhunderts erste Hotels, welche die eindrucksvolle Landschaft Stück für Stück erschlossen. Die Touristen bestanden zu dieser Zeit besonders aus bescheidenen Naturliebhabern. Mitte des 19. Jahrhunderts entdeckte man die genesungsfördernde Wirkung der Höhenluft bei Krankheiten wie Tuberkulose oder Lungenleiden. Es entstanden unzählige Sanatorien und Kurgebäude, mit denen fleissig geworben wurde. In der Belle Epoque mischten sich zunehmend Adlige unter die Touristen, worauf auch die breite Masse der Bürger ihr Interesse an der Berglandschaft bekundete. Sie alle sahen die Vorteile der höher gelegenen Alpenregionen in der eindrucklichen Aussicht und im Komfort der leichten Erreichbarkeit durch die Passstrassen. Die Branche blühte auf, der Massentourismus fürs breite Publikum nahm Form an und ganze Hoteldörfer entstanden (Swissworld, 2015⁷; Weber und Kämpf, 2006). Von langer Dauer war der Passtourismus jedoch nicht. Im 20. Jahrhundert, durch den Bau von Eisenbahntunnels und Strassentunnels, verlor diese Art von Tourismus stark an Bedeutung. Immer mehr zog es die abenteuerlustigen Touristen ins Hochgebirge wo sie in Hütten übernachteten oder aber sie liessen sich lieber mit Bergbahnen zu den Aussichtspunkten hochfahren und logierten im Tal. Erst in den Sechzigerjahren entfaltete sich der alpine Tourismus durch den Massenskisport wieder neu. Die Vorreiterstandorte des Winter-Tourismus in der Schweiz etablierten sich von nun an in einer schneesicheren Höhe und an steilen, geeigneten Hängen (Weber und Kämpf, 2006).

Die Herausforderungen, welchen sich der Tourismus im 21. Jahrhundert stellen muss, sind komplex und vielfältig. Die Anpassung an den Klimawandel oder der Umgang mit politischen Entscheiden, wie die Annahme der Zweitwohnungsinitiative, sind nur zwei Beispiele, mit denen sich der Schweizer Tourismus befassen und auseinandersetzen muss. Will der alpine Tourismus in der Schweizer Wirtschaft weiterhin eine bedeutende Rolle spielen, so muss er sich dem wandelnden Freizeitverhalten anpassen, gesellschaft-

⁶http://www.swissworld.org/de/schweiz/dossiers/schweizer_alpen/tourismus_die_entdeckung_der_berge_als_feriedestination/ [aufgerufen am 12.02.15]

⁷ Ebd. [aufgerufen am 12.02.15]

liche Trends frühzeitig erkennen und auf wirtschaftliche sowie klimatische Veränderungen angemessen reagieren.

2.2.2 Die Bettmeralp im Kanton Wallis: am Fusse des Grossen Aletschgletschers

Ein Ort, welcher nicht zuletzt durch markante Veränderungen des Grossen Aletschgletschers die Auswirkungen des Klimawandels besonders deutlich zu spüren bekommt, ist die Gemeinde Bettmeralp im Kanton Wallis. Die Ortschaft besteht aus den drei Dörfern Betten, Martinsberg und Bettmeralp. Auf einem Hochplateau auf 1948 Metern über Meer gelegen, liegt der autofreie Ferienort Bettmeralp unweit des Gletscherriesen und gehört seit 2001 zum UNESCO-Weltnaturerbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch (Bettmeralp Tourismus, 2013a).

Der Grosse Aletschgletscher als Wahrzeichen der Bettmeralp liegt mitten im grössten vergletscherten Gebiet der Alpen. Die imposante Hochgebirgslandschaft trägt nicht unwesentlich zum florierenden Tourismus auf der Bettmeralp und im ganzen Aletschgebiet bei. Die Folgen der Klimaänderung sind jedoch deutlich spür- und sichtbar. Wie Abbildung 1 zeigt, hat sich der Gletscher seit dem letzten Gletscherhochstand im Jahre 1850 dramatisch zurückgezogen. „Von 1850 bis 2000 haben die Alpengletscher rund 50 Prozent, die Schweizer Gletscher 40 Prozent ihrer Fläche verloren“ (UNESCO Welterbe, 2011: 38). In extrem heissen Sommern gehen bis zu 3,5 Prozent der schweizerischen Eismassen verloren. Da der Aletschgletscher mit einer Länge von 23 Kilometern der längste Gletscher im Alpenraum ist, kann er mit seinem grossen Volumen noch gegen die Auswirkungen des Klimawandels kämpfen. Mit grosser Wahrscheinlichkeit werden jedoch bis 2050 etwa 80 Prozent der Schweizer Gletscher verschwinden. Insbesondere dann, wenn der mittlere und realistische Wert von 3°C Temperaturerhöhung eintritt (UNESCO Welterbe, 2011).

Abbildung 1: Rückzug und Prognose des Grossen Aletschgletschers



Quelle: Holzhauser, H. (2011). Gletscherwelten. Stiftung UNESCO Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau Aletsch, Naters.

Das Beispiel des Grossen Aletschgletschers ist nur eines von vielen dafür, dass in den letzten Jahren klimatische Veränderungen in den Alpenregionen stattgefunden haben. Umwelt und Natur befinden sich in einem kontinuierlichen Wandel, an den sich der Mensch laufend anpassen muss. Mit diesen spür- und sichtbaren Auswirkungen der klimatischen Veränderungen hat der Klimawandel nicht nur auf der Bettmeralp zu heftigen Diskussionen geführt, sondern grundsätzlich an Brisanz gewonnen. Der Klimawandel ist auf grosser Zeitskala zu weiten Teilen natürlichen Ursprungs und verursacht grundsätzlich auch keine Anpassungsprobleme, solange er sich mit seiner natürlichen Geschwindigkeit abspielt. Problematisch ist die Situation daher geworden, weil der Klimawandel mitunter anthropogenen Ursprungs geworden ist und ungeahnte Geschwindigkeiten und Auswirkungen annimmt. Der Mensch greift immer mehr und tiefer ins System der Umwelt und des Klimas ein, was irreversible Schäden verursacht. Das veränderte Klima hat jedoch viel grössere und weitreichendere Auswirkungen als den Rückzug des Grossen Aletschgletschers. Tritt die prognostizierte globale Erwärmung von $+2^{\circ}\text{C}$ bis im Jahr 2050 ein, so hat dies unter anderem massive Folgen für

Regenfälle, Schneefälle und die Gletscherbilanz sowie deren Quantität und Saisonalität. Fürs Rhonetal im Wallis werden trockenere Sommer und nassere Winter vorausgesagt, wobei die mittlere Temperatur um knapp 1°C ansteigen wird. Der Schnee wird früher schmelzen und die Schmelzmenge wird vor allem im April und Mai massiv zunehmen. Die glaziale Schmelze wird – besonders im Sommer – signifikant abnehmen. Zunehmen werden hingegen intensive, durch Starkniederschläge ausgelöste Murgänge. Das veränderte glaziale, nivale und pluviale Abflussverhalten wird zu negativen Auswirkungen für die Wasserwirtschaft führen. Im Sommer wird es durch reduzierte Schmelze und gleichzeitig erhöhter Evapotranspiration zu Wassermangel beziehungsweise Trockenheit führen. Darunter werden die Landwirtschaft sowie die regionale Pflanzenwelt leiden. Ausserdem sind in Zusammenhang mit einem veränderten Abflussverhalten die Kapazitäten der Wasserreservoirs nicht mehr stimmig, was die Stromproduktion im Wallis beeinträchtigen kann. Diese trägt wesentlich zur kantonalen Wirtschaft bei. Für Bergregionen werden sich Wasserüberschuss und Wasserknappheit abwechseln, und besonders der Wasserüberschuss wird zu einer Zunahme an Naturgefahren führen (Beniston et al., 2013).

2.3 Forschungsfrage

Dass der Klimawandel eine Tatsache ist, scheint unbestritten. Darüber, dass die Ursachen auf grosser Zeitskala zum einen durch natürlich bedingte Schwankungen von beispielsweise der Erdbahnelemente, der Sonnenaktivität oder vulkanischer Art gegeben sind, ist man sich ebenfalls einig. Gewisse Unsicherheiten bezüglich dem momentanen, rasanten Anstieg der globalen Temperatur bedingt durch natürliche Schwankungen und anthropogene Ursachen wie den Treibhauseffekt, den Einfluss von Aerosolen oder Ozon und Oberflächenveränderungen mögen vorhanden sein (Wanner et al., 2000). Für diese Arbeit ist die Ursachenzuweisung des Klimawandels nicht gänzlich vernachlässigbar, jedoch zweitrangig; die Auswirkungen und Folgen auf die Umwelt, die Natur und den Menschen hingegen sind weder abzustreiten noch zu ignorieren. Wenn der Schweizer Tourismus sich auch bewusst ist, dass er als gewichtiger Erzeuger von Kohlestoffdioxidemissionen als Mitverursacher des Klimawandels gilt (Müller und Weber, 2008), so steht hier vorerst weniger die genaue Ursachenfindung und Verant-

wortungszuweisung im Zentrum. Viel mehr wird das Augenmerk auf die Folgen und Veränderungen gelegt, die bereits eingetreten sind und kurz- und mittelfristig eintreten werden. Hierbei können Differenzen in Bezug auf die Wahrnehmung und den Umfang auftreten. Der Klimawandel stellt den Tourismus direkt durch veränderte klimatische Verhältnisse sowie indirekt durch verändertes gesellschaftliches Verhalten vor grosse Herausforderungen. Soll der Tourismus zukünftig aufrechterhalten werden und gewinnbringend bleiben, beziehungsweise seine Wirtschaftlichkeit gar optimiert werden, so müssen die Verantwortlichen rechtzeitig reagieren und Anpassungen vornehmen. Darauf soll in dieser Arbeit der Fokus gelegt werden. Dabei wird von folgender Hypothese ausgegangen:

Der Klimawandel erzeugt für den Tourismus auf der Bettmeralp sich verändernde klimatische Bedingungen. Die touristischen Akteure haben ein Interesse daran, ihre Reaktion und Anpassung darauf so zu gestalten, dass die Wirtschaftlichkeit des Tourismus auch in Zukunft sichergestellt ist. Dies wird nur dann erreicht, wenn Massnahmen und Strategien der Anpassung klimaverträglich und nachhaltig sind. Ziel der Bettmeralp soll demnach ein klimafreundlicher und nachhaltiger Tourismus sein, um auch in Zukunft konkurrenzfähig zu bleiben.

Je nach Voraussetzungen und Auslegung können dieselben Veränderungen unterschiedlich wahrgenommen und interpretiert werden. „Für den Tourismus birgt der Klimawandel sowohl Chancen als auch Gefahren“ (BAFU, 2012: 1). Ebenfalls können und müssen situativ unterschiedliche Reaktionen und Strategien als Problemlösungsansätze Anwendung finden.

„Der Tourismus hat unzählige Möglichkeiten, sich laufend und vorausschauend der Klimaänderung anzupassen, angefangen bei der Entwicklung neuer Angebote über die Weiterentwicklung und Sicherung des Schneesports, die Verstärkung der Gefahrenabwehr durch technische Massnahmen, die Verminderung von Risiken durch organisatorische Massnahmen, einer klaren Positionierung mit gezieltem Marketing bis hin zur Sensibilisierung der Branche und der breiten Bevölkerung“ (Weber und Müller, 2008: 5).

Da die durch den Klimawandel bedingte Erwärmung in den Alpen etwa drei mal so hoch ausfallen wird wie die mittlere globale Erwärmung, ist es umso wichtiger, dass in Berggebieten adaptierte und erfolgsversprechende Strategien angewendet werden (Agrawala, 2007). Die Bettmeralp erfreut sich im Sommer wie im Winter einer grossen Anzahl an Gästen und ist daher auf einen funktionierenden Tourismus angewiesen. Laut dem Jahresbericht zum Geschäftsjahr 2013 von Bettmeralp Tourismus soll dieser zugunsten der Region sowie ihrer Nachkommen nachhaltig und umweltfokussiert gestaltet werden (Bettmeralp Tourismus, 2013b).

Anlässlich dieser Arbeit soll der Gedanke der Nachhaltigkeit auf der Bettmeralp anhand der verschiedenen touristischen Akteuren untersucht werden und bereits umgesetzte sowie zukünftig geplante Strategien bezüglich dem nachhaltigen Umgang differenziert erörtert werden. Der Fokus wird dabei auf die Wintersaison gelegt. Es ergibt sich folgende Fragestellung:

Welche Strategien werden im Wintertourismus auf der Bettmeralp verfolgt, um bezüglich des Klimawandels einen nachhaltigen Tourismus sicherzustellen?

Diese Fragestellung stützt sich auf verschiedene Konzepte und Definitionen, die im Verlauf der Arbeit erläutert werden. Insbesondere die Nachhaltigkeit kann unterschiedlich aufgefasst und definiert werden, wobei wir uns in dieser Arbeit für eine Definition entschieden haben und das Konzept an sich nicht diskutieren werden.

2.3.1 Forschungsziele

Da der Umsetzung von Strategien ein komplexer Prozess bezüglich dem Verständnis, der Festsetzung der Problematik und der Vorgehensweise vorangeht, ist es sinnvoll, anhand von Forschungszielen Teilaspekte der Fragestellung zu behandeln. Dies soll zu einer präzisen und inkrementellen Beantwortung führen. In dieser Arbeit sollen folgende Unterfragen hilfreich sein:

- 1. Welche Auswirkungen und Veränderungen werden bedingt durch den Klimawandel auf der Bettmeralp wahrgenommen?*
- 2. Welche Massnahmen wurden von den Akteuren im Gebiet der Bettmeralp aufgrund des fortschreitenden Klimawandels bereits getroffen?*

3. Inwiefern unterscheiden sich die Strategien voneinander, wobei das Fernziel des nachhaltigen Tourismus erreicht werden will?

4. Was wird unter nachhaltigem Tourismus verstanden?

Anhand der ersten Unterfrage soll zum einen hinterfragt werden, wie der Klimawandel und dessen Auswirkungen von den verschiedenen Akteuren wahrgenommen wird. Hierbei stellt sich insbesondere die Frage, ob im Zusammenhang mit dem Klimawandel auf der Bettmeralp überhaupt alle Involvierten ein Problem sehen. Wo bestehen hierbei Unterschiede beziehungsweise welche Probleme stellen für wen die grössten Herausforderungen dar und warum?

Die zweite Unterfrage zielt auf die durch die Akteure ergriffenen Massnahmen ab und ist eine Folge der ersten Unterfrage. Stellen nicht alle Akteure ein Problem fest, so werden wohl auch die getroffenen Massnahmen mit grosser Wahrscheinlichkeit unterschiedlich ausfallen oder zum Teil gar nicht erst vorhanden sein. Die Frage ist also, wer welche Massnahmen trifft und aus welchen Gründen diese gewählt werden.

Ein Ziel kann durch unterschiedliche Vorgehensweisen erreicht werden und umgekehrt kann ein und dieselbe Vorgehensweise unterschiedliche Effekte hervorrufen. Bezüglich der dritten Unterfrage soll deshalb überprüft werden, ob möglicherweise nicht nur eine einzige gemeinsame Strategie von allen Akteuren angewendet wird, sondern mehrere verschiedene. Dies könnte unter Umständen durchaus Sinn machen, da die verschiedenen Akteure unterschiedlich strukturiert sind und abweichende Funktionsweisen haben, dabei jedoch das gemeinsame Fernziel des nachhaltigen Tourismus verfolgt wird. Anhand der vierten Frage soll eruiert werden, ob alle Akteure dasselbe Verständnis von Nachhaltigkeit haben, da dies unterschiedlich aufgefasst und umgesetzt werden kann. Um ein gemeinsames Ziel erreichen zu können, sollte die Definition transparent sein. Für eine zukünftig gelungene Entwicklung des nachhaltigen Tourismus auf der Bettmeralp ist ein identisches, übergreifendes Verständnis unabdingbar.

3 Kontextualisierung

Im folgenden Abschnitt wird die Gemeinde Bettmeralp genauer vorgestellt. Neben Zahlen und Fakten zum Bergdorf, soll ebenso auf die touristischen Akteure und Leistungsträger einer Gebirgsregion im Allgemeinen eingegangen werden, bevor anschliessend die Wahl der einzelnen Stakeholders der Bettmeralp für diese Forschungsarbeit getroffen und begründet wird. Ausserdem soll der Forschungsstand zur Thematik des nachhaltigen Tourismus sowie der auf der Bettmeralp und im Aletschgebiet angewendeten Strategien aufgezeigt und auf bereits bestehende Arbeiten verwiesen werden.

3.1 Die Gemeinde Bettmeralp

Im Oberwallis, eingebettet in den Bezirk Oestlich Raron, liegt die Gemeinde Bettmeralp mit 423 Einwohnern. Die Gesamtfläche wird in drei Teile eingeteilt und beträgt rund 2940 Hektaren. Zum einen ist dies Betten mit den beiden Ortsteilen Dorf und Egga, zum anderen ist dies die mit der Luftseilbahn zu erreichende Bettmeralp und seit anfangs 2014 wurde das Trio durch den Martisberg komplettiert. Bettmeralp Dorf befindet sich auf 1948 Metern über Meer, während der höchste Punkt die Spitze des Aletschhorns mit 4193 Metern über Meer bildet. Der Ort ist insbesondere bekannt durch die Zugehörigkeit zum UNESCO Weltnaturerbe und durch das vielfältige Angebot an Aktivitäten sowohl im Winter als auch im Sommer, wodurch die Bettmeralp ein beliebtes Ferienziel darstellt. Neben den vielen angebotenen Aktivitäten, der einzigartigen Bergkulisse und der berühmten Kapelle Maria zum Schnee, ist der Grosse Aletschgletscher wohl die bekannteste und mit 23 Kilometer Länge die grösste Sehenswürdigkeit im Gebiet (Gemeinde Betten-Bettmeralp, 2010)⁸.

Die Anfänge des Tourismus lassen sich auf die 1930er Jahre festlegen, worauf eine rasche Entwicklung des ehemaligen Bauerndorfs folgte. So erbaute man gut 20 Jahre später die Luftseilbahn von Betten Talstation nach Bettmeralp. Nach und nach wurden Skilifte für den Wintersport errichtet, Restaurants eröffnet und Hotels gebaut. Wie in Abbildung 2 zu erkennen ist, zählt die Bettmeralp mittlerweile mehrere Bügellifte, drei Sessellifte und eine Gondelbahn aufs Bettmerhorn. Durch den Zusammenschluss der Gebiete Riederalp, Bettmeralp und Fiescheralp ist das zusammenhängende Ski- und

⁸ <http://gemeinde.bettmeralp.ch/gemeinde/portraet> [aufgerufen am 12.02.2015]

Wandergebiet Aletsch Arena realisiert worden, wodurch das Skigebiet noch attraktiver geworden ist (Gemeinde Betten-Bettmeralp, 2010)⁹. Die Gründung der Marketing- und Verkaufsorganisation Aletsch Arena AG erfolgte im August 2012 auf dem Bettmerhorn, wodurch eine neue, zeitgemässe Rechtsform in Kraft getreten ist. Als Partner gelten die Bergbahnunternehmen sowie die Tourismusorganisationen der drei jeweiligen Gebiete. Durch die Fusion soll eine Professionalisierung der strukturellen Ebene sowie eine Steigerung der Effizienz erreicht werden. Die zur Verfügung stehenden Mittel sollen wirksam und gewinnbringend eingesetzt werden (Bettmeralp Bahnen, 2013).

Abbildung 2: Lageplan der Bettmeralp



Quelle: Bettmeralp - Aletsch Arena, 2015.¹⁰

Die Bettmeralp möchte sich auch in Zukunft weiterentwickeln und noch mehr Touristen für sich gewinnen. Das Gebiet hat eine stabile Situation der Winterlogiernächte zu verzeichnen und eher einen Rückgang der Sommerlogiernächte hinzunehmen. Die Gemeinde geht davon aus, dass dabei vor allem die Wettersituation im Sommer eine wichtige Rolle spielt. Es soll versucht werden mit dem Trend mitzugehen und neben den gut präparierten Pisten auch Winterwanderwege für den Besucher bereitzustellen. Da eine zunehmende Tendenz von Kurzaufenthalten und Kurzfristigkeit von Buchungen festgestellt wurde, will die Bettmeralp auch dort versuchen noch mehr auf die Bedürfnisse der Touristen einzugehen. Jedoch soll dabei die Rücksicht auf die Umwelt nicht zu kurz

⁹ <http://gemeinde.bettmeralp.ch/gemeinde/portraet> [aufgerufen am 12.02.2015]

¹⁰ <http://www.infosnow.ch/~apgmontagne/?lang=de&pid=51&tab=map-wi> [aufgerufen am 12.02.2015]

kommen, wie dem Jahresbericht 2013 von Bettmeralp Tourismus zu entnehmen ist. „Wir als Gemeinschaft sind uns bewusst, dass all unser Tun und all unsere Bemühungen letztendlich nachhaltig sein müssen, damit unsere Kinder und Kindeskinde eine private und berufliche Perspektive für die Zukunft in unserer Region haben“ (Bettmeralp Tourismus, 2013b: 4). Aus dem Bericht geht hervor, dass mit einer Zunahme des wirtschaftlichen und strukturellen Drucks auf die Bettmeralp gerechnet wird, man dieser Herausforderung aber durchaus positiv entgegen sieht.

In Zukunft wird es das Ziel sein „... innerhalb der Aletsch Arena gemeinsame Produkte zu koordinieren und auf die Bedürfnisse des Markts hin zu optimieren, damit die Verkaufs- und Markenorganisation der Aletsch Arena effizient auf dem Markt auftreten kann“ (Bettmeralp Tourismus, 2013b: 8). Im Zentrum stehen dabei die festgelegten Markenkernwerte des jeweiligen Gebiets. Für die Bettmeralp sind dies im Speziellen: Authentisch und Lebendig. Damit soll erreicht werden, dass sich die Marke Aletsch Arena zu einem erfolgreichen und nachhaltigen Spitzenprodukt auf dem Markt etablieren kann (Bettmeralp Tourismus, 2013b). Wie dem Leitbild zu entnehmen ist, sind auf der Bettmeralp folgende Aspekte von zentraler Bedeutung: „Sorgfalt, Sicherheit, Freundlichkeit, Sauberkeit, fortschrittliches Planen und Realisieren“ (Bettmeralp Bahnen, 2015: 1). Eine langfristige und erfolgreiche Existenz wird genauso angestrebt, wie ein saisonales Angebot für „... Entspannung, Erholung, Unterhaltung und aktiver Betätigung ...“ (Bettmeralp Bahnen, 2015: 1). Das Unternehmen arbeitet gewinnorientiert und übt eine aktive Investitionspolitik aus. Bei all diesen Vorsätzen soll der gleichzeitig Natur- und Landschaftsschutz berücksichtigt werden. Den touristischen Verantwortlichen der Bettmeralp scheint es bewusst zu sein, dass auf längere Sicht gesehen nur in einer unversehrten Umwelt ein gewinnbringender Tourismus betrieben werden kann (Bettmeralp Bahnen, 2015).

3.2 Touristische Akteure in alpinen Gebieten

Bevor eine Wahl der Akteure für die Arbeit getroffen werden kann, muss ersichtlich werden, welche Stakeholders überhaupt im alpinen Tourismus mitwirken und welche Ziele sie verfolgen. Die Erfassung der Akteure ist insbesondere von Wichtigkeit, um die Reaktionen auf die Folgen des Klimawandels festzustellen und zu verstehen. Im Folgenden werden die sieben zentralen Akteursgruppen in alpinen Wintergebieten vorgestellt.

Unter **Destinationen** werden die touristischen Leistungsträger eines Gebiets verstanden. Es handelt sich also unter anderem um die Bergbahnen, die Hotellerie und die Gastronomie. Ihre Aufgabe besteht darin, die Gäste bezüglich des Klimawandels zu sensibilisieren und ihr Angebot so zu gestalten, dass es dem Klima angepasst wird und nicht zu einer Verstärkung der Klimaerwärmung führt. Bezüglich ihrem Angebot und ihrer Infrastruktur wird ihnen ein durchdachtes strategisches Verhalten nahe gelegt. Eine zweite Gruppe von Akteuren stellen die **Gemeinde, Kantone** und **Regionen** dar. In ihrer Macht steht die Umsetzung der gesetzlichen Rahmenbedingungen gemäß der gewählten Strategie. **NGOs** (non-governmental organization), die **Wissenschaft** und **andere Organisationen** können als dritte Akteursgruppe zusammengefasst werden. Deren Aufgabenbereich liegt in der Unterstützung und Begleitung der Akteure bei der Umsetzung der gewählten Strategien. Das Ziel ist es, ihnen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen und ihr Handeln fachlich und kritisch zu beurteilen. Ausserdem sollen sie eine Sensibilisierung aller integrierten Akteure sowie der Touristen aufs Thema Klimaveränderung sicherstellen, indem ihnen die Folgen der Auswirkungen vor Augen geführt werden (HTW, 2012). Die drei bis anhin genannten Akteursgruppen sind auch jene, die sich auf der Bettmeralp vor Ort befinden und daher unmittelbar mit den Auswirkungen des Klimawandels konfrontiert werden. Insbesondere für sie ist ein nachhaltiger Lösungsansatz zentral.

Die Gruppe der **staatlichen Akteure auf nationaler Ebene** ist verantwortlich für die Erstellung der gesetzlichen Rahmenbedingungen. Diese betreffen sowohl das Verhalten bezüglich und den Umgang mit dem Klimawandel, als auch strategische Umsetzungsmassnahmen. Eine weitere Akteursgruppe stellen die **Banken** und **Investoren** dar. Sie kümmern sich um die Finanzierung der Strategien, beispielsweise wenn Anpassungen der Infrastruktur vorgenommen werden müssen. Ergänzend steht es in ihrer Macht Kredite zu vergeben und dabei die Schlüsselkriterien betreffend Klimawandel zu berücksichtigen und zu beeinflussen. Als nächste Akteursgruppe können **überregionale Tourismusverbände** genannt werden. Diese sollen die Brancheninteressen bezüglich der Strategien feststellen und Gesetzgebungsprozesse begleiten. Auch sind sie zuständig für die Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger. Die letzte zu nennende Gruppe sind die **Akteure übernationaler Ebenen**, wobei unter anderem die EU dazu gehört. Ihre Aufgabe ist es, die durch den Klimawandel implementierten Strategien zu fördern und die dazugehörigen gesetzlichen Rahmenbedingungen im übernationalen Kontext zu schaffen und zu koordinieren (HTW, 2012).

Von allen genannten Akteuren wird den Gemeinden, Kantonen und Regionen sowie den staatlichen Akteuren auf nationaler Ebene die grösste Bedeutung zugeschrieben. Für die Umsetzung der Veränderungen wird die Tourismusdestination mit ihren Leistungsträgern als wichtigste Gruppe dargelegt. Allgemein kann gesagt werden, dass die Verantwortung insbesondere bei den Anbietern und somit der Akteursgruppe der Destinationen liegt. Es ist an ihnen, die Durchsetzung von Massnahmen sicherzustellen, wobei sie durch die Marktwirtschaft und ordnungspolitische Strukturen teilweise gelenkt werden können (HTW, 2012).

3.2.1 Zentrale Akteure auf der Bettmeralp

Die Akteure der Akteursgruppe der Destinationen sowie die Gemeinde als Akteur der zweiten Gruppe stellen auf der Bettmeralp die Hauptakteure dar. Sie erhalten daher eine Schlüsselrolle und werden im Folgenden weiter aufgegliedert und erklärt.

Das **Bergbahnunternehmen** des Ferienortes trägt einen grossen Teil zur Attraktivität bei. Es stellt sowohl im Sommer als auch im Winter die Infrastruktur für die meisten Aktivitäten, oft auch in Kombination mit Partnern wie der Gastronomie mit Angeboten wie Schlittenfahrt kombiniert mit Fondueplausch. Würde das Bergbahnunternehmen eines Ferienortes sein Angebot massiv reduzieren oder Konkurs anmelden, hätte dies weitreichende, existenzielle Folgen für den gesamten Ort. Damit in Zusammenhang steht auch der touristische Leistungsträger des **Bereichs Outdoor**. Es wird zwar nicht direkt Infrastruktur angeboten, jedoch greifen die Gäste oft und gerne auf geleitete Kurse und Touren zurück. Die Skischule oder ein Bergführer können daher als Akteure der Angebotsdiversifizierung gesehen werden und tragen ebenfalls zur Attraktivität des Ferienorts bei. Gerade für Familien ist das Angebot der Skischule wichtig. Dabei interessieren nicht nur die Skikurse an sich, sondern auch das Rahmenprogramm wie Skirennen, Mittagsbetreuung der Kinder, Demofahren der Skilehrer oder ähnliches. Auch die **Beherbergungen** und die **Gastronomie** machen einen wichtigen Teil der Infrastruktur aus. Die Gäste möchten sich in ihren Ferien erholen und gönnen sich daher oft auch dementsprechende Genussmomente. Die Arten der Übernachtungsmöglichkeiten sind weitreichend, jedoch greift ein Grossteil der Gäste auf Hotelzimmer zurück. Die Hoteliers sind demnach für das Wohlfühlen und den Erholungsfaktor ausserhalb der Aktivitäten zuständig. Dies kann je nach den Ansprüchen der Gäste auf unterschiedlichen Niveaus, aber dennoch zur vollsten Zufriedenheit erzeugt werden. Gerade auf der Bettmeralp, wo der Charme-Charakter des Chalet-Dorfs wohl für viele Gäste ein Aus-

wahlkriterium darstellt, ist dieser Akteur nicht unwesentlich. Dem Gast ist die Heimeligkeit, das Wohlfühlen, der Genuss und das Verwöhnen wichtig und dies möchte er auch durch die Unterkunft sowie die kulinarischen Verpflegung nicht missen. Die beiden Akteure Tourismusorganisation und Gemeinde können eher auf struktureller und organisatorischer Ebene angeordnet werden. Während die **Tourismusorganisation** für den Kontext während dem Aufenthalt des Gastes zuständig ist und für Information sowie Kooperation sorgt, kümmert sich die **Gemeinde** um den grösseren funktionalen Kontext. Der Gast ist zumindest zu Beginn oder bei erstmaligem Aufenthalt froh um praktische Hilfestellungen bezüglich der Organisation und Planung. Durch Ratschläge und Tipps der Tourismusorganisation kann ihm dies erleichtert werden. Die Gemeinde situiert sich wohl am meisten im Hintergrund aller genannten Akteure, ist jedoch nicht zu vernachlässigen. Sie organisiert alle funktionalen Aspekte und trägt so zur Basis des Ferienortes bei. Sowohl die Einheimischen als auch die Gäste könnten nicht auf diese gesetztes- und regelbasierte Planung und Umsetzung von Strukturen verzichten. Ausserdem stellt sie weitere Infrastrukturen zur Verfügung wie beispielsweise Eishalle, Hallenbad, Curlingfeld, Langlaufloipe oder Taxigenehmigungen. Schliesslich liegen alle gesetzlichen und rechtlichen Parameter auf kommunaler Ebene bei der Gemeinde.

3.2.1 Auswahl der fünf Akteure

Für den folgenden Forschungsprozess sollen die oben genannten Akteursprofile ins Zentrum gestellt werden. Diese werden als Schlüsselakteure auf der Bettmeralp eingeschätzt und ihre Interessen, Ideen und Konzeptionen sind daher aufschlussreich. Pro Profil wurde ein Vertreter ausgewählt und kontaktiert. Zur Sicherung ihrer Anonymität wurden die Namen in dieser Arbeit geändert. Im Bereich der Hotellerie und Gastronomie ist die Wahl auf den bald 50-jährigen **Alexander Brechbühl** gefallen. Er ist Besitzer eines Hotels und Restaurants auf der Bettmeralp und führt den Familienbetrieb mit mehreren Angestellten. Brechbühl lebt seit seiner Geburt in der Gemeinde und hat eine Ausbildung zum Tourismusfachmann absolviert. Der 40-jährige **Marc Flückiger** wird den Bereich der Gemeinde repräsentieren. Er ist Gemeindeangestellter und ebenfalls Einheimischer auf der Bettmeralp. Mit der bald 40-jährigen Mitarbeiterin des Kaders der Aletsch Arena AG **Nadia Inhauser** wird die Tourismusorganisation vertreten. Inhauser ist seit 20 Jahren beruflich auf der Bettmeralp tätig und stammt ebenfalls aus der Region. **Nicolas Schmid** steht als Repräsentant des Bereichs der Bergbahnen. Er arbeitet seit 2007 für die Aletsch Bahnen Management AG und ist knapp 40-jährig. Auch er ist

wieder in der Region ansässig, nachdem er zu Ausbildungszwecken das Wallis verlassen hatte. Der Skilehrer und Bergführer **Beat Hürlimann** deckt den Bereich Outdoor ab. Der über 70-jährige Tourismusexperte lebt nach wie vor auf der Bettmeralp und ist daher als Einheimischer in diesem Gebiet stark verwurzelt. Er verfügt neben seiner Kenntnisse im Outdoorbereich ebenfalls über Erfahrung im Bereich der Tourismusorganisation, wo er früher ebenfalls tätig war. In diesem Sinne wird jede Hauptakteuren-gruppe auf der Bettmeralp mit einem Vertreter in die Forschung miteinbezogen.

3.3 Forschungsstand

Das Thema alpiner Tourismus ist ein bereits gut erforschtes Gebiet, wodurch einige wissenschaftliche Arbeiten in der Vergangenheit entstanden sind. Im Folgenden werden drei davon vorgestellt, welche interessante Inputs für diese Arbeit geliefert haben. Im Jahre 1996 verfasste Bruno Abegg am Geographischen Institut der Universität Zürich einen Bericht zu den Themen Wetter, Klima, Klimaänderung und Tourismus. Abegg will dem Leser die durch den Klimawandel neu entstandenen Herausforderungen im alpinen Wintertourismus aufzeigen. Unter anderem geht er auf die Konsequenzen, welche der zunehmende Anstieg der Schneehöhengrenze mit sich bringt, ein. Anhand von Befragungen im Kanton Graubünden konnte das Bewusstsein dieser Problematik bei der Bevölkerung festgestellt werden. Im Weiteren geht er auf kurz-, mittel- und langfristige Massnahmen ein, mit dem Ziel dem Klimawandel entgegen zu wirken, die Abhängigkeit vom Schnee zu vermindern und den Wintertourismus trotzdem voranzutreiben. Im Rahmen der Ostschweizer Geographischen Gesellschaft verfasste auch Rolf Bürki rund vier Jahre später eine Publikation zu besagten Themengebieten. Auch er warnt vor den Folgen des Klimawandels in den besonders sensitiven Gebieten der Schweizer Alpen. Bürki analysiert die Schneesicherheit von Skigebieten mittels Schneemodellierungen und wählt dafür zwei Szenarien aus. Die von ihm durchgeführten Gästebefragungen zeigten ergänzend, dass die Touristen tatsächlich mit klimabedingten Veränderungen rechnen und künftig darauf achten werden, in schneesichere Gebiete zu reisen oder mit dem Skifahren gleich ganz aufhören. Bei den Tourismusverantwortlichen hingegen zeigt sich ein weniger homogenes Bild der Wahrnehmung des Klimawandels. Einerseits verharmlosen sie die Problematik und andererseits begründen sie den Gebrauch der Beschneiungsanlagen durch die Veränderung des Klimas. Im Jahre 2007 veröffentlichte

die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation de coopération et de développement économiques OECD) einen Sammelband. Hierbei handelt es sich um ein Zusammentragen von verschiedenen realisierten Untersuchungen, Statistiken und Resultaten. Inbegriffen sind auch die vorgestellten wissenschaftlichen Arbeiten von Bruno Abegg und Rolf Bürki. Die Organisation verfolgt die Absicht, die Konsequenzen des Klimawandels auf den alpinen Tourismus und die variierende Empfindlichkeit der Gebiete, aufgrund des sich ändernden Klimas, darzustellen. Weiter werden auch die Grenzen und Kosten der Anpassungsstrategien vor Augen geführt und die Wichtigkeit aufgezeigt, dass drohende Naturkatastrophen bei all den neuen Strategien nicht vergessen werden sollten.

Neben den vorgestellten wissenschaftlichen Arbeiten, wurde in Vergangenheit auch viel Forschung im Gebiet selbst betrieben. Seit 2001 gehört der Aletschgletscher zusammen mit dem Jungfrau Gebiet zum UNESCO-Welterbe. Die Stiftung UNESCO-Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch veröffentlichte mehrere Broschüren zu Forschungen rund um den Gletscher oder um den Einfluss des Klimawandels beispielsweise den Touristen ersichtlich zu machen (Aletsch Arena, 2015)¹¹. Nicht nur die UNESCO betreibt Forschung im Gebiet, um unter anderem die Sensibilisierung voran zu treiben, sondern auch das Pro Natura Zentrum Aletsch in der Villa Cassel auf der Riederalp ist für den Schutz der Natur und die Erforschung im Aletschgebiet zuständig (Pro Natura Zentrum Aletsch, 2015)¹².

¹¹ http://www.aletscharena.ch/sites/de/aletscharena/destination/unesco_welterbe.html [aufgerufen am 12.02.2015]

¹² <http://www.pronatura-aletsch.ch/home-de> [aufgerufen am 12.02.2015]

Teil II

Theoretische Konzepte:

Klimawandel, Nachhaltigkeit, Strategien

Methodologische Konzepte:

Datenerhebung, Datenanalyse

4 Theoretische Konzepte

Der folgende Teil stellt die in dieser Arbeit zentralen Konzepte des Klimawandels, der Nachhaltigkeit und der Strategien dar.

4.1 Klimawandel

Die meisten touristischen Aktivitäten wie Sight Seeing, Baden, Wandern oder Wintersport spielen sich hauptsächlich im Freien ab und ihre gelungene Ausführung wird daher von den Witterungsverhältnissen beeinflusst. Nicht alle Aktivitäten können jedoch an jedem Ort und im gleichen Masse getätigt werden. Während in alpinen Regionen je nach Saison möglicherweise gebadet, gewandert und gar Ski gefahren werden kann, beschränken sich die Möglichkeiten in adriatischen Küstenregionen auf Baden, Wassersport oder allenfalls Wanderungen und Velotouren. Das Beispiel Skifahren zeigt, dass es für gewisse touristische Bereiche sehr bestimmte Voraussetzungen braucht, damit die Aktivität dem Gast ermöglicht werden kann. Für andere Unternehmungen wie etwa das Wandern stehen regional abhängige Bedingungen weniger im Vordergrund. Folglich bestimmt das Klima einer Region, welchen touristischen Aktivitäten dort grundsätzlich gefrönt werden können, wohingegen das Wetter entscheidend ist für die tatsächliche Ausführung (Abegg, 1996). Wenn sich nun das Klima einer Region derart ändert, dass eine spezifische touristische Aktivität nicht mehr oder nur noch in sehr reduziertem Masse ausgeführt werden kann, hat dies für die Region schwerwiegende wirtschaftliche, aber auch gesellschaftliche Folgen. Ausgehend davon sollen im Folgenden die beiden zentrale Begriffe des „Wetters“ und des „Klimas“ sowie „Klimaschwankungen“ und „Klimaänderungen“ thematisiert und definiert werden.

Der Begriff des **Klimas** umfasst verschiedene Faktoren und Prozesse der Atmosphäre, welche variabel sind bezogen auf den Raum und die Zeit. Klima kann als Gegenbegriff zum Wetter gesehen werden und bezeichnet den atmosphärischen Zustand über einen längeren Zeitraum anhand statistischer Mittelwerte. Der Begriff des **Wetters** hingegen wird für einen kurzen zeitlichen Abschnitt verwendet, in dem Aussagen über momentan herrschende Werte der Temperatur, des Niederschlags, der Luftfeuchtigkeit und anderen wetterrelevanten Faktoren gemacht werden (Bürki, 2000).

Wenn nun also von Klimawandel gesprochen wird, ist damit eine langfristige und signifikante Veränderung des Klimas beziehungsweise der klimatischen Statistikwerte gemeint. Unter Klimawandel versteht man verschiedene zeitlich und räumlich variierende Prozesse und Faktoren, die zum einen Klimaschwankungen und zum anderen Klima(ver)änderungen verursachen (Wanner et al., 2000). Unter **Klimaschwankungen** werden Phänomene verstanden, die durchaus den statistischen Werten der vorherrschenden Periode entsprechen, aber Extremereignisse darstellen und daher selten sind (Wanner et al., 2000). Klimaschwankungen oder Klimavariabilitäten sind also bis zu einem gewissen Ausmass normal und sollten sich in der Periode eingliedern lassen. **Klimaänderung** hingegen bezeichnet einen andauernden Trend der klimarelevanten Faktoren in eine bestimmte Richtung (Wanner et al., 2000). Klimaänderungen werden im DIERCKE-Wörterbuch der Allgemeinen Geographie wie folgt definiert: Klimaänderung ist „... der langfristige Wechsel der mittleren Werte wichtiger Klimaelemente und des Ablaufs der Witterungserscheinungen“ (Leser, 1995: 45).

4.1.1 Natürliche und anthropogene Ursachen des Klimawandels

Das Klima unterliegt natürlich bedingten Schwankungen und Klimaänderungen sind demnach grundsätzlich nichts Aussergewöhnliches. Es unterliegt dem natürlichen Zyklus von verschiedenen atmosphärischen und solaren Prozessen, dass sich Glaziale mit Interglazialen abwechseln. Die Ursachen dieses sogenannten natürlichen Klimawandels sind vielfältig, ebenso deren Zeitskalen. Allen verursachenden Faktoren voran sind die Milankovitch-Zyklen zu nennen, welche als Schwankungen der Erdumlaufbahn zusammenzufassen sind. Weiter tragen die variierende Sonnenaktivität, ebenso wie Vulkaneruptionen ihren Teil zum natürlichen Klimawandel bei (Wanner et al., 2000). Seit der Mensch mit der beginnenden Industrialisierung vor rund 200 Jahren durch Verbrennungsprozesse, Waldabholzung und andere Massnahmen vermehrt Kohlendioxid CO₂ und andere Treibhausgase wie Methan CH₄ oder Fluorchlorkohlenwasserstoffe FCKW emittiert, hat dies neben den natürlichen Faktoren einen massgeblichen Einfluss auf atmosphärische Prozesse. Durch den deutlichen Anstieg der Emission von Treibhausgasen verstärkt sich der natürliche Treibhauseffekt, welcher die globale Mitteltemperatur um rund 30°C erhöht, wodurch menschliches Leben überhaupt möglich wird (Bürki, 2000). Dieser vom Menschen versachte Treibhauseffekt führt zum anthropogenen Klimawandel, welcher zusätzlich zum natürlichen Klimawandel Einfluss nimmt. Die zusätzliche Erwärmung ist daher als problematisch einzustufen, da der Gra-

dient der Erwärmung ungeahnte Masse eingenommen hat. Für die Zeitperiode zwischen 1880 und 2012 hat je nach Region eine Erwärmung zwischen 0.65°C bis 1.06°C stattgefunden (IPCC, 2013a). Es kann festgehalten werden, dass es „äußerst wahrscheinlich“ ist, „dass der menschliche Einfluss die Hauptursache der beobachteten Erwärmung seit Mitte des 20. Jahrhunderts war“ (IPCC, 2013b: 15). Es hat sich jedoch nicht nur die Atmosphäre erwärmt, sondern einhergehend damit haben sich ebenfalls die Ozeane erwärmt, sind die Schnee- und Eismengen zurückgegangen und ist der Meeresspiegel angestiegen (IPCC, 2013a). Bezüglich der Kryosphäre, auf welche in dieser Arbeit unter anderem der Fokus gelegt wird, wird im IPCC Bericht 2013 mit „hohen Vertrauen“ folgendes über die Veränderungen ausgesagt:

„Während der letzten beiden Jahrzehnte haben die Eisschilde in Grönland und in der Antarktis an Masse verloren, die Gletscher sind fast überall in der Welt weiter abgeschmolzen, und die Ausdehnung des arktischen Meereseises sowie der Schneebedeckung in der Nordhemisphäre im Frühjahr haben weiter abgenommen ...“

(IPCC, 2013b: 7).

In Bezug auf den Tourismus spielt es eine untergeordnete Rolle, ob der Klimawandel natürlichen oder anthropogenen Ursprungs ist, denn die Auswirkungen auf atmosphärische sowie biogene Prozesse bleiben dieselben. Hingegen kann neben dem „naturwissenschaftlichen oder physischen Klima“ auch ein „soziales Konstrukt Klima“ eruiert werden (Bürki, 2000: 8). Gleiches gilt für Veränderungen des Klimas. Der Klimawandel kann also anhand physikalischer Größen und Werte beschrieben und beurteilt werden. Die gleichen Veränderungen können aber aus gesellschaftlicher Sicht anders ermessen werden. Die subjektive Wahrnehmung des Klimas beziehungsweise des Klimawandels kann sich demnach grundlegend vom messbaren, physischen Klima beziehungsweise Klimawandel unterscheiden. Ebenso kann die Wichtigkeit oder Lösungspriorität, die den durch den Klimawandel verursachten Problematiken zugesprochen wird, räumlich und zeitlich variieren. Die Folgen der Klimaänderung für Natur und Gesellschaft werden subjektiv aufgefasst und interpretiert. Auf diesen Umstand wird später in der Arbeit im Zusammenhang mit den Akteuren des Tourismus noch tiefergehend eingegangen (Bürki, 2000).

4.1.2 Klimafolgenforschung im Tourismus

Wie eingangs dieses Kapitels bereits erwähnt, spielt sich der Tourismus grösstenteils draussen im Freien ab und ist daher sehr sensitiv auf das Wetter sowie das Klima. Eine Klimaänderung kann daher für den Tourismus einer Region folgenschweren Einfluss haben. Es können direkte Folgen von indirekten Folgen unterschieden werden. Als direkte Folgen werden veränderte klimatische Bedingungen bezeichnet, die einen positiven oder negativen Effekt auf touristische Aktivitäten haben. Einen positiven Einfluss für den Tourismus könnte beispielsweise die Abnahme von Nebeltagen haben, wohingegen die Verringerung der Schneemenge einen negativen Effekt auf den Wintertourismus hat. Unter indirekten Folgen werden veränderte, nicht-klimatische Rahmenbedingungen verstanden. Beispielsweise reduziert geringer oder später Schneefall die Lust der Touristen Skifahren zu gehen, wodurch die Sportgeschäfte unter mangelnden Verkaufszahlen leiden. Klimawandelbedingte Veränderungen müssen nicht zwingend ausschliesslich als positiv oder negativ beurteilt werden. Der gleiche physische Wandel, wie beispielsweise eine globale Erwärmung, kann in bestimmten Regionen tourismusfördernd wirken, wohingegen in anderen Regionen der Tourismus darunter leidet. Zudem verändern sich durch den Klimawandel nicht nur die statistischen Mittelwerte von Temperatur oder Niederschlagsmengen, sondern auch die Variabilität. Die Häufigkeit ebenso wie die Intensität von Extremereignissen wird zunehmen. Dies kann schwerwiegende Folgen für Natur und Gesellschaft haben, wie beispielsweise die schweren Unwetter im Berner Oberland im Jahr 2005 gezeigt haben. Der Tourismus der Region wurde dabei indirekt betroffen, indem Infrastruktur, Strassen, Transportanlagen, Gebäude oder Wasser- und Stromleitungen beschädigt worden sind (Bürki, 2000).

4.1.3 Klimawandel in den Alpen

„Le réchauffement récent dans les Alpes est à peu près trois fois supérieur à la moyenne mondiale et les modèles climatiques prévoient des bouleversements encore plus sensibles dans les décennies à venir, notamment la diminution du manteau neigeux à basse altitude, le recul des glaciers et le dégel du perigélisol à plus haute altitude, de même qu’une évolution des températures et précipitations extrêmes“
(Agrawala, 2007: 17).

Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts ist eine signifikante Erwärmung in den Alpen bemerkbar (Agrawala, 2007; Wanner et al., 2000). Die Erwärmung erfolgte nicht linear, sondern mit einer Plateauphase zwischen 1940 und 1975 (Wanner et al., 2000). Seit Mitte der 1980er Jahre ist erneut ein starker Anstieg der Temperaturen auszumachen, welcher in den Jahren 1994, 2000, 2002 sowie 2003 zu Extremtemperaturen in den Alpen geführt hat (Agrawala, 2007). Diese massive Zunahme der Temperaturen in den Alpen Ende des 20. Jahrhunderts sowie zu Beginn des 21. Jahrhunderts ist neben der globalen Erwärmung zusätzlich auf die Nordatlantische Oszillation NAO zurückzuführen. Damit „... wird die grossräumige atmosphärische Druckschaukel zwischen Islandtief und Azorenhoch bezeichnet ...“ welche für die klimatischen Bedingungen in den Alpen verantwortlich ist, und „... aufgrund Massenumlagerungen Schwankungen im interannuellen bis dekadischen Bereich aufweist“ (Wanner et al., 2000: 41). In den Alpen kann im 20. Jahrhundert eine Erwärmung von 1.5°C festgestellt werden, wohingegen die globale Erwärmung 0.5°C betragen hat (Agrawala, 2007). Ebenso wie die Temperatur hat auch der Niederschlag im 20. Jahrhundert zugenommen (Wanner et al., 2000).

Der Bericht des IPCC 2013 kommt zum Schluss, dass die globale Erwärmung „... am Ende des 21. Jahrhunderts, bezogen auf 1850–1900, [...] *wahrscheinlich* 1.5°C übersteigen“ wird (IPCC, 2013b: 24). Somit wird auch in den Schweizer Alpen eine Erwärmung stattfinden, jedoch wird diese stärker ausfallen als der globale Mittelwert. Anhand von klimatischen Modellberechnungen ist die Forschung zum Schluss gekommen, dass die Erwärmung in den Schweizer Alpen im Sommer stärker ausfallen wird als im Winter. So wird im Jahr 2050 im Vergleich zum Jahr 1990 mit einer Zunahme von 1 bis 5°C im Sommer und von 1 bis 3°C im Winter gerechnet werden. Das Niederschlagsmuster wird sich ebenfalls ändern. Im Winter wird im Vergleich 5 bis 25 Prozent mehr Niederschlag fallen, wobei die Niederschlagssumme im Sommer um 5 bis 40 Prozent abnehmen wird (Agrawala, 2007). Wanner et al. kommen ebenfalls zum Schluss, „... dass im Alpenraum mit räumlich wie jahreszeitlich stark variierenden Klimaveränderungen zu rechnen ist“ (2000: 235). Es ist anzunehmen, dass der globale Temperaturanstieg im Mittel über dem gesamten Alpenraum verstärkt wird. Für die Schweizer Alpen hingegen, deuten die Modelle im Vergleich eher auf eine Abschwächung der Erwärmung hin. Dies ist jedoch mit einer gewissen Unsicherheit behaftet, da die Gründe dafür unklar sind (Wanner et al., 2000). Weiter wird festgehalten, dass die Erwärmung im Winter mit zunehmender Höhe verstärkt wird und dass sie auf der schweizerischen Alpennordseite stärker ausfallen wird, als auf der schweizerischen Alpensüdseite. Ebenfalls kommen Wanner et al.

(2000) zum Schluss, dass im Winter im gesamten Alpenraum tendenziell mehr Niederschlag fallen wird. Zudem könnte im Herbst der Niederschlag auf der Alpennordseite ebenfalls zunehmen, sowie auf der Alpensüdseite während allen Jahreszeiten.

Der Klimawandel und die dadurch bedingte Erwärmung haben unterschiedliche Effekte und physikalische Auswirkungen auf die alpine Region in der Schweiz. Zum einen wird die Dicke des Schneemantels in den Alpen in den kommenden Jahrzehnten weiter abnehmen, wobei die Variabilität stark von Jahr zu Jahr schwankt. Weiter wird sowohl die Gletscherfläche als auch das Gletschervolumen laufend reduziert werden. Zwischen 1850 und 1980 haben die Alpengletscher bereits 30 bis 40 Prozent ihrer Oberfläche und 50 Prozent ihres Volumens verloren. Im Jahr 2100 könnten praktisch alle Gletscher der Schweizer Alpen verschwunden sein, wenn die Temperatur im Sommer tatsächlich um 5°C ansteigt. Ausserdem wird die Grenze des Vorkommens von Permafrostboden um mehrere hundert Meter ansteigen. Durch auftauenden Permafrostboden wird eine Instabilität des Grundes verursacht. Gleichzeitig werden durch den Rückzug der Gletscher grosse Moränendepots abgelagert, was zu zusätzlicher Hanginstabilität führt. Weiter wird der hydrologische Kreislauf in den Alpen tangiert durch veränderte Niederschlagsmuster. Zum einen wird im Winter aufgrund der Temperaturzunahme allgemein mehr Niederschlag fallen, zudem auch in grösseren Höhen in Form von Regen. Auch wird eine frühzeitigere Schneeschmelze im Frühling erwartet. Alle diese Faktoren führen zu grösseren Abflussmengen, die sich zum einen in den Boden infiltrieren und bei Sättigung Instabilitäten verursachen, und zum anderen durch Oberflächenabfluss in grossen Mengen und kurzer Zeit ins Tal fliessen (Agrawala, 2007).

4.1.4 Klimawandel und Tourismus in der Schweizer Wirtschaft

Die Beziehung zwischen dem Klimawandel und dem Tourismus kann nicht als einfache Ursachen-Wirkungs-Beziehung formuliert werden (SECO, 2011). Die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Faktoren sind komplex und rückgekoppelt. Bestenfalls können die Beziehungen als geschlossene Wirkungsketten gesehen werden. Die Relationen können auf unterschiedlichen Ebenen festgemacht werden, wobei die Ursachen und Wirkungen zwischen dem Klimawandel und dem Tourismus in beide Richtungen verlaufen. Massgebende Einflussfaktoren wie die Treibhausgase, sowie die ökologischen Konsequenzen werden unter anderem durch den Tourismus verursacht, können gleichzeitig aber durch angepasste touristische Massnahmen und Strategien beeinflusst

werden. Schliesslich stehen der touristische Erfolg und das Wachstum einer Region mit der Destination selbst in Zusammenhang. Verpassen es die Tourismusverantwortlichen und sonstige involvierte Akteure veränderte Bedingungen rechtzeitig wahrzunehmen, zu analysieren und entsprechende Reaktionen in die Wege zu leiten, können keine angepassten Massnahmen ergriffen werden.

Laut dem Bericht über die Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz des SECO (Staatssekretariat für Wirtschaft) aus dem Jahr 2010 trägt der Tourismus in der Schweiz auf nationaler Ebene rund 3 Prozent zur Wirtschaftsleistung bei und beschäftigt 4.2 Prozent aller Arbeitnehmenden in der Schweiz. Folglich ist der Sektor des Tourismus für die Schweizer Volkswirtschaft von zentraler Bedeutung. Damit das Wachstum vorangetrieben werden kann, sollen Herausforderungen gemeistert und erreichbare Ziele der Tourismuspolitik gesteckt werden. Der Bundesrat verfolgt beispielsweise Bestrebungen zur Steigerung der Attraktivität von touristischen Angeboten oder möchte Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung im Bereich des Tourismus fördern und umsetzen (SECO, 2010). Der Klimawandel wird als eine der grossen Herausforderungen gesehen, wenn es darum geht, aus dem vorhandenen Potential des Tourismusstandortes Schweiz Wirtschaftswachstum zu schöpfen. „Der Klimawandel ist eine schleichende Herausforderung. Anders als Naturkatastrophen wirkt er nicht nur kurzfristig, sondern verändert die Destinationen dauerhaft. Es wird in der Schweiz Gewinner und Verlierer geben“ (SECO, 2010: 4).

Der Klimawandel bringt Veränderungen des Klimas wie beispielsweise die Erhöhung der Temperatur sowie des Niederschlags oder eine Häufung von Extremereignissen mit sich, die aus touristischer Sichtweise unterschiedlich gewertet werden können. Grundsätzlich stellt sich für eine Tourismusregion die Frage, ob sich die Wetter- sowie klimatischen Bedingungen durch den Klimawandel verbessern oder nicht (Abegg, 1996). Gleichzeitig hängt das Tourismusgebiet von der Saisonalität ab, die durch den Klimawandel verändert werden kann. Wird die Saison verkürzt, bedeutet dies negative Konsequenzen durch wirtschaftliche Einbussen. Ebenfalls bringen Extremereignisse negative Effekte. Die Kontinuität wird dadurch gestört und normalerweise muss bei solchen Vorkommnissen mit grossem Schadenpotential gerechnet werden (SECO, 2010).

4.1.5 Konsequenzen für den Wintertourismus

Tourismus im Allgemeinen ist sehr klimasensibel und der Wintertourismus ist im Speziellen sehr abhängig von Wetter und Klima. Im Folgenden wird auf unterschiedliche

Faktoren und Konsequenzen für den Wintertourismus eingegangen, die in Zusammenhang stehen mit der durch den Klimawandel verursachten Erwärmung und den übrigen veränderten Parameter wie Niederschlagsmuster oder Abflussverhalten. Die Veränderungen des Klimas und ihre Auswirkungen auf den Wintertourismus in der Schweiz werden aus wirtschaftlicher Sicht generell als negativ beurteilt, denn „... [höhere] Temperaturen bedeuten weniger Schnee und damit verbunden sind sowohl eine Saisonverkürzung als auch geringere Einnahmen“ (Abegg, 1996: 38).

Die **Schneemenge**, welche pro Saison fällt, kann wohl immer noch allen anderen Faktoren voran als Hauptfaktor bezeichnet werden, wenn es darum geht, den Wintertourismus einer Destination aufrechtzuerhalten oder gar florieren zu lassen. Durch die Erwärmung muss in der Schweiz nicht zwingend weniger Niederschlag fallen. Jedoch wird zunehmend weniger Niederschlag in Form von Schnee fallen. Dies hat zur Konsequenz, dass die Skigebiete - die tiefgelegenen im Besonderen - weniger schneesicher werden. So erstaunt es nicht, dass diese Schneesicherheitsgrenze „... die im Alpenraum am häufigsten [...] diskutierte Konsequenz einer Klimaveränderung“ ist (SECO, 2010: 34). Der Begriff der Schneesicherheit wird in der Literatur unterschiedlich definiert (vgl. Abegg, 1996: 59ff). Für den Rahmen dieser Arbeit ist die Diskussion und Festlegung einer Definition daher nicht zwingend, da der Fokus darauf gelegt werden kann, dass die Schneesicherheit auf gleicher Höhe grundsätzlich abnimmt und daher die Schneesicherheitsgrenze ansteigt. Der Bericht der OCDE (2007) stützt sich auf die 100-Tage-Regel (vgl. Abegg, 1996) und legt daher für die Schweiz die Schneesicherheitsgrenze auf einer Höhe von 1200 bis 1300 Metern über Meer fest. Liegt ein Skigebiet darüber, so gilt es als schneesicher. In der Schweiz werden beispielsweise von den im Jahr 2007 als schneesicher geltende 159 Skigebieten bei einer Erwärmung von 1°C noch 142 Skigebiete, bei einer Erwärmung von 2°C noch 129 Skigebiete und bei einer Erwärmung von 4°C noch 78 Skigebiete schneesicher sein. Die Schneesicherheitsgrenze würde bei einer Erwärmung von 4°C auf eine Höhe von 1800 Metern über Meer ansteigen. Im Vergleich mit anderen Alpen-Ländern wie Österreich oder Frankreich wird die Schweiz bezüglich der Schneesicherheit einen Vorteil haben, da viele Skigebiete im Durchschnitt höher liegen. Im Kanton Wallis beispielsweise gälten bei einer Erwärmung von 4°C immer noch 80 Prozent der Skigebiete als schneesicher. Gerade die tiefer gelegenen Destinationen in den Voralpen (Freiburg, Toggenburg, Innerschweiz) werden aber das Nachsehen haben und so wird sich die Nachfrage auf die grossen, hoch gelegenen Gebiete im Wallis oder dem Kanton Bern beschränken (Agrawala, 2007).

Da **Permafrost** sowohl auf Temperaturveränderungen als auch auf Veränderungen in der Menge und dem Zeitpunkt des Schneefalls reagiert, sind Auswirkungen durch den Klimawandel als sicher anzunehmen. Insbesondere die Destabilisation durch auftauenden Permafrostboden von Gebäuden, Verankerungen, Lawinenverbauungen oder Bergbahninstallationen werden kostspielige Anpassungen für Bergbahnen und Gemeinden verlangen (SECO, 2011).

Der **Gletscherrückgang** hat für den Tourismus zum einen physische Folgen und zum anderen aber auch visuell-ästhetische Auswirkungen. Durch die Schmelze des Gletschereises werden vermehrt Gletscheseen gebildet, welche unstabilen Untergrund nach sich ziehen können. Dadurch kann kein gesteuerter Abfluss mehr garantiert werden, was die Gefahr von Hochwasser und Flutwellen in den Siedlungen des Gletschertals birgt. Zudem gehen durch die andauernde Schmelze Wasservorräte verloren, deren Nutzung zuvor durch gezielte Förderung und ein funktionierendes System aufs Jahr hinaus optimiert worden ist. Ein Gletscher besitzt neben dem Wasserspeicher zudem einen grossen ästhetischen Wert. Gerade der Grosse Aletschgletscher trägt nicht unwesentlich zur touristischen Attraktion des Gebiets der Aletsch Arena bei. Ist der Gletscher eines Tages verschwunden, wird sich das **Landschaftsbild** merklich verändern. Anstatt glänzendem Gletschereis wird noch schwarz-graues Geröll übrig bleiben, was für die Touristen in keiner Art und Weise einen vergleichbaren erholenden und kraftspendenden Wert besitzt. Grundsätzlich werden sich durch den Klimawandel noch andere Aspekte der Landschaft verändern, wie beispielsweise die Tierwelt oder die Waldgrenze. Jedoch ist diesbezüglich die Prognose der Auswirkungen auf den Tourismus sehr schwierig, da die Wahrnehmungen der Landschaft sehr subjektiv sind, die Veränderungen sich nur wahnsinnig langsam abspielen werden und zudem Gewöhnungseffekte eine Rolle spielen. Allenfalls kann die sich verändernde Landschaft dahingehend Auswirkungen auf den Tourismus nach sich ziehen, indem gewisse Restriktionen und Einschränkungen bewirkt werden, die die touristischen Angebote tangieren. Denkbar wären beispielsweise vergrösserte Naturschutzgebiete oder Gebiete, die gar nicht mehr betreten werden dürfe (SECO, 2011).

In alpinen Regionen ist man sich der **Gefahren der Natur** bewusst und der Tourismus hat sich damit befasst und darauf eingestellt. Laut der Forschung können einzelne Extremereignisse nicht direkt mit einer Klimaänderung in Verbindung gebracht werden, da sie wetterabhängig sind, jedoch wird die Intensität und die Häufigkeit von Extremereignissen beeinflusst durch die Erwärmung. Bezogen auf den Wintertourismus können

Naturgefahren wie Lawinen, Stürme oder Massenbewegungen negative Folgen haben. Während die Prognose bezüglich zunehmender Häufigkeit und Intensität für Lawinen und Stürme schwierig ist, kann für Massenbewegungen wie Rutschungen, Murgänge oder Fels- und Bergstürze eine grössere Häufigkeit vorausgesagt werden. Dies wird bedingt durch Hanginstabilitäten, welche durch den Rückzug der Gletscher und durch auftauenden Permafrost, sowie im Sommer durch vermehrte und intensivere Niederschläge, ausgelöst werden (SECO, 2011).

4.2 Nachhaltigkeit

Das Thema der Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung, denn der Fokus auf einen klimafreundlichen Tourismus verspricht insbesondere in heutiger Zeit zukunftsorientierte Erfolge. Oftmals beansprucht der Tourismus die natürlichen Ressourcen mit ökonomischem Nutzen in zu starkem Ausmass. Im schlimmsten Fall zerstört er sie sogar (Stettler und Wehrli, 2012). Sanfter und nachhaltiger Tourismus wirkt dem Problem des übermässigen Beanspruchens der Rohstoffe und der intakten Natur entgegen (Abegg, 2011).

Die Gäste werden laufend mit genannter Problematik konfrontiert, darauf sensibilisiert und im besten Fall davon überzeugt, dass nachhaltiger Tourismus als wichtigster Lösungsansatz gesehen wird. Demzufolge würde der Gast fortan mehr Wert legen auf klimafreundliche Leistungen, eine kurze Anreise, regionale und biologische Produkte und nicht zuletzt auf erneuerbare Energieträger. Will der Anbieter gute Chancen auf dem Markt haben, so muss er nachhaltige Angebote entwickeln und mit dem Trend mitgehen (Abegg, 2011). Resultierend aus dieser Tendenz hin zu nachhaltigem Tourismus, blühten in letzter Zeit solche Angebote auf. In diesem Falle ist es wichtig zu wissen, was unter Nachhaltigkeit verstanden wird und auch, welches die Erwartungshaltungen der Touristen an ein nachhaltiges Angebot sind.

Im Folgenden wird in erster Linie das gewählte Konzept der Nachhaltigkeit erläutert und anhand eines Modells beschrieben. In einem nächsten Schritt wird die Kritik am Konzept offengelegt, bevor zum Schluss auf die Nachhaltigkeit im Tourismus eingegangen wird.

4.2.1 Definition der Nachhaltigkeit

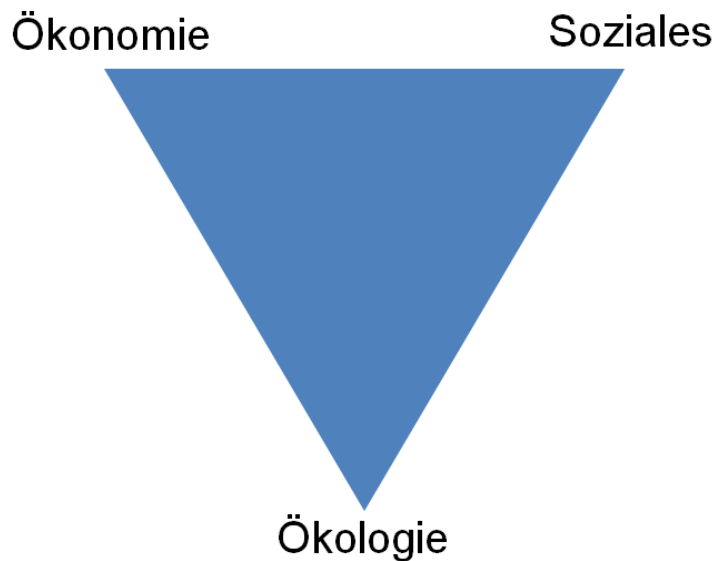
Als erster Schritt muss der Begriff der Nachhaltigkeit und dessen Konzept definiert werden. Dies ist von Wichtigkeit, da sich dieser Begriff stark entwickelt hat und immer mehr an politischer und fachlicher Aufmerksamkeit gewonnen hat. Mittlerweile sollen über 70 Definitionen davon existieren (Haber, 1998).

Das Konzept der Nachhaltigkeit spielte bereits im Jahre 1713 zum ersten Mal eine Schlüsselrolle. Als Schöpfer des Begriffs gilt der sächsische Oberberghauptmann von Carlowitz. Er hielt damals fest, dass Nachhaltigkeit ein Grundsatz vernünftiger Forstwirtschaft ist, wobei immer nur so viel geforstet werden darf, wie wieder angepflanzt und gesät wird. 1961 wurde der Nachhaltigkeitsbegriff in einem allgemeinen Aufruf veröffentlicht, welcher die Menschen zu einem schonenden Umgang mit Natur und Landschaft aufforderte. Mit dem Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (World Commission on Environment and Development / WCED) wurde der Begriff gefestigt (Haber, 1998). Dieser 1987 publizierte Abschlussbericht, welcher nach der damaligen Ministerpräsidentin von Norwegen benannt ist, hält ein Leitbild zur Nachhaltigen Entwicklung fest und trägt den Titel «Our Common Future». Er besagt, dass das nicht nachhaltige Konsum- und Produktionsverhalten im Norden und die grosse Armut im Süden Grund für die weltweiten Umweltprobleme sind. Im Zentrum der Problematik steht der Begriff „sustainable development“ (ARE, 2013). Dieser Begriff der „nachhaltigen Entwicklung“ soll zum Ausdruck bringen, dass die Probleme des Umweltschutzes nur angegangen werden können, wenn die sozialen und wirtschaftlichen Erfordernisse der Menschen berücksichtigt werden. Dabei wurde insbesondere an die Drittweltländer gedacht, welche vermehrt Unterstützung erhalten sollten (Haber, 1998). Nach der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung von 1987 „befriedigt nachhaltige Entwicklung („sustainable development“) die Bedürfnisse der gegenwärtig lebenden Menschen, ohne die Erfüllung der Bedürfnisse künftiger Generationen einzuschränken oder zu gefährden“ (Haber, 1998: 12). Wie dieser Definition zu entnehmen ist, enthält diese eine ethische Forderung. Es wird auf eine gerechte Verteilung von Gütern und Errungenschaften innerhalb der heute lebenden Menschheit sowie der zukünftigen Generationen abgezielt. Mittels dieses Postulats wird vor Augen geführt, dass der Umgang der Menschen mit der Natur und den Ressourcen ein zentraler Aspekt ist. Aus diesem Grund hat Daly bereits 1991 drei Umweltforderungen der nachhaltigen Entwicklung verfasst:

- „Die Nutzung erneuerbarer Ressourcen darf deren Regenerationsrate auf Dauer nicht überschreiten“ (Haber, 1998: 13).
- „Die Nutzung nicht erneuerbarer Ressourcen muss so bemessen werden, dass vor ihrer Erschöpfung ein gleichwertiger Ersatz für ihre Funktionen entwickelt und voll verfügbar ist“ (Haber, 1998: 13).
- „Die Freisetzung von Stoffen und Energie darf auf Dauer nicht grösser sein als die Aufnahme- und Verarbeitungsfähigkeit der natürlichen Umwelt für die Emissionen“ (Haber, 1998: 13).

In gewissen Fällen wird ein viertes Kriterium hinzugefügt. Dieses besagt, dass menschliche Eingriffe nur vorgenommen werden dürfen, wenn die Natur seit dem letzten menschlichen Eingriff genug Zeit hatte, sich zu regenerieren. Diese Kriterien sind untrennbar von sowohl wirtschaftlichen als auch sozialen Problemen. „Nachhaltige Entwicklung bedeutet daher eine miteinander koordinierte, gleichrangige und –zeitige Berücksichtigung ökonomischer, sozialer und ökologischer Gesichtspunkte“ (Haber, 1998: 13). 1994 veranschaulichte Messerli diese Darstellung mittels eines Dreiecks, welches auf der Spitze steht (vgl. Abbildung 3). Jeder Komponente wurde eine bestimmte Ecke des Dreiecks zugeteilt. Es handelt sich dabei um ein gleichseitiges Dreieck, was dafür spricht, dass sich die drei Komponenten in einer Balance befinden und zu gleichen Teilen vertreten sind. Da die natürliche Umwelt eine sehr sensible Basis des Dreiecks darstellt, kann das System schnell aus dem Gleichgewicht fallen. Gewinnt zum Beispiel die Wirtschaft an Überhand, so kippt das Dreieck auf die linke Seite. Die Trias fällt ebenfalls aus dem Gleichgewicht, wenn die Wirtschaft und die Gesellschaft an Übergewicht gewinnen und das Dreieck so zusammengedrückt wird (Haber, 1998).

Abbildung 3: Die Trias der Nachhaltigkeit



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Für diese Arbeit wurde beschriebenes Konzept gewählt, da die drei Dimensionen anhand des Dreiecks passend veranschaulicht werden können und es auf die einzelnen Akteure gut anwendbar ist. Das Modell lässt eine Positionierung der Stakeholders der Bettmeralp zu, wie zu einem späteren Zeitpunkt in dieser Arbeit ersichtlich wird.

4.2.2 Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit

In der **ökologischen Dimension** geht es hauptsächlich um die wirtschaftlichen Tätigkeiten der Menschen in Zusammenhang mit der Basis eines Ökosystems. „Ökosysteme werden hier verstanden als funktionale Wirkungsgefüge aus Lebewesen und unbelebtem, sowohl natürlichen als auch vom Menschen geschaffenen Bestandteile, die untereinander und mit ihrer Umwelt in energetischen, stofflichen und informatorischen Wechselwirkungen stehen“ (Jörisen et al., 1999: 67). Die Grenze der Belastbarkeit in unserem Ökosystem wurde mittlerweile erreicht. Die Belastungsfähigkeit und der Zeitpunkt bis ein Ökosystem eine Reaktion zeigt, ist grösser, je komplexer und umfangreicher ein System ist. Aus diesem Grund ist es wichtig, bei der ökologischen Dimension nicht nur die biologischen, sondern auch die anthropogenen Einflüsse in Betracht zu ziehen (Jörisen et al., 1999). In erster Linie geht es darum, die ökologische Stabilität zu bewahren, aber auch die Diversität eines Ökosystems zu schützen und die Produktivität der durch den Menschen veränderten und genutzten Natur zu sichern (Haber, 1998). Nun stellt sich jedoch die Frage, wie eine ökologische Hinterlassenschaft auszusehen hat. Einerseits könnte darunter verstanden werden, dass die bedeutendsten ökologischen

Funktionen gesichert werden müssen, andererseits kann von der Bewahrung eines zufriedenstellenden Lebensstandards für das Maximum an Menschen über eine maximale Zeitspanne gesprochen werden. Dabei handelt es sich um eine Auffassungs- und Definitionsfrage. Was aber ausser Frage steht, ist die Notwendigkeit der Sicherung einer intergenerativen Gerechtigkeit der Ressourcen unseres Ökosystems durch die ökologische Dimension (Jörissen et al., 1999).

Die **soziale Dimension** bezieht sich insbesondere darauf, die Armut zu bekämpfen und soziale Gerechtigkeit zu erreichen. Die Gesundheit, die soziale Stabilität und die Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Gesellschaft sollen gesichert werden. Allen Menschen sollen humane Lebensbedingungen ermöglicht werden, sowie die Chance auf Bildung, Erwerbsmöglichkeit, gerechtes Einkommen und Altersversorgung. Ein weiteres wesentliches Ziel der sozialen Dimension ist die Erhaltung des sozialen Friedens. Wobei es darum geht, eine vertretbare Lösung der Verteilungsprobleme zu finden, damit Egalität zwischen den Regionen, den unterschiedlichen sozialen Schichten, den Altersgruppen und den Geschlechtern herrscht. Allen Klassen soll ein gleichberechtigter Zugang zu Ressourcen ermöglicht werden. Auch diese Dimension kann in der Definition leichte Unterschiede aufweisen, wobei sich die Schwerpunkte auf verschiedene Aspekte konzentrieren können. Zum einen können die Ziele insbesondere auf die Ebene der Gesellschaft gerichtet sein, wie im Beispiel des sozialen Friedens, oder zum anderen fokussieren gewisse Beabsichtigungen die Egalität zwischen den Individuen (Jörissen et al., 1999).

Bei der dritten Dimension im Dreieck von Messerli handelt es sich um die **ökonomische Dimension**. Im Gegensatz zur gesellschaftlichen Dimension, wo es um die Sicherung der immateriellen Lebensgrundlagen geht, stehen in der wirtschaftlichen Dimension die materiellen Grundlagen im Mittelpunkt (Haber, 1998). Im Wesentlichen handelt es sich bei der Funktion dieser Einheit des Dreiecks um die Produktion von Dienstleistungen und Güter beziehungsweise ums Wirtschaften. Diese Güter und Dienstleistungen und das daraus resultierende Einkommen „... dienen der Befriedigung materieller Bedürfnisse der Gesellschaftsmitglieder beziehungsweise der Sicherung der materiellen Existenz einer Gesellschaft“ (Jörissen et al., 1999: 127). In diesem Sinne tragen die Erfüllung der materiellen Bedürfnisse zur Wohlfahrt der Individuen bei. In wirtschaftlichen Prozessen sollten gewisse Prinzipien eingehalten werden. Einer der zentralen Grundsätze beschreibt den vernünftigen Umgang mit knappen Ressourcen. Die Absicht des sogenannten Effizienzprinzips besteht darin, ein grösstmögliches Produktionsergebnis

mit dem kleinstmöglichen Mitteleinsatz zu erzielen. Die Wirtschaftsakteure sollen somit in der Lage sein, ihre Befähigungen bestens zu entwickeln und einzusetzen (Jörissen et al., 1999). Messerli fasst diese Dimension mit den folgenden drei Aspekten der ökonomischen Nachhaltigkeit zusammen: Innovationsfähigkeit, Abkopplung vom Umweltverbrauch und die Reproduktion von Arbeit und Naturgütern (Haber, 1998).

4.2.3 Kritik am Konzept der Trias der Nachhaltigkeit

Die Aussagekraft, Eindeutigkeit und Operationalisierbarkeit des Konzepts sind nicht klar gegeben und hängen von den damit verbundenen Werten ab. Die Definition der drei Dimensionen kann sehr unterschiedlich erfolgen. Da nie konkrete und allseits gültige Inhalte der Dimensionen festgehalten wurden, ist es umso schwieriger die nachhaltige Entwicklung zu messen beziehungsweise zu operationalisieren und zu erfassen. „Die Soll-Werte nachhaltiger Entwicklung lassen sich zwar einzeln bewerten und verhandeln (= Wertungsfokus), die ihnen zugrunde liegenden Ist-Zustände verändern sich hingegen nicht unabhängig voneinander, da sie in den Wirkungskontext von Mensch-Umwelt-Systemen eingebunden sind (= Wirkungsfokus)“ (Wiesmann, 1998: 45). Soll also nur eine Dimension beeinflusst werden, so erfahren die übrigen Dimensionen auch eine Veränderung. Es ist demnach unschwer zu erkennen, dass Nachhaltigkeit schwer fassbar ist und von der Messbarkeit und Sensitivität der verschiedenen Wertungsdimensionen abhängig ist (Wiesmann, 1998).

4.2.4 Nachhaltiger Tourismus

Die schädigenden Folgen des Tourismus wurden erstmals richtig zu Beginn der 1990er Jahre wahrgenommen. Die Sorge um die Natur nahm zu und der sogenannte sanfte Tourismus wurde eingeführt. Dieser Begriff erfuhr zu einem späteren Zeitpunkt eine Entwicklung und wird heute nachhaltiger Tourismus genannt. Aus damaliger Sicht wurde speziell der Massentourismus als problematisch betrachtet, daher wurde hauptsächlich versucht dem entgegenzuwirken und die Touristenströme gezielt zu steuern (Hopfinger, 2007). Nachhaltigkeit gewinnt im Tourismus zunehmend an Bedeutung. Zum einen ist der Tourismus abhängig von einer intakten Natur, auf der anderen Seite ist es oft der Fall, dass die Ressourcen der Umwelt vom Tourismus in einem Mass gebraucht werden, so dass die Natur nicht mehr genug Zeit bekommt, um sich selbst zu regenerieren. Die touristische Nutzung muss also derart geschehen, dass sie nicht selbst ihre eigene

Grundlage beeinträchtigt oder gar zerstört. In den letzten Jahren wurde immer stärker auf nachhaltige Angebote gesetzt. Des Öfteren handelt es sich dabei jedoch lediglich um Nischenangebote. Nichtsdestotrotz hätten nachhaltige Angebote im Tourismus einen grösseren und positiveren Effekt, wären sie für den Massenmarkt und nicht nur für eine bestimmte Nische. Die intensivere Berücksichtigung von nachhaltigen Angeboten im Tourismus könnte strategisch interessant sein, da neue Kundensegmente angesprochen werden und um sich von anderen Anbietern zu differenzieren. Weiter ist nicht auszuschliessen, dass die Nachhaltigkeit auch für die Touristen immer wichtiger wird und ein Reiseziel aufgrund des nachhaltigen Angebots gewählt wird. Es kann also gut sein, dass ein Nachhaltigkeitsdruck auf Seiten der Anbieter bedeutender wird (Stettler und Wehrli, 2012).

Diese Balance zwischen dem nachhaltigen und schonenden Umgang und den Kundenansprüchen wird in Zukunft an Wichtigkeit gewinnen. Dabei ist es eine komplexe Aufgabe, nachhaltige touristische Angebote zu entwickeln und zu vermarkten. Die alpinen Gebiete werden diesbezüglich durch Angebot und Nachfrage, durch Zusammenspiel zwischen Topografie und Geografie und zwischen Umweltveränderungen und der globalen Entwicklung vor eine grosse Herausforderung gestellt. „Tourismus, Energie, Landschaft und Klima bilden daher ein eng vernetztes komplexes System mit vielfältigen Wechselwirkungen, Abhängigkeiten und Rückkopplungen“ (Abegg et al., 2012: 2). Nichtsdestotrotz gilt es diese Herausforderung anzunehmen und konstruktiv umzusetzen.

4.3 Strategien

Veränderungen im Bereich des Tourismus können ebenso vielfältige Ursachen haben wie sie Auswirkungen auslösen. Generell ist der Tourismus geprägt vom Angebot und Nachfrage, wobei diese beiden Komponenten als interagierend und reaktiv gesehen werden können. Unter Umständen kann ein gewisses (Lücken-)Angebot neue Nachfrage generieren und umgekehrt ist es möglich, dass aufgrund einer verstärkten Nachfrage ein Angebot neu erschaffen oder umgestaltet wird. Angebot und Nachfrage sind nicht nur interagierend sondern auch wandelbar. Veränderungen können auf einer gesellschaftlichen oder ökologischen Ebene auftreten (SECO, 2011). Reaktionen auf und der Umgang mit Veränderungen auf der ökologischen Ebene sind für einen funktionierenden und gewinnbringenden Tourismus generell und für den Wintertourismus besonders zentral.

Wie in Kapitel 4.1 zum Klimawandel beschrieben, hat eine Veränderung des Klimas massive Folgen für eine Region. Es sind nicht nur ökologische Parameter und Faktoren wie reduzierte Schneemenge, kleinere Gletscherbilanz oder Landschaftsveränderung, auf die es zu reagieren gilt, sondern oft auch eine damit verbundene Zunahme an Naturgefahren wie Überschwemmungen oder Hangrutsche. Folglich muss in einem touristischen Kontext auf veränderte Rahmenbedingungen, ebenso wie auf zunehmende Risiken eingegangen werden.

4.3.1 Wirtschaftliche Entwicklung und Veränderungen auf der Bettmeralp

Der Tourismus und der dadurch generierte wirtschaftliche Sektor sind auf der Bettmeralp von grosser Bedeutung. Seit Mitte des 20. Jahrhunderts bewirkte der Tourismus einen Wandel sowie ein Wachstum der Wirtschaft. Aus dem ehemaligen Bauerndorf wurde ein heute im Sommer wie im Winter stark vom Tourismus geprägtes wirtschaftliches Gebiet (Kalbermatten, 2004)¹³, wobei der Hauptgewinn aus der Wintersaison gezogen werden kann (Bettmeralp Tourismus, 2013b).

Als Veränderungen, welche die Wirtschaftlichkeit des Tourismus positiv oder negativ tangieren, können unter anderem Veränderungen des Gästeverhaltens beziehungsweise deren Nachfrage, Umstrukturierungen von Prozessen innerhalb der Tourismusregion, erweitertes Angebot, Gesetzesrevisionen auf unterschiedlichen Ebenen oder veränderte Umweltparameter genannt werden. Im Jahresbericht 2013 von Bettmeralp Tourismus wird beispielsweise beschrieben, dass Kurzaufenthalte und Kurzfristigkeit von Buchungen zugenommen haben. Dies deutet auf einen Wandel im Gästeverhalten hin; nämlich dahinführend, dass die Touristen bevorzugt nur für einige Nächte anstatt eine ganze Woche im Gebiet weilen und zudem spontaner werden in ihrer Wahl der Feriendestination (Bettmeralp Tourismus, 2013b). In Zusammenhang mit dem Klimawandel ergeben sich auf der ökologischen Ebene neue Herausforderungen. Sowohl für das touristische Angebot im Sommer als auch im Winter haben sich Umweltfaktoren verändert und werden dies auch in Zukunft tun. Auf diese veränderten und wenig beeinflussbaren Bedingungen müssen die Akteure reagieren und ihre Strategien anpassen oder neue entwickeln. Dies hängt vor allem auch stark mit der Wahrnehmung der Klimaänderung zusammen (Elsasser et al., 1998).

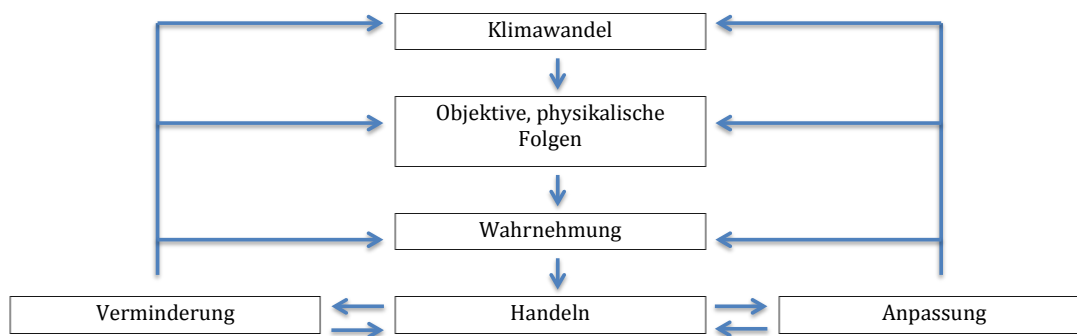
¹³ <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D2746.php> [aufgerufen am 08.02.2015]

4.3.2 Auswirkungen des Klimawandels auf Strategien

Im Folgenden wird im Hinblick auf den Klimawandel zuerst auf die Wahrnehmung desselben eingegangen, worauf mögliche Strategien zu den veränderten Bedingungen und Faktoren erläutert werden.

Der Klimawandel ist ein langfristiges Phänomen, wodurch genaue Abschätzungen bezüglich den Veränderungen im Tourismus schwierig sind (SECO, 2011). Aktionen oder Handlungen, die eine Auseinandersetzung und Reaktion auf zukünftig veränderte Bedingungen zum Ziel haben, werden als Strategien betitelt, wobei Strategien in Anpassungsstrategien und Verminderungsstrategien (vgl. auch Vermeidungsstrategien bei Elsasser et al., 1998, oder Abegg, 1996) unterteilt werden können (Bürki, 2000). Abbildung 4 zeigt den linearen Zusammenhang zwischen dem physischen Klimawandel, den dadurch bedingten physikalisch messbaren Folgen, dessen Wahrnehmung der Gesellschaft beziehungsweise der involvierten touristischen Akteure sowie den Handlungen, die daraus resultieren. Je nach gewählter Strategie (Anpassung oder Verminderung) hat dies wiederum Effekte auf den Klimawandel, die Folgen, die Wahrnehmung und das Handeln. Dieser Prozess ist demnach in sich geschlossen und Rückkopplungen sind immer möglich.

Abbildung 4: Rückkopplungsprozess des Klimawandels, der Wahrnehmung und der Strategien



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Bürki, 2000: 15.

Die Wahrnehmung des Klimawandels ist geprägt durch Subjektivität. Der Klimawandel wird von unterschiedlichen Akteuren und Personengruppen anders beurteilt und eingeschätzt. Wenn eine physische Klimaänderung objektive Folgen wie Reduktion der Schneemenge oder Gletscherschwund nach sich zieht, so unterscheidet sich die Wahrnehmung dieser Folgen je nach Bewertung (Bürki, 2000). Das Auftauen von Permafrost und damit verbundene Instabilitäten beispielsweise mögen für einen Hotelier auf der

Bettmeralp wenig negative Effekte mit sich bringen, da Bergsteiger und Tourengänger wohl nur einen kleinen Teil seiner Gäste ausmachen und er die dadurch ausbleibenden Einnahmen leicht kompensieren kann. Für einen Bergführer hingegen sind die verursachten Folgen schwerwiegend, da eine Gefahrezunahme von Steinschlag oder Hangrutschen zusätzliche Risiken birgt oder gewisse Touren gar verunmöglicht. Dadurch wird er finanzielle Einbussen haben, die er unter Umständen nicht oder nur sehr aufwändig wieder wettmachen kann. Aufgrund der subjektiven und individuellen Wahrnehmung des Klimawandels sowie der dadurch bedingten Folgen oder Veränderungen werden Handlungen getroffen. Diese haben zum Ziel, positive Folgen zu verstärken oder zu unterstützen und negative Folgen zu vermindern (Elsasser et al., 1998).

4.3.3 Anpassungsstrategie oder Adaption

Unter Anpassungsstrategien versteht man den Versuch, sich an veränderte Bedingungen zu adaptieren. Elsasser et al. definieren Anpassungsstrategien als Strategien, die zum Ziel haben „... die (wirtschaftliche) Bedeutung des untersuchten Sektors auch unter veränderten Klimabedingungen zu erhalten und allenfalls gar zu vergrößern“ (Elsasser et al., 1998: 153). Konkret soll bei veränderten klimatischen Bedingungen also durch Adaption der Handlungen die Wirtschaftlichkeit des touristischen Sektors eines Gebiets zumindest erhalten bleiben, wenn der Gewinn nicht gar gesteigert werden kann. Während Elsasser et al. den Fokus der Anpassungsstrategie hauptsächlich auf die Wirtschaftlichkeit legen, begreift Bürki die Anpassung als „... rollende Entwicklung mit einer Vielzahl einzelner Handlungen ...“ (Bürki, 2000: 15). Es ist also als prozesshafte Strategie aufzufassen, die sich in einem Rückkopplungssystem abspielt: Anpassung geschieht fortlaufend und hat Einfluss auf die Klimaänderung sowie die objektiven Folgen, wodurch wiederum die Wahrnehmung verändert wird. Dies führt dazu, dass neue Anpassungshandlungen vorgenommen werden und die Reaktionskette kontinuierlich von neuem beginnt. Innerhalb dieses Kontinuums sollen anhand von Anpassungsmassnahmen negative Effekte des Klimawandels möglichst minimiert und positive Effekte möglichst maximiert werden (Elsasser et al., 1998).

In Anlehnung an Abegg (1996) werden nachfolgend verschiedene konkrete Strategien der Anpassung anhand von drei unterschiedlichen Ansätzen zur Erhaltung eines wirtschaftlichen Tourismus in Berggebieten erläutert. Bei allen Massnahmen handelt es sich um sogenannte „no regrets“. Dies bedeutet, dass die Massnahmen und Strategien zur

allgemeinen Verbesserung der Wirtschaftlichkeit des Schweizer Tourismus im alpinen Raum beitragen sollen, auch wenn die erwarteten Auswirkungen des Klimawandels nicht oder nicht im vorgesehenen Masse eintreten (Abegg, 1996). Die Erläuterung der Massnahmen soll einen Einblick geben in mögliche Vorgehensweisen, jedoch besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit.

4.3.3.1 Strategien zur Sicherung des Wintersports

Wintersportler können ihren Aktivitäten nur solange nachgehen, als genügend Schnee vorhanden ist und die Bergbahnen in Betrieb sind. Es gilt also zum einen eine gewisse Mindestmenge an Schnee auf den Pisten sicherzustellen und zum anderen den Betrieb möglichst aller Transportanlagen zu garantieren. Auf die Präparierung sowie den Verlauf der Pisten kann beispielsweise durch **Landschaftseingriffe** Einfluss genommen werden. Die Bodenbeschaffenheit des Geländes gibt vor, wie gross die Schneemenge sein muss, damit die Piste als präparierbar eingestuft wird. Auf ebenem, grasbedecktem Terrain kann schon mit weniger Schnee eine Piste gemacht werden, wohingegen auf buckligem, rauem Terrain erst bei grösseren Schneemengen die Piste präpariert werden kann. Mit baulichen Massnahmen kann Einfluss auf die Bodenbeschaffenheit genommen und eine Ebnung des Terrains veranlasst werden. Dadurch wird die Saison schliesslich gesichert und verlängert (Abegg, 1996). Ausserdem können durch gezielte Landschaftseingriffe Schattenzonen geschaffen oder Sumpfgebiete entwässert werden, was die Schmelze des Schnees verhindern soll (Agrawala, 2007). Durch gezielte Pistenführung sowie **Erschliessung von höher gelegenen Terrain** kann durch vorteilhaftere klimatische Bedingungen ebenfalls auf eine längere Saison spekuliert werden. Höher gelegene, nord-exponierte, schattige Pisten können generell länger befahren werden. Eventuell können sogar Gletschergebiete erschlossen werden. Dieses Vorgehen bedingt allerdings unter Umständen den Bau von neuen Transportanlagen, sofern die hochliegenden Gebiete nicht schon bereits erschlossen sind (Abegg, 1996; Agrawala, 2007).

Es ist eine natürliche Entwicklung, dass Transportanlagen nach einer gewissen Zeit aus sicherheitstechnischen Gründen ersetzt werden müssen. Oft werden dabei Skilifte durch Sessellifte oder Gondelbahnen ersetzt. Dies kann unterschiedliche Gründe haben: Überlegungen zu Komfortverbesserung sowie Kapazitätserhöhung, ebenso wie Sicherheitsanpassungen spielen dabei eine Rolle. Ausserdem nimmt die Schneesicherheit einen Einfluss, da Skilifte sogenannte **bodenabhängige Transportanlagen** sind. Vor allem für Skilifte mit Zubringerfunktion in höher gelegenen Gebieten ist es essenti-

ell, dass sie ihren Betrieb gewährleisten können. Solche Zubringerskilifte werden bei einer notwendigen Renovation oftmals gegen Sesselbahnen oder Gondelbahnen – also bodenunabhängige Transportanlagen – getauscht (Abegg, 1996).

Um die natürliche Variabilität der Schneemenge auszugleichen und gleichzeitig eine Saisonverlängerung zu erreichen, wird heute praktisch überall auf **Kunstschnee** durch Beschneiungsanlagen zurückgegriffen (Agrawala, 2007).

Des Weiteren kann eine **Angebotsergänzung und -diversifizierung** des Wintersports vorgenommen werden (Agrawala, 2007). Es sollen diejenigen Gäste angesprochen werden, die schneeabhängige Aktivitäten suchen, aber nicht zwingend auf der traditionellen Skipiste. Ein Tourismusgebiet profitiert davon, wenn es im Falle von Schneeknappheit oder garstigem Wetter ein Alternativprogramm bieten kann, damit die Gäste nicht frühzeitig abreisen oder gar ausbleiben. Zum einen können andere winterliche Sport- oder Bewegungsaktivitäten wie Winterwandern, Schlitteln, Schneeschuhlaufen oder Eisaktivitäten angeboten werden (Agrawala, 2007; Abegg, 1996). Diese Unternehmungen hängen oft auch von einer gewissen Schneemenge ab, aber nicht in der Masse wie der alpine Skisport. Des Weiteren können andere sportliche und erholende Angebotsergänzungen wie Fitnessprogramme, Spa und Wellness, Schwimmen, Aquafit, Reiten oder Mountain Biking angepriesen werden (Abegg, 1996). Zusätzlich kulturellen und gesellschaftlichen Aktivitäten wie Konzerte, Theater, Führungen, Festivals, Kinderanimation, Degustationen, Gipfelerlebnisse, Unterhaltungen, Bars, Restaurants oder Einkaufsmeilen sind keine Grenzen gesetzt (Agrawala, 2007; Abegg, 1996).

4.3.3.2 Kritik an den Strategien zur Sicherung des Wintersports

Praktisch alle Massnahmen nehmen massiven Einfluss auf die Umwelt und verursachen Eingriffe in die Natur. Darunter leiden die Landschaft und sensible Ökosysteme, die sich gerade im Hochgebirge nur schwer erholen. Die Erschliessung von neuem, hochgelegtem Terrain ist baulich aufwändig, sicherheitstechnisch herausfordernd und kostenintensiv. Ausserdem bevorzugen es die Gäste auf sonnigen Pisten zu fahren und meiden schattige, windexponierte Abfahrten zumeist. Kommt dazu, dass an diesen Stellen die Lawinengefahr oft deutlich erhöht ist, was zu Einschränkungen der Pistenbenutzung führen kann. Der Einsatz von Beschneiungsanlagen ist aus Sicht der Umwelt ebenso wie aus Sicht der Wirtschaftlichkeit diskutabel. Der Betrieb der Anlage braucht viel Energie und Wasser, das manchmal durch aufwändige bauliche Vorkehrungen über weite Strecken bis zur Schneekanone transportiert wird. Installations- und

Betriebskosten sind hoch und müssen vom Skigebiet getragen werden können (Agrawala, 2007). Ausserdem mögen genannte Alternativangebote Mehrtages-Gäste überzeugen können, für Eintages- oder Wochenend-Gäste spielt es aber oft keine Rolle, welches Rahmenprogramm neben dem Wintersport noch ausgeübt werden kann. Für sie steht das Erlebnis auf der Piste im Vordergrund und sie machen ihren Besuch im Skigebiet einzig von der Befahrbarkeit und dem Zustand der Pisten abhängig (Abegg, 1996).

4.3.3.3 Strategien zur Verlagerung auf den Sommertourismus beziehungsweise den Vier-Jahres-Tourismus

Eine breitere saisonale Abstützung ist vor allem für diejenigen touristischen Regionen nötig, welche durch den Schneemangel akut bedroht sind in ihrer wirtschaftlichen Rentabilität. Der Umstieg auf und Ausbau von Sommer- ebenso wie zwischensaisonalen Aktivitäten ist für sie zentral. Ausserdem erhält der klima- und wetterunabhängige Tourismus mit Kongresssälen, Seminarhotels, Kurstätten und Bäderlandschaften mehr Gewicht (Agrawala, 2007; Abegg, 1996). Viele Tourismusregionen in den Alpen investieren parallel in mehrere verschiedene Bereiche des Sommertourismus wie Themen- und Erlebniswanderwege, Seilpärke, Sommerrodelbahnen oder Trottinett-Abfahrten. Ausserdem spezialisieren sich gewisse Regionen auf spezifische Gäste wie Mountain Biker oder Gleitschirmpiloten (Agrawala, 2007).

4.3.3.4 Kritik an den Strategien zur Verlagerung auf den Sommertourismus beziehungsweise den Vier-Jahres-Tourismus

Der Sommer- beziehungsweise zwischensaisonale Tourismus wird neben dem Klima stark vom Wetter beeinflusst und ist daher abhängig von Schönwetterperioden. Klimatisch bedingte Auswirkungen sind aber nicht unwesentlicher. Auftauender Permafrost verursacht Instabilitäten, die Infrastrukturen in Mitleidenschaft ziehen oder gar zerstören können. Ausserdem ist im Sommer die Gefahr von Murgängen und Hochwassern durch Intensivniederschläge sowie glazialen und nivalem Abfluss nicht zu unterschätzen. Nicht alle touristischen Leistungsträger werden gleichermassen vom Sommertourismus profitieren. Die Bergbahnen im Allgemeinen werden nur geringen Gewinn erwirtschaften, da nur einige wenige auch im Sommer über eine genügend grosse Gästeanzahl verfügen. Es sind dies solche, die einen bekannten Gipfel erschliessen wie beispielsweise die Jungfraubahnen oder die Säntis-Schwebebahn. Die Hotellerie und Gastronomie hingegen wird eher profitieren vom saisonal diversifizierten Tourismus

(Agrawala, 2007).

4.3.4 Verminderungsstrategie oder Mitigation

Unter Verminderungsstrategien werden Massnahmen verstanden, die dazu beitragen sollen, den Prozess, welcher sich verändernde Bedingungen verursacht, zu stoppen oder gar zu den ursprünglich vorhandenen Bedingungen zurückzukehren. Elsasser et al. (1998) definieren Verminderung (beziehungsweise Vermeidung) als die Reduktion von Ausmass und Geschwindigkeit der Klimaänderung. Bürki stimmt damit überein und fügt als Ziel der Verminderung einen möglichen vollständigen Stopp des Klimawandels hinzu, „... um die befürchteten negativen Folgen abzuschwächen oder sogar zu verhindern“ (Bürki, 2000: 15). Die Reduktion des Klimawandels kann einzig durch die Verringerung der Emissionen klimarelevanter Treibhausgase wie Kohlendioxid erreicht werden (Elsasser et al., 1998; Abegg, 1996). Dies hätte positive Auswirkungen auf direkte Folgen des Klimawandels wie die Schneesicherheitslinie, die Variabilität der Schneemenge, den auftauenden Permafrost sowie Gletscherschwund. Ebenfalls würden Naturgefahren und Risiken als indirekte Folgen vermindert werden, wobei diese auch noch von anderen Faktoren abhängen. Einzig das Gästeverhalten könnte sich auch ohne Einfluss des Klimawandels stark ändern, da die nationale und globale Wirtschaftslage von mannigfachen Einflüssen geprägt ist. Wirtschaftliche Faktoren wie Wechselkurschwankungen, allgemeine gesellschaftliche (Reise-)Trends oder sonstige gesellschaftliche Veränderung wie die Überalterung spielen für das Gästeverhalten möglicherweise eine wichtigere Rolle als der Klimawandel (SECO, 2011).

Abegg unterscheidet Massnahmen der Verminderung nach drei verschiedenen Ebenen: Die Ebene des einzelnen Tourismusbetriebs, die lokale und regionale Ebene sowie die überregionale Ebene. Auf **Betriebsebene** muss hauptsächlich der Energieeinsatz optimiert werden. „Durch eine konsequente Ausnutzung der Energiesparpotentiale (z.B. effizientere Energieumwandlung und -nutzung, Wärmedämmung etc.) und dem vermehrten Einsatz von Alternativenenergien (z.B. Sonnenenergie) lassen sich die Emissionen von Treibhausgasen erheblich reduzieren“ (Abegg, 1996: 187). Auf **lokaler und regionaler Ebene** soll das tourismusbedingte Verkehrsaufkommen verringert werden. Hierfür müssten Massnahmen wie absolutes Autoverbot (wofür die autofreie Bettmeralp in der Schweiz als eines der Paradebeispiele gilt) oder temporäre Verkehrseinschränkungen, restriktive Parkplatzbewirtschaftung und Ausbau und Optimierung des öffentlichen Verkehrs ergriffen werden. Besonders dem öffentlichen

Verkehr wird grosses Potential eingeräumt und durch zusätzliche Angebote wie Gepäck-Abholdienst oder finanzielle Vergünstigungen wie verbilligte Tageskarten oder Hotelbuchungen sollen die Gäste zum Umsteigen vom Individualverkehr auf Zug und Busse bewegt werden. Auf **überregionaler Ebene** müssen sich die Tourismusverantwortlichen für eine umwelt- und klimafreundliche Politik einsetzen. Es liegt in ihrem Interesse, dass dem Klimaschutz auf politischer Ebene Gehör verschafft wird, um den Berggebieten langfristig einen Vorteil zu verschaffen durch eine gezielte Umwelt- und Klimapolitik (Abegg, 1996).

5 Methodologische Konzepte

Im folgenden Kapitel wird die Erhebung der für diese Arbeit relevanten Daten anhand des problemzentrierten Interviews erläutert. Ausserdem werden der Aufbau des Interviewablaufs, die Wahl der Fragen und die Ethik sowie Kritik der Methode aufgezeigt. Anhand einer Interviewreflexion wird auf Gedanken und Bemerkungen zur Durchführung eingegangen und zuletzt die Wahl der Transkriptionsmethode genauer erklärt und begründet. Die Resultate werden mittels der qualitativen Datenauswertungsmethode der „Grounded Theory“ analysiert und interpretiert, worauf im zweiten Teil genauer eingegangen wird.

5.1 Datenerhebung

5.1.1 Das problemzentrierte Interview

Beim problemzentrierten Interview handelt es sich um eine qualitative Forschungsmethode der Datengenerierung. Besonderheiten hierbei sind „... die Gegenstandsangemessenheit von Methoden und Theorien, die Berücksichtigung und Analyse unterschiedlicher Perspektiven, sowie die Reflexion des Forschers über die Forschung als Teil der Erkenntnis“ (Flick, 1998: 13). Die Stichprobe bei einer qualitativen Untersuchung ist kleiner als bei einer quantitativen Forschung. Das allgemeine Ziel ist das Erkennen von Zusammenhängen während die Ergebnisse subjektiv sind (Rasch, 2013).

Im Rahmen dieser Arbeit wird zur Beantwortung der aufgestellten Forschungsfrage das problemzentrierte Interview nach Andreas Witzel angewendet. Das problemzentrierte Interview ist besonders passend, da es Erzählungen von Lebensgeschichten beinhaltet sowie erlebte Geschehnisse beim Interviewten wachrufen soll, damit er diese mündlich wiedergeben kann. Der Interviewführende verfügt bereits im Voraus über ein fundiertes Wissen des Untersuchungsgegenstand, was nicht nur zur Vor- und Nachbereitung des Interviews von Wichtigkeit ist, sondern auch währenddessen. So kann der Interviewer bei Unklarheiten während dem Dialog intervenieren und anregende Fragen sogleich einbringen. Witzel umschreibt zum Verständnis dieser Befragungsmethode drei Grundpositionen des problemzentrierten Interviews:

- Für ihn ist zum einen die **Problemzentrierung** ein bedeutender Aspekt. Hierbei ist es wichtig, sich an einer gesellschaftlich wesentlichen Problematik zu orientieren. Das vom Interviewer vorgängig erworbene Wissen soll dazu dienen, „... die Explikationen der Interviewten verstehend nachzuvollziehen und am Problem orientierte Fragen beziehungsweise Nachfragen zu stellen“ (Witzel, 2000: 2). Während der Durchführung versucht der Interviewer bereits die subjektiven Sichtweisen zu interpretieren und aktiv den Dialog auf das Forschungsproblem zu fokussieren.
- Der **Gegenstandsorientierung** liegt das Prinzip der Methodenkombination zu Grunde, wobei das wichtigste Instrument das Interview darstellt. Unterstützend können die folgenden Varianten angewendet werden: Eine Gruppendiskussion im Vornherein verschafft einen ersten Eindruck über die Meinungen, die biographische Methode unterstützt die persönliche Konfrontation mit der sozialen Realität oder der standardisierte Fragebogen, welcher ergänzend zum Interview verwendet werden kann, um eine breitere Stichprobe zu erreichen.
- Als weiterer Gesichtspunkt nennt Witzel die **Prozessorientierung**. Dabei geht es insbesondere darum, das Interview so zu gestalten, dass bei den Befragten eine Vertrauensbasis entsteht und somit offen und ehrlich Auskunft gegeben wird. Ihnen soll das Ernstnehmen des Problems durch den Interviewer vermittelt werden und der Befragte versucht das Gespräch so zu unterstützen, dass laufend neue Aspekte zum Thema ans Licht kommen. Um Widersprüchlichkeiten, Fehler und Missverständnisse zu umgehen, darf der Interviewer nachfragen oder das Gesagte nochmals wiederholen (Witzel, 2000).

Witzel schlägt vier Instrumente zur Unterstützung des problemzentrierten Interviews vor, welche auch in dieser Arbeit Verwendung finden. Zum einen sollte ein **Kurzfragebogen** verwendet werden. Er dient dazu, im Voraus die demographischen Daten des Befragten zu erfassen und verhindert ein Frage-Antwort-Spiel, um den Fokus während des Gesprächs auf die subjektiven und persönlichen Inhalte des Interviewten zu legen. Des Weiteren kann der Fragebogen hilfreich sein, einen Einstieg ins Gespräch zu finden. Witzel kombiniert durch die Anwendung des Kurzfragebogens somit die qualitative Me-

thode des Interviews mit einer standardisierten Methode des Fragebogens. Zur authentischen und akkuraten Erfassung des Interviews empfiehlt Witzel eine **Tonträgeraufzeichnung**, sofern dies von den Befragten akzeptiert wird. Im Anschluss wird das gesamte Interview transkribiert. Der Vorteil dieser Methode liegt in der Möglichkeit, dass der Interviewer sich voll und ganz auf „... Beobachtungen situativer Bedingungen und nonverbaler Äusserungen konzentrieren ...“ (Witzel, 2000: 4) kann. Ergänzend zur Tonträgeraufzeichnung eignet sich ein **Postskript**. Dabei hält der Befragte nach dem Interview Auffälligkeiten und Interpretationsansätze fest, um diese zu einem späteren Zeitpunkt für die Auswertung zu Hilfe nehmen zu können. Empfohlen wird weiter ein **Leitfaden** mit im Voraus formulierten Fragen, welcher als Gedächtnisstütze dient und die Vergleichbarkeit der verschiedenen durchgeführten Interviews sichert. Für den Interviewer ist es während dem Gespräch insofern eine Hilfe, dass er die Kontrolle behält, ob die wichtigsten Elemente im Laufe des Interviews behandelt wurden (Witzel, 2000).

„Der Leitfaden hat nicht die Aufgabe, ein Skelett für einen strukturierten Fragebogen abzugeben, sondern soll das Hintergrundwissen des Forschers thematisch organisieren, um zu einer kontrollierten und vergleichbaren Herangehensweise an den Forschungsgegenstand zu kommen“
(Witzel, 1985: 236).

Jedes Interview beginnt mit der Kontaktaufnahme, wobei bereits das Untersuchungsthema offen gelegt und die gewählte Gesprächsform erklärt wird. Weiter sollen sich die Interviewer vor dem Gespräch selbst vorstellen, dem Befragten die Anonymisierung des Gesprächsprotokolls zusichern und ihm klar machen, dass es sich nicht um eine intellektuelle Leistung seinerseits handelt, sondern seine persönliche Meinung im Fokus des Interesses steht. Während der Unterhaltung ist auf die Gesprächstechnik zu achten. Um ein Frage-Antwort-Schema zu verhindern, werden die vorformulierten Leitfragen möglichst offen gestellt. Das gewünschte Niveau der Detaillierung kann durch erneutes Aufgreifen von thematischen Aspekten einer vorangegangenen Erzählfrequenz erreicht werden. Auch empfiehlt Witzel die Zurückspiegelung, sprich das umformulierte Wiederholen des Gesagten durch den Interviewer. Falls nötig, hat der Befragte dementsprechend die Möglichkeit, die Unterstellungen zu korrigieren. Klärende Verständnisfragen können helfen, Missverständnisse aus dem Weg zu räumen und die Sichtweisen der Interviewten detaillierter aufzuzeigen (Witzel, 2000).

5.1.2 Ethik und Kritik

Aus ethischer Sicht gibt es bei der Methode des persönlichen Befragens einige Punkte zu beachten. Im Rahmen der Anfrage fürs Interview wird der Zweck der Erhebung klar und deutlich aufgezeigt. Mit dem Wissen über den Erhebungszweck sollen die Akteure anschliessend selbst entscheiden können, ob sie teilnehmen und ihre Meinungen und Ansichten kundtun möchten. Des Weiteren muss ihnen der anonyme Umgang der gelieferten Daten, sowie die zuverlässige Aufbewahrung zugesichert werden. Auch über eine allfällige Veröffentlichung der Untersuchung sollten die Interviewten informiert werden. Im Rahmen dieser Arbeit werden diese Punkte im Kurzfragebogen abgehandelt. Hierbei unterschreiben die Befragten vor dem Interview, dass die erworbenen Daten anonym verwendet und möglicherweise veröffentlicht werden dürfen (Hopf, 2000).

An der Methode und dem Vorgehen können unterschiedliche Aspekte kritisiert werden, so beispielsweise die Problemzentrierung. Hierbei stellt sich etwa die Frage, inwiefern es Interviews gibt, welche nicht zentriert auf eine gewisse Thematik sind. Des Weiteren soll den Interviewern eine Kombination verschiedener Teilelemente und Leitgedanken unterschiedlicher Kontexte vorgestellt werden, wobei die Gestaltung des Dialogs mit eindeutigen Vorgaben erklärt wird. Jedoch muss festgestellt werden, dass dieser Vorschlag der Gestaltung, welcher insbesondere für Einsteiger von Wichtigkeit wäre, zu wenig auf die Risiken der Methode eingeht (Flick, 1998). Eine Falle für Neulinge stellt die anfängliche Unsicherheit dar. Diese Unsicherheit wird nicht bekämpft durch die vagen Angaben Witzels zur Durchführung eines Interviews. Eine weitere Herausforderung stellt das Dilemma der Fairness dar, welches im Zusammenhang mit der Methode nicht thematisiert wird. Einerseits möchte der Interviewer so viel Persönliches von seinen Interviewpartnern herausfinden wie möglich, andererseits soll der Befragte respektvoll und mit Würde behandelt werden. Ausserdem zu beachten ist die Selbstpräsentation des Interviewers. Hierbei geht es insbesondere darum, dass der Interviewführer sich nicht so kenntnisreich geben sollte wie er wirklich ist, da ansonsten das Gegenüber beeinflusst werden würde (Hermann, 2000).

Neben den genannten Beeinträchtigungen des problemzentrierten Interviews, ergeben sich mit der Wahl dieser Methode auch bedeutende Vorteile. Für den Interviewer besteht die Möglichkeit des Nachfragens, um zu überprüfen, ob der Befragte richtig verstanden wurde. Zudem können persönliche Perspektiven und Ansichten des Inter-

viewten offen gelegt werden. Ein weiterer Vorteil ist, dass Zusammenhänge und Strukturen bereits während dem Interview erarbeitet werden können (Mayring, 1996).

5.1.3 Interviewreflexion

Rückblickend kann gesagt werden, dass die Interviews im Grossen und Ganzen reibungslos verliefen und jeweils in einer ruhigen und angenehmen Atmosphäre stattfanden, wobei die Befragungen an unterschiedlichen Orten durchgeführt wurden. Die Interviewpartner waren alle fünf sehr freundlich und nahmen sich die nötige Zeit um auf die Fragen so vollständig wie möglich zu antworten. Sympathisch und hilfsbereit, zum Teil auch kritisch und hinterfragend, gewährten sie uns einen Einblick in ihre Tätigkeitsbereiche und ihre Ansichten. Einziger nennenswerter Störfaktor war bei zwei Interviews eine Unterbrechung durch einen Telefonanruf, was jedoch den Ablauf nicht gross beeinträchtigte.

5.1.4 Einfaches Transkriptionssystem

Das einfache Transkriptionssystem beruht darauf, die Sprache zu glätten wobei der Fokus klar auf den Inhalt des Interviews gelegt wird. Um einheitliche Transkripte zu garantieren, müssen einige Regeln eingehalten werden. Diese dienen nicht zuletzt auch dazu, das Interview übersichtlich zu gestalten und die spätere Analyse dadurch zu erleichtern. Im folgenden Abschnitt werden die zu beachtenden Regeln aufgezeigt.

Die Transkription soll möglichst wörtlich erfolgen, indem versucht wird den Dialekt beizubehalten und wortgetreu ins Hochdeutsche zu übersetzen. Infolgedessen wird die Satzform auch bei syntaktischen Fehlern sofern möglich beibehalten. Des Weiteren werden Satzabbrüche und Stottern geglättet beziehungsweise ganz weggelassen. Wortdoppelungen können ausgelassen werden, es sei denn sie werden als Stilmittel zur Betonung genutzt. Um eine angenehme Lesbarkeit zu gewähren, werden die Interpunktionen so gesetzt, dass bei Senken der Stimme eher ein Punkt als ein Komma gebraucht wird. Wichtig dabei ist es auf das Beibehalten des allgemeinen Sinnes zu achten. Macht der Befragte in seiner Antwort eine Pause, denn vermerkt man diese Stelle mit drei Punkten in einer Klammer „(...)“. Ausdrücke wie zum Beispiel „mhm, aha, ähm“ werden nicht transkribiert, es sei denn, eine Frage wird ausschliesslich mit einem dieser Verständnissignalen beantwortet. Wörter, welche besonders betont wurden, werden in Grossbuchstaben geschrieben und jeder Sprecherwechsel beginnt in einem neuen Ab-

schnitt, wobei jeweils am Ende die Zeitmarke festgehalten werden kann. Nonverbale Äusserungen sind kursiv in Klammern zu schreiben und unverständliche Wörter oder Stellen werden mit „(unv.)“ gekennzeichnet. Aussagen des Interviewers beginnen jeweils mit „I“, während vor dem Abschnitt des Befragten „B“ mit der entsprechenden Kennnummer der interviewten Person, zum Beispiel „B3“, steht (Dresing und Pehl, 2013).

5.2 Datenauswertung

5.2.1 Qualitative Inhaltsanalyse mit Grounded Theory

Mit der Grounded Theory oder zu Deutsch Theorisierung wurde eine qualitative Inhaltsanalysemethode gewählt, die dem empirischen Forschungskonzept auch auf methodologischer Ebene entspricht. Die Grounded Theory ist kein instrumentelles methodologisches Forschungsrezept, sondern bedeutet „... empirisch fundierte Theoriebildung ...“ (Alheit, 1999: 1), wobei die Relation zwischen der Empirie und der Theorie im Zentrum steht. Ziel des auf der Grounded Theory basierenden Forschungsvorgehens ist das Entdecken und Formulieren einer neuen Theorie, wobei jedoch der Fokus stärker auf dem Forschungsprozess als auf dem Forschungsergebnis liegt (Paillé, 1994). Dabei steht nicht ein rein induktives Vorgehen im Fokus, sondern es wird versucht, anhand bereits Erforschten oder Angenommenem Neues zu entwickeln, wobei das Bekannte durchaus in Frage gestellt und im Verlauf des Forschungsprozesses neu definiert werden kann. Alheit bezeichnet dies als „geplante“ oder „... gerichtete Flexibilität ...“ (1999: 7). Der Forschungsprozess ist eine „... comparaison constante entre la réalité observée et l'analyse en émergence“ (Paillé, 1994: 150). Die empirischen Daten werden also kontinuierlich sowohl konzeptualisiert, als auch in Beziehung zueinander und zur formulierten Forschungsfrage gestellt und miteinander verglichen. Die zum Schluss gebildete Theorie basiert somit – oder wird eben gegrounded – auf den empirisch gewonnenen Erkenntnissen.

Nach der Datenerhebung und der Transkription der Interviews folgte die Auseinandersetzung und Analyse des empirisch gewonnenen Materials. Da bereits während dem Datenerhebungsprozess stets die Forschungsfrage den Leitfaden darstellte, galt es nun aus diesen Daten gezielt wesentliche und neue Informationen zum Forschungsfeld zu generieren. Da die Forschung einen fortlaufenden Prozess darstellt, ist es durchaus mög-

lich, auch während dem Prozess der Datenauswertung noch zusätzliche Daten zu generieren um ein möglichst umfassendes Bild der Situation zu erhalten. Umgekehrt sollen auch mögliche Auswertungsinterpretationen während dem Erhebungsprozess nicht unterdrückt, sondern in Memos festgehalten werden um sie zum Zeitpunkt der Auswertung nochmals in Erinnerung rufen zu können (Alheit, 1999). Grundsätzlich stützt sich die Datenauswertung in dieser Arbeit auf die Arbeit von Pierre Paillé (1994). Er unterteilt den Datenauswertungsprozess nach der Grounded Theory in sechs Schritte: la codification (Kodierung), la catégorisation (Kategorisierung), la mise en relation (Herstellung von Relationen), l'intégration (Integration), la modélisation (Modellierung) und la théorisation (Theorisierung). Diese Phasen können nicht als isoliert betrachtet werden, sondern sind wie der gesamte Forschungsprozess fließend und untereinander durch Rückkoppelungsschlaufen verbunden. Der erste Schritt bestand daraus, das Material mit Hilfe des Textverarbeitungsprogramms Word zu **kodieren**. Der jeweilige Kode wurde so gewählt, dass er die Passage umformuliert und prägnant zusammenfasst. Darauf folgte die **Kategorisierung**, wobei die Codes zusammengefasst, geordnet, differenziert und gruppiert wurden. Dabei wurden gewisse Hauptthematiken, Konzepte und Problematiken ersichtlich, welche im dritten Schritt zueinander in **Relation** gesetzt wurden. Ziel war es, die Beziehung der Kategorien durch Abhängigkeiten, Konflikte, Ursachen, Wirkungen und Beeinflussungsrichtungen zu beschreiben und ein die Thematik erklärendes Netzwerk herzustellen. Hierbei müssen nicht mehr bedingungslos alle Codes in Betracht gezogen werden. Es reicht, jene zu berücksichtigen, die mit der sich herausbildenden Fragestellung in Verbindung gebracht werden können. Gegebenenfalls wird im Nachhinein nochmals eine Analyse der Interviews durchgeführt, damit Ergänzungen oder Klärungen festgehalten werden können. Im Rahmen dieser Arbeit, stellt genannter Schritt wohl der umfangreichste und wichtigste Teil darstellen. Die gewissenhafte Analyse und Auswertung des Datenmaterials hat zu aufschlussreichen Ergebnissen geführt. Indes essentiell ist der zirkuläre Arbeitsverlauf zwischen der analytischen Arbeit und dem Interviewmaterial. Dadurch sind wir immer wieder auf andere, aussagekräftige Interviewstellen getroffen, welche für die Interpretation von Wichtigkeit waren und uns neue Ansätze zur Beantwortung der Forschungsfrage lieferten. Der Schritt der **Integration** diente zur Darstellung einer oder mehrere Hauptthematiken, welche im Verlauf identifiziert worden sind. Nach Alheit könnte dieser Schritt auch mit der Formulierung einer Kernkategorie bezeichnet werden (Alheit, 1999). Dabei wird nochmals der Bezug zur Fragestellung hergestellt und sorgfältig ge-

prüft, ob diese anhand der erfassten sowie ausgewerteten Daten beantwortet werden kann. Dies sollte auch zur Ein- und Abgrenzung der weitergefassten Thematik dienen, da in jedem Forschungsprozess auf bestimmte Phänomene fokussiert werden muss. Darauf folgte die **Modellierung**, wobei das integrierte Phänomen auf seinen Rahmen und seine Organisation der strukturellen und funktionellen Relationen hin untersucht werden sollte. Abschliessend folgte die **Theorisierung**. Diese kann als umfassende Schlussfolgerung aufgrund der Resultate beziehungsweise Beantwortung der Forschungsfragestellung beschrieben werden (Paillé, 1994).

Teil III

Darstellung, Interpretation, Konklusion

6 Darstellung

Im Folgenden werden die Resultate der Untersuchung dargestellt. Dabei folgt die Struktur derjenigen des Kapitels 4 Theoretische Konzepte, indem die empirischen Daten nach den drei Konzepten des Klimawandels, der Nachhaltigkeit und der Strategien aufgeschlüsselt werden. Für jedes Konzept soll anschliessend an die Darstellung ein erster Vergleich der Meinungen gezogen werden.

6.1 Resultate zum Konzept des Klimawandels

Der Hotelier **Alexander Brechbühl** nennt einen Wandel des Wettergeschehens als durch den Klimawandel verursachte wahrnehmbare Veränderung. Früher hätte es längere zusammenhängende Perioden mit schönem oder schlechtem Wetter gegeben, wohingegen es heute „... *einen ganz anderen, einen viel intensiveren Wechsel ...*“ des Wetters gibt. Dies kann für den Hotelier und seinen Betrieb positiv ausfallen, da er morgens mehr Zeit mit seinen Gästen verbringen und ihnen mit Rat zur Seite stehen kann. Dies werde von den Gästen geschätzt. Allerdings büsst Brechbühl beispielsweise Einnahmen ein, da seine Sonnenterrasse nachmittags, wenn die Gäste sich entspannen möchten, des schlechteren Wetters wegen nicht mehr so gut besucht wird. Als zweites erwähnt der Gastronom den Gletscherschwund und den auftauenden Permafrost als klimabedingte Veränderungen, wobei er sich davon nicht direkt betroffen fühlt. Des Weiteren erwähnt er, dass die Thematik des Klimawandels vom Gast nicht als akut eingestuft wird. Er bemerke zwar gewisse landschaftliche oder bauliche Veränderungen wie Neubauten der Bergbahnen, die landwirtschaftliche Nutzung oder den Gletscherschwund, reagiere aber flexibel darauf. Brechbühl bemerkt weiter, dass „... *der Gast [...] nicht so kritisch*“ ist und sieht als mögliche Ursache, dass es wohl Veränderungen gegeben habe, sich diese bis zum jetzigen Zeitpunkt jedoch noch im Rahmen halten. Ausserdem beschreibt er den Gast als schizophran und wenig verhaltenskritisch, da dieser zum einen zwar keinen Verkehr möchte und die Autofreiheit der Bettmeralp schätzt, zum anderen aber trotzdem möglichst schnell von einem Ort zum anderen gelangen möchte und dafür gerne auf Transportmittel zurückgreift.

Der Gemeindeangestellte und Einheimische **Marc Flückiger** zählt als erste Auswirkung des Klimawandels den Anstieg der Schneefallgrenze auf. Vor 50 Jahren sei im Dorf Bet-

ten nahe des Talbodens noch deutlich mehr Schnee gefallen, wohingegen heute sich die Schneefallgrenze „... stetig nach oben verändert ...“ und man erst Höhenlagen ab 1900 Metern über Meer als schneesicher bezeichnen kann. Die Bettmeralp wäre demnach als schneesicher einzustufen. Zudem stellt Flückiger fest, dass dies auch der Gast so wahrnimmt, gerade auch im Vergleich mit anderen Skigebieten beispielsweise im Berner Oberland. Als zweites hebt er den Gletscherschwund und den Permafrost mit dem damit zusammenhängenden Anstieg des Steinschlagrisikos hervor. Allerdings stellt Flückiger die Ursachen all dieser Veränderungen mehrfach in Frage: „... diese Auswirkungen können wir feststellen, aber ob diese dem Klimawandel zuzuschreiben sind, sei jetzt einmal dahingestellt“. Jedoch relativiert er sogleich, indem er die Schnelligkeit der klimatischen Veränderungen anspricht und sich unsicher ist, ob „... die Schnelligkeit jetzt noch normal ist, oder [...] ob der Mensch nachgeholfen hat“. Nichtsdestotrotz seien sich die Einheimischen der Notwendigkeit eines umweltbewussten Verhaltens bewusst. Dies zeige sich in dem umweltfreundlichen Umgang mit der Natur. Man sei sich im Klaren, dass ihr Existenzaufbau und ein langfristig erfolgreiches Weiterbestehen nur im Einklang mit der Natur erreicht werden kann.

Für **Nadia Inhauser**, die Vertreterin der Akteure des Bereichs Tourismus, sind die grössten Veränderungen des Klimas am Aletschgletscher feststellbar, wobei sie dafür einen grösseren zeitlichen Kontext wählt: „Seit der letzten Eiszeit hat es immer wieder Vorstösse und Rückstösse gegeben“. Seit dem Hochstand um 1850, wo der Gletscher bis ins Rhonetal floss, gäbe es jetzt aber einen kontinuierlichen Rückzug. In Zusammenhang mit dem Gletscher gab es zu jener Zeit grosse Naturkatastrophen wie Überschwemmungen und Gletscherabbrüche, wovor sich die Einheimischen fürchteten und die grossen Schaden anrichteten. Auf die heutige Zeit bezogen, nennt Nadia Inhauser die abnehmende Schneemenge als Auswirkung der veränderten klimatischen Bedingungen: „[N]atürlichen Schnee gibt es je länger je weniger“. Ein Ausbleiben der Gäste deswegen sei aber nicht feststellbar, möglicherweise weil die Auswirkungen noch nicht derart einschneidend seien. Als konkretes Beispiel fügt Inhauser die verlangte Flexibilität bezüglich des Saisonstarts an. Das Eröffnungswochenende der Wintersaison 2015 musste beispielsweise auf der Bettmeralp verschoben werden, wobei die benachbarte Fiescheralp jedoch wie geplant Anfang Dezember den Betrieb aufnehmen konnte. Weiter hätte es auch in den 1960er Jahren sehr schneearme Vorwinter gegeben. Für die Tourismusexpertin sind diese zeitlich und lokal teilweise unterschiedlichen Bedingungen ein Hinweis darauf, dass die Kausalität der veränderten oder gar nur

unterschiedlichen Verhältnisse nicht zwingend auf den Klimawandel zurückzuführen sind: *„Es ist immer fraglich, was Klimawandel ist und was einfach Laune der Natur ist und es immer wieder gibt“*. Zudem ist für Inhauser das Phänomen Klimawandel an sich wenig fassbar und einschätzbar: *„Klimawandel, wohin es führt, das kann glaube ich niemand so richtig greifen. Was es auslöst. Das sind riesige Faktoren ...“*. Es stehe jedoch ausser Frage, dass die Motivation miteinander zu handeln vorhanden ist und *„... sie auf allen Stufen versuchen ihren Beitrag zu leisten, damit das Naturphänomen ein Phänomen bleibt.“*

Der ausgewählte Vertreter der Akteursgruppe Bergbahnen, **Nicolas Schmid**, führt zum einen den Schneemangel im Vorwinter und die reduzierte Schneemenge über die Saison verteilt als veränderte Umweltbedingungen auf. Sogleich fügt er aber an, dass die Ursache dieser Variabilitäten bezüglich des Schnees unsicher sind: *„Da ist es die Frage, ob es etwas ist, was in der Ursache des Klimawandels liegt oder ob es einfach Abläufe sind, die sich so präsentieren“*. Als zweites erwähnt er den Aletschgletscher. *„[D]er Aletschgletscher ist auf dem Rückzug.“* Dies bringe geologische Probleme mit sich, da durch den Rückzug des Eises das natürliche Gegengewicht der Bergflanke fehle und sich somit der ganze Berg leicht in Bewegung setzt. Zur Stabilisation der Bergbahnanlagen müssen bauliche Massnahmen getroffen werden. Den Gast schätzt Schmid sehr viel umweltbewusster und klimawandelsensibilisierter ein als noch vor 30 oder 40 Jahren. Zur damaligen Zeit war die Thematik des Klimawandels noch nicht in der Masse aktuell, wie sie es heute ist. Durch Medien würde der Gast auf die Problematik aufmerksam gemacht werden und es sei ein deutlich verändertes Verhalten bezüglich der Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr anstatt dem Privatauto beobachtbar. Schmid akzeptiert diese veränderten und teilweise lösungsfordernden Umweltbedingungen und legt den Fokus auf den Umgang damit: *„Das sind die veränderten Marktbedingungen [...] und auf diese muss man sich einstellen und damit umgehen können und diese managen.“* Er kann dem Klimawandel gar etwas Positives abgewinnen, da er durch die potentielle Erwärmung für den Sommer einen Temperaturanstieg in Erwägung zieht. Der Sommertourismus könnte davon profitieren, da die Höhenlage von 2000 Metern über Meer heute im Sommer eher etwas zu kühl sei für die Gäste. Würde eine Erwärmung eintreten, so wären die Bedingungen für den Sommertourismus *„... nachher [...] dann richtig“*.

Der Bergführer und Skilehrer **Beat Hürlimann** sieht das Hauptproblem des fortschreitenden Klimawandels im zunehmenden Schneemangel. Insbesondere zu Beginn der Saison im Dezember sei der Schnee oft knapp oder lasse ganz auf sich warten. Das sei insofern problematisch, als dass die Weihnachtstage *„... natürlich extrem wichtig für das*

gesamte Wintergeschäft“ sind. Ausserdem steige die gesamte Schneesicherheitsgrenze an. Hürlimann präzisiert, dass die zunehmende Unsicherheit des Schnees im Vorwinter hauptsächlich für die Tätigkeit als Skilehrer von Bedeutung ist. Ein Skilehrer hängt schlussendlich vom Vorhandensein einer genügend dicken Schneedecke ab. Aus Sicht eines Bergführers ist die Abnahme der Schneemenge daher weniger problematisch, da die Normalrouten im Hochgebirge mit Anpassungen trotzdem noch machbar sind oder Alternativrouten beziehungsweise ergänzende Aktivitäten angeboten werden können: *„Es gibt vielleicht Routen, die man nicht mehr machen kann. Man geht dann vielfach auch klettern und Klettertouren machen“*. Jedoch sieht er ein Problem darin, dass durch Abnahme der Schneemenge die Gletscherspalten zunehmend weniger gut eingeschnitten sind und dies ein Risiko birgt für Gletscherüberquerungen. Des Weiteren stellt für Hürlimann der Gletscherrückgang ein Nachteil dar, da die Gruppen nach Gletschertouren *„... immer weiter zurücksteigen müssen... „* bei der Rückkehr auf die Bettmeralp. Nichtsdestotrotz sei der Gletscherschwund noch nicht derart fortgeschritten, dass Gletschertouren überhaupt nicht mehr möglich seien. Als drittes nennt Beat Hürlimann den auftauenden Permafrost und der damit verbundene Anstieg von Steinschlaggefahr als klimawandelbedingte Auswirkung. Dies betrifft vor allem die Sommermonate, wenn die Temperaturen über dem Gefrierpunkt liegen.

6.1.2 Vergleich der Ansätze zum Klimawandel

Nicht alle Akteure teilen die gleiche Meinung über den Klimawandel. Abbildung 5 zeigt einen einordnenden Überblick der Akteure bezüglich ihrer Einstellung zu den Effekten und der Kausalität der veränderten Bedingungen, die der Klimawandel mit sich bringt. Als wichtigste, von den Akteuren wahrgenommene Veränderungen sind die reduzierte Schneemenge (insbesondere im Vorwinter), der Anstieg der Schneesicherheitsgrenze, der Gletscherrückgang, der auftauende Permafrost, die Zunahme von Steinschlaggefahr und anderen Naturrisiken sowie das veränderte Wettergeschehen zu nennen. Diese Auswirkungen hängen alle direkt mit dem Klima, dem Wetter oder der Natur zusammen. Die Akteure setzen daneben den Akzent auch stark auf wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen, auf die aber erst zu einem späteren Zeitpunkt in dieser Arbeit ausführlich eingegangen werden soll. Die Effekte, welche die veränderten Umweltbedingungen mit sich bringen, können grundsätzlich als positiv, neutral oder negativ empfunden werden. Je nach Schwerpunkt und Möglichkeiten der Akteure unterscheidet sich die Bewertung. Als zweites wird die Frage nach der Kausalitätszuordnung

dargestellt. Dabei wird unterteilt, ob die Akteure die Ursache der Veränderungen beim Klimawandel sehen, ob sie dies ablehnen oder es nicht klar ersichtlich ist anhand der Interviews.

Abbildung 5: Übersicht zur Einstellung der Akteure bezüglich des Klimawandels

		Kausalität durch Klimawandel		
		ja	nein	nicht ersichtlich
Effekte für Tourismus	positiv +		Nicolas Schmid (Bergbahnen)	
	neutral		Nadia Inhauser (Tourismus)	Alexander Brechbühl (Hotellerie/Gastronomie)
	negativ -		Marc Flückiger (Gemeinde)	Beat Hürlimann (Skilehrer/Bergführer)

Quelle: Eigene Darstellung, Annina Streuli.

6.1.2.1 Effekte für den Tourismus

Insbesondere Nicolas Schmid nimmt die veränderten Umweltbedingungen auf der Bettmeralp zumindest mittelfristig nicht als Problem sondern als **Vorteil** wahr. Er zeigt zwar auf, dass aufgrund der Veränderungen Massnahmen wie Renovationen der Bergbahnen veranlasst werden müssen, sieht darin aber einen natürlichen, betriebswirtschaftlichen Prozess. Schmid stellt klar dar, dass eine Erwärmung und ein damit verbundener Anstieg der Schneesicherheitsgrenze für die Bettmeralp als Tourismusregion ein Wettbewerbsvorteil bedeutet. Dies bezieht er sowohl auf die Winter- als auch auf die Sommersaison. Für den Wintertourismus sieht er die im Vergleich deutlich höher gelegene Lage des Skigebiets als Vorteil zu tiefer gelegenen Orten. Dadurch würde sich die Konkurrenz automatisch vermindern. Die Gäste, welche vorher möglicherweise in anderen Skigebieten in die Ferien gefahren sind, würden vermehrt auf die Bettmeralp kommen, weil dieses Gebiet als schneesicher gilt. Folglich erwartet Schmid für die Zukunft mehr Gäste. Auch für den Sommer sieht er einen potentiellen, zukünftigen Gästezuwachs im Vergleich zu heute. Durch die Erwärmung würde das bis anhin für den Sommertourismus eher zu kühle Klima auf der Bettmeralp angenehmer werden, was wiederum mehr Touristen anlocken würde. Einen spezifischen Wettbewerbsvorteil zu

anderen Sommerdestinationen nennt Schmid hier nicht, wobei er aber allgemein Potential im alpinen Sommertourismus sieht.

Nadia Inhauser bewertet die Veränderungen der Umwelt insofern **neutral**, als dass sie sowohl positive Effekte als auch negative Effekte sieht. Auch sie ist überzeugt, dass der Tourismus im Allgemeinen und der Sommertourismus im Speziellen noch Potential haben. Demzufolge bringe ein Schneemangel zwar Auswirkungen mit sich, auf die man aus touristischer Sicht aber zukunftsorientiert reagieren kann. Für Inhauser steht mehr der informative Aspekt der Veränderungen im Mittelpunkt. So nennt sie verschiedene Beispiele, wie diese Veränderungen dokumentiert und zu touristischen Zwecken aufbereitet werden. Die Ausstellung über die Eiswelt auf dem Bettmerhorn, Sagen Erzählungen oder geführte Gletschertouren sollen den Gast aufklären und interessante Fakten zu den Veränderungen präsentieren. Alexander Brechbühl bewertet die Veränderungen ebenfalls weder ausschliesslich positiv noch negativ. Im Allgemeinen scheinen ihn die Auswirkungen nicht direkt zu betreffen. Einzig das veränderte Wettergeschehen habe einen Einfluss auf das Gästeverhalten, wobei er aber auch diesbezüglich sowohl Vorteile als auch Nachteile sieht. Die Gäste würden morgens, wenn es oft schlecht Wetter ist, länger im Hotel verweilen und er habe somit mehr Zeit für sie, wohingegen seine Terrasse schlechter besucht sei aufgrund der Unbeständigkeit des Wetters.

Marc Flückiger und Beat Hürlimann sehen dahingegen hauptsächlich **negative Auswirkungen** durch die veränderten Umweltbedingungen. Beide bangen um die touristische Attraktivität der Bettmeralp. Diese sei hauptsächlich auf die Wintersaison ausgelegt, welche massive Verluste erleiden wird, für den Fall, dass die Schneesicherheitsgrenze noch weiter ansteigt. An eine Kompensation durch den Sommertourismus in genügendem Masse glauben beide Akteure nicht. Im Gegenteil weiten sie die negativen Auswirkungen nicht nur auf die Wirtschaftlichkeit des Tourismus sondern indirekt auf die gesamte Struktur und Intaktheit der Dorfgemeinschaft aus. Das Wachstum der Gemeinde basiere auf dem Tourismus und sie profitiere in finanzieller Hinsicht von den dadurch generierten Einnahmen. Umgekehrt brauche es für einen florierenden Tourismus eine engagierte und zukunftsorientierte einheimische Bevölkerung. Ausserdem müsse diese auf einen nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen bedacht sein. Flückiger insistiert auf der Wichtigkeit, „... *einen aktiven Tourismus zu gestalten, und daneben aber die Umwelt und die Landwirtschaft nicht zu vergessen*“. Werde dieses nachhaltige Miteinander nicht oder nicht genügend fokussiert, so würden die negativen Auswirkungen überhand nehmen und die Dorfstruktur und schliesslich den Tourismus

zunichtemachen. Hürlimann spitzt die Situation sogar noch zu und prophezeit der Tourismusregion Bettmeralp, zu „verlumpen“, im Falle, dass der Wintertourismus nicht aufrechterhalten werden kann.

Über die Auswirkungen auf den Tourismus durch die veränderten Umweltbedingungen sind sich die Akteure also nicht einig. Möglicherweise sind diese Ansichten stark durch persönliche Einstellungen und Erfahrungen geprägt. Es scheint, dass die Funktionen der Akteure wenig Einfluss auf ihre Einstellung haben. Die Bergbahnen sind für ihre Einnahmen genauso auf das Vorhandensein von genügend Schnee angewiesen wie die Skilehrer. Festzustellen ist jedoch, dass der Skilehrer ausschliesslich von der Rentabilität der Wintersaison abhängt, wohingegen die Bergbahnen, die Hotellerie oder die Tourismusorganisation auch Einnahmen durch den Sommertourismus generieren können. Dies könnte eine Erklärung aufzeigen, warum Hürlimann so sehr auf das Funktionieren und das Rentieren des Wintertourismus fixiert ist. Möglicherweise spielt auch die Stärke der persönlichen Involvierung und geschäftlichen Abhängigkeit eine Rolle. Als Skilehrer und Bergführer ebenso wie als Hotelier ist man eigenständiger Unternehmer und daher extrem auf seine Wirtschaftlichkeit bedacht. Dahingegen sind Inhauser und Schmid bei einem Betrieb angestellt und finanziell wahrscheinlich besser abgesichert beziehungsweise unabhängiger.

6.1.2.2 Kausalität durch den Klimawandel

Anhand der in Kapitel 4.1 Klimawandel beschriebenen Gegebenheiten und Auswirkungen des Klimawandels für den Alpenraum in der Schweiz beziehungsweise auf der Bettmeralp wurde ein kausaler Zusammenhang zwischen den Effekten und der Ursachenzuweisung hypothetisiert. Die Akteure Nicolas Schmid, Nadia Inhauser und Marc Flückiger stellen dies aber deutlich in Frage. Schmid zweifelt eine Änderung des Klimas grundsätzlich an: Klimawandel, „... ob der jetzt statt findet oder nicht, das sei dahingestellt“. Dahingegen hinterfragen Inhauser und Flückiger lediglich, ob die bemerkbaren Auswirkungen auf den langfristigen Klimawandel zurückzuführen sind oder allenfalls nur natürliche Variabilitäten darstellen. Genauer ausgeführt, auch hinsichtlich der auftretenden Häufigkeit und Intensität, werden die Schwankungen aber nicht, ebenso wenig wie andere mögliche Ursachen für die Veränderungen thematisiert werden. Für die Akteure Alexander Brechbühl und Beat Hürlimann ist eine Festsetzung ihrer Kausalitätszuschreibung schwierig. Sie stimmen dem Klimawandel als Ursache weder explizit zu, noch widersprechen sie ausdrücklich. Anhand der Reaktionen der drei anderen Ak-

teure ist jedoch anzunehmen, dass die beiden wohl eher mit der Annahme übereinstimmen, dass der Klimawandel für die Veränderungen kausal ist. Nichtsdestotrotz kann festgehalten werden, dass keiner der interviewten Akteure die Kausalität ausdrücklich dem Klimawandel zugesprochen hat. Dies ist aus wissenschaftlicher Sicht daher interessant, als dass der Klimawandel und seine Auswirkungen untersucht sind und anhand von Fakten klar beschrieben werden. Daraus ist zu schliessen, dass sich die Akteure nur bedingt mit dieser Thematik auseinandersetzen, obwohl sie direkt davon betroffen sind. Möglicherweise ist die Problematik noch zu wenig akut und die Auswirkungen noch zu wenig gravierend. Aus rationalen, wenn auch kurzfristigen Gründen befasst man sich momentan noch nicht mit möglichen zukünftig irreversiblen Auswirkungen und konzentriert sich auf akute Problemstellungen und deren Lösungen. Einzig Brechbühl scheint das kurzfristige Denken der Akteure zu bemerken und sich Überlegungen zu längerfristigem, nachhaltigen Handeln zu machen. An die Umsetzung glaubt aber auch er nicht: „Aber diese Zeit ist noch nicht da, die Krise ist noch nicht zu gross ...“.

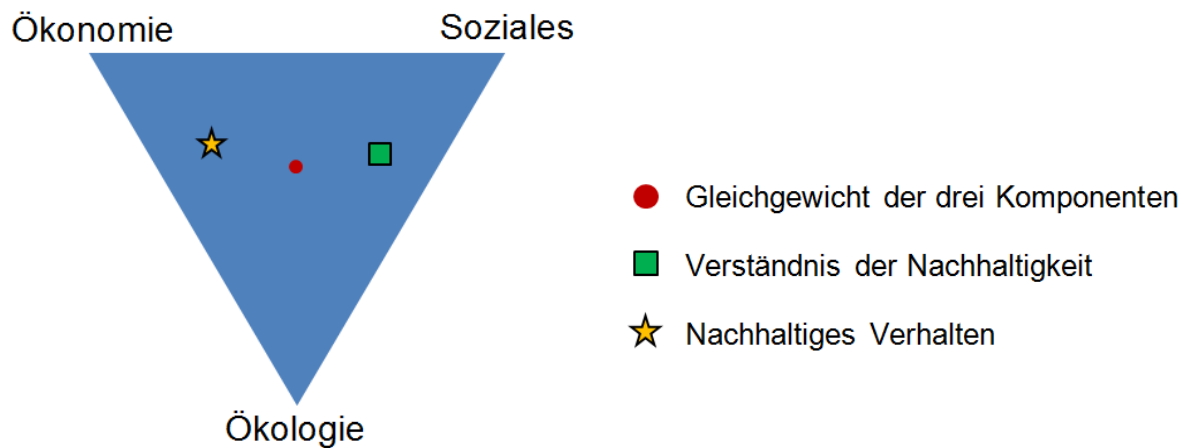
6.2 Resultate zum Konzept der Nachhaltigkeit

Das Verständnis des Konzeptes Nachhaltigkeit bezieht sich für den Hotelier **Alexander Brechbühl** auf ein Miteinander der Gesellschaft und der verschiedenen Akteure auf der Bettmeralp. Er ist der Meinung, dass der Tourismusverein und die Gemeinde kooperieren müssen, um das Funktionieren der Natur, der Landwirtschaft und des Tourismus sicherzustellen. Im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit steht für ihn das Bestehen des Dorfes im Zentrum. Die Nachhaltigkeit der Bettmeralp könne nur garantiert werden, wenn das Dorf das ganze Jahr bewohnt und belebt sei: „... [N]icht wie einige französische Stationen im Winter oder Ende Sommer den Schalter umdreht und dann sechs Wochen lang gar niemand mehr in diesem Ressort ist.“ Hierbei stellt er fest, dass er vor 40 Jahren in Bettendorf mit 45 anderen Schulkindern zur Schule ging, während seine Kinder heute nur noch mit 17 Klassenkameraden die Schulbank drücken. Neben dem Erhalt der einheimischen Gesellschaft erwähnt Brechbühl auch die Wichtigkeit der Umwelt. Ein Privileg sei insbesondere der Fakt, dass die Bettmeralp ein autofreier Ort sei, womit die Abgase in Schach gehalten werden. Diesbezüglich bestehe allerdings Konfliktpotential zwischen den Transportunternehmen, die schnelle, unkomplizierte Transporte forcieren und den Hoteliers, die ihren Gästen zu liebe ein ruhiges Dorf vorziehen. Aus diesem

Grund sind die Interessen unterschiedlich und Kompromisse unabdingbar. Jedem Hotelier sei es diesbezüglich freigestellt, ob und was er für die Umwelt unternehmen will: „... [I]m kleinen Rahmen versucht man es umzusetzen und auch im grösseren Rahmen was möglich ist.“ Brechbühl vertritt jedoch die Meinung, dass die Einheimischen auf umweltfreundliches Verhalten achten, da ihnen die Natur im Aletschgebiet am Herzen läge und sie im Endeffekt davon profitieren. Er trage insofern zu einem schonenden Umgang mit der Umwelt bei, als dass er neben den Umweltklebern in den Hotelzimmern während dem letzten Umbau die Isolation des Hauses beträchtlich verbessert habe. Diesbezüglich könne man auf der Bettmeralp noch einiges bewirken, da die meisten Häuser sehr alt seien und beim damaligen Bau noch nicht derselbe Wissensstand über die Isolation vorhanden war, wie es heutzutage der Fall sei. Infolge eines Umbaus entschied man sich entgegen einem umweltfreundlichen Verhalten für eine Ölheizung. Das ausschlaggebende Argument waren diesbezüglich die Kosten einer Heizungsauswechslung und somit die Wirtschaftlichkeit. Auch eine allfällige Installation von Sonnenkollektoren konnte sich aus Kostengründen und der Ästhetik halber nicht durchsetzen. Weiter stellte sich für Brechbühl die Frage nach einem neuen Dach: „... Aber wenn ich das Dach auswechseln möchte, würde mich das ca. 140'000.- kosten. Das kann man nicht so schnell aus dem Hosensack ziehen, auch wenn der Wunsch da wäre.“

Abbildung 6 veranschaulicht, dass Alexander Brechbühl unter Nachhaltigkeit insbesondere den gesellschaftlichen Aspekt versteht und dadurch eine umweltfreundliche Nachhaltigkeit gewährleistet werden kann. Aus diesem Grund positioniert sich das Quadrat, welches das Verständnis der Nachhaltigkeit repräsentiert, zwischen der sozialen und der ökologischen Komponente. Im Verhalten und in den gewählten Strategien dringen aber beispielsweise mit der neuen und besseren Isolation ebenso die ökologische Komponente durch. Im Grossen und Ganzen setzt sich jedoch die ökonomische Nachhaltigkeit durch, etwa in der Wahl einer neuen Heizungsanlage. Das tendenziell ökonomische Verhalten wird durch den Stern in der Nachhaltigkeits-Trias dargestellt.

Abbildung 6: Die Trias der Nachhaltigkeit von Alexander Brechbühl

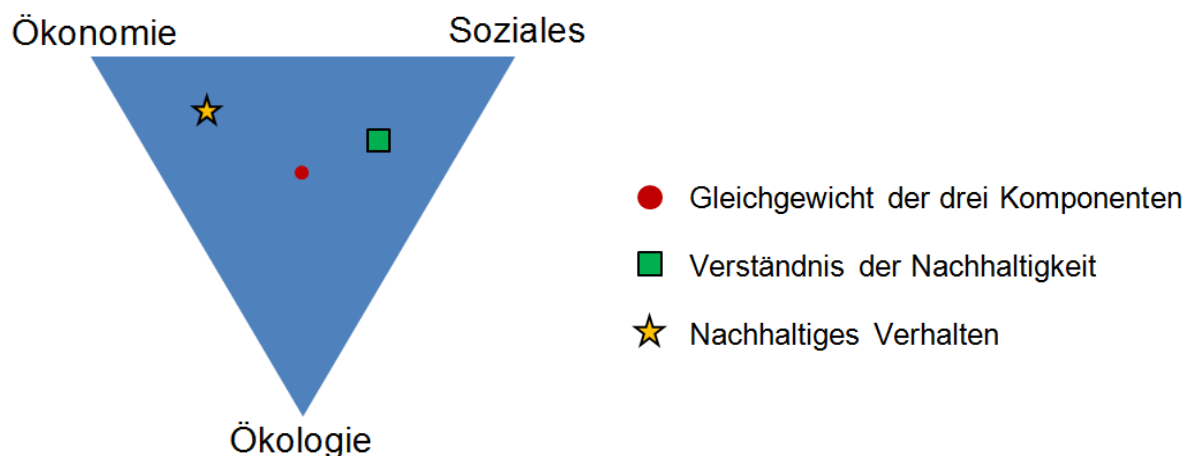


Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Für den Gemeindeangestellten **Marc Flückiger** ist die Nachhaltigkeit ein zentrales Thema der heutigen Zeit. Ähnlich wie Brechbühl sieht er die regelmässige Rückkehr der Gäste als zentral. Anhand guter Vermarktung wird dieses Ziel seiner Ansicht nach realisierbar sein, denn „... die gleichen Familien sind der Bettmeralp treu geblieben“ und kehren wieder ins Aletschgebiet zurück. Das momentane Problem stelle der starke Schweizer Franken dar. Um die Nachhaltigkeit der Gäste trotzdem gewährleisten zu können, sei ein gutes Marketing unabdingbar, nur so könne man die eigenen Trümpfe ausspielen und auch ausländische Gäste weiterhin für sich gewinnen. Ein anderes Thema, das die Bettmeralp beschäftige, sei der Wegzug von jungen Einheimischen. Wenn auf die 300 Einwohner der Bettmeralp drei Familien wegziehen, dann habe dies einschneidende Folgen, nicht zuletzt auch auf die Grösse der Schule in Betten. Neben der sozialen Nachhaltigkeit wird auch die ökologische Nachhaltigkeit aufgegriffen. Den Einheimischen sei klar, dass der wirtschaftliche Erfolg von der Ökologie abhängt. „Die Strategie der Gemeinde ist darauf ausgerichtet, den aktiven Tourismus zu fördern und nebenbei die Umwelt und die Landwirtschaft nicht zu vergessen.“ Ein Miteinander sei unabdingbar. Die ökologische Komponente der Nachhaltigkeit noch mehr zu fördern sei schwierig, da es nichts bringen würde, wenn die Traktoren nur noch halb so viel fahren dürften. Auch bei den Bergbahnen seien Grenzen erreicht. Erneuerbare Energien wären zwar vorteilhaft um Marketing zu betreiben, aus wirtschaftlicher Sicht jedoch „... nicht gerade unmöglich, aber höchst unwahrscheinlich.“ In dieser Hinsicht stünde klar die wirtschaftliche Nachhaltigkeit im Vordergrund, denn wenn man sonst schon mit den Beschneigungsanlagen, der Wiederkehr des Gastes und dem Umfeld kämpfen müsse, läge es im Moment nicht drin, den Umweltgedanken in den Vordergrund zu rücken.

Das Quadrat in Abbildung 7 verdeutlicht, dass Marc Flückiger der Meinung ist, die Nachhaltigkeit auf der Bettmeralp sicherstellen zu können, indem der Fortbestand der Bevölkerung fokussiert wird. Er ist der Meinung, dass ein Miteinander dazu nötig ist und sowohl ökologische, als auch ökonomische Aspekte miteinbezogen werden müssen. Wie der Stern in Abbildung 7 zeigt, äussern sich das Verhalten und die gewählten Strategien eher auf wirtschaftlicher Ebene. Mit mehr Marketing, will die Gemeinde höhere Einnahmen erzielen und die Gäste auch in Zukunft auf die Bettmeralp locken. Flückiger macht nicht den Anschein, als wolle man in den künftigen Strategien vermehrt an die Umwelt denken, denn durch das Verhalten der Bettmeralp könne auf globaler Ebene ohnehin nichts bewirkt werden

Abbildung 7: Die Trias der Nachhaltigkeit von Marc Flückiger



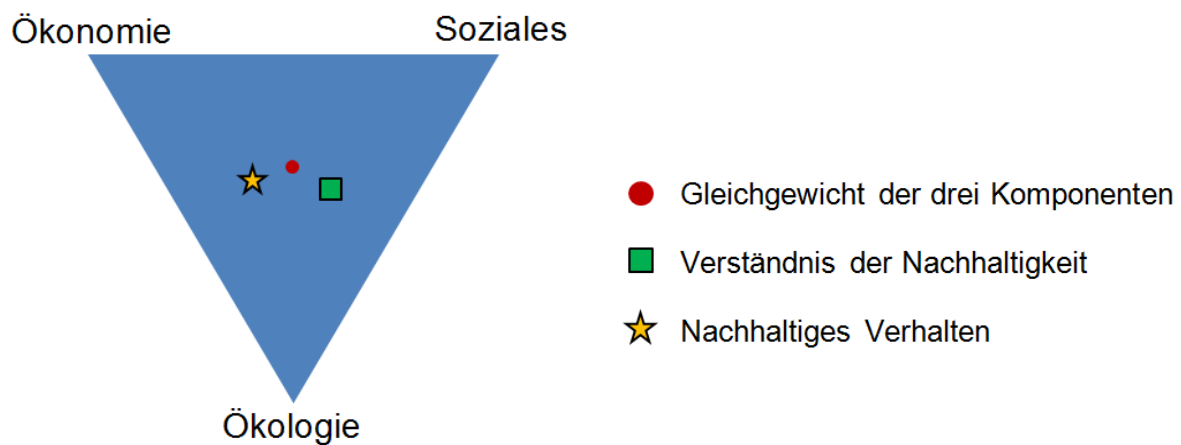
Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Für **Nadia Inhauser**, Mitarbeitende der Aletsch Arena AG bedeutet Nachhaltigkeit, dass „... ein Konzept mit allen Leistungsträgern aufgestellt wird, damit die Destination Bettmeralp auch für die nächsten Generationen ...“ noch mit denselben Vorzügen wie wir sie heute kennen entdeckbar ist. Zu der genannten ökologischen Nachhaltigkeit zählen mehrere Aspekte, wie beispielsweise der Grosse Aletschgletscher, welcher Teil des UNESCO Welterbes Schweizer Alpen JungfrauAletsch ist. Dank dem gewährleisteten Schutz durch die UNESCO dürften rund um den Gletscher keine Eingriffe erfolgen, dies unterstütze die angestrebte Nachhaltigkeit für die kommenden Generationen. Weiter zu nennen sind die Nachhaltigkeitszertifikate der Bergbahnen und deren Label des Vallée excellence. Ergänzend werden anlässlich der Labels regelmässig Qualitätskontrollen durchgeführt. Es gäbe auch immer wieder Projekte, wo gemeinsame Lösungen gesucht

werden: „In Workshops werden konkrete Umsetzungsmassnahmen besprochen. Was kann jeder Leistungsträger quasi mit dazu beitragen, dass das Gesamterlebnis für den Gast so stimmt.“ Inhauser wählt diesbezüglich ein Beispiel, welches sich auf die Transporteure der Bettmeralp bezieht. Da die Bettmeralp den Vorzug hat autofrei zu sein, versuche man das bestmöglich zu vermarkten und anzupreisen. Fahren die Transporteure mit ihren Schlitten nun unzählige Male hin und her, müsse man sich fragen, inwiefern das noch befreiend wirke und die Autofreiheit als Vorteil zu werten sei. Solche Verhaltensweisen solle man immer wieder hinterfragen. Laut Inhauser seien die Fundamente gelegt, der Wille ökologisch nachhaltig zu sein vorhanden und die Zusammenarbeit funktioniere soweit gut: „Man hat viel mehr Power, die Sache gebündelt umzusetzen.“ Wirtschaftliche und soziale Aspekte der Nachhaltigkeit werden von Nadia Inhauser nicht direkt aufgegriffen.

Abbildung 8 zeigt, dass Nadia Inhauser sowohl im Verständnis (Quadrat), als auch im Verhalten (Stern) sich relativ nahe am Mittelpunkt in der Nachhaltigkeits-Trias befindet. Ihr Verständnis bezieht sich, wie im obigen Abschnitt erklärt, auf einen schonenden Umgang mit der Natur, welcher nur in Zusammenarbeit aller sichergestellt werden kann. Was die Strategien angeht, positioniert sich Inhauser etwas näher bei der Wirtschaftlichkeit, denn wie das Marketing zeigt, geht es insbesondere darum, die Gäste auf die Bettmeralp zu bringen und so den Gewinn auch in Zukunft stabil zu halten. Der Stern des nachhaltigen Verhaltens befindet sich insbesondere daher an gewählter Stelle, da anhand der Strategien darauf geachtet wird, den Gast auf die Natur zu sensibilisieren und ihm aufzuzeigen, wie wichtig es ist einen schonenden Umgang mit der Umwelt zu pflegen, um auch in Zukunft weiterhin von dieser Basis profitieren zu können.

Abbildung 8: Die Trias der Nachhaltigkeit von Nadia Inhauser

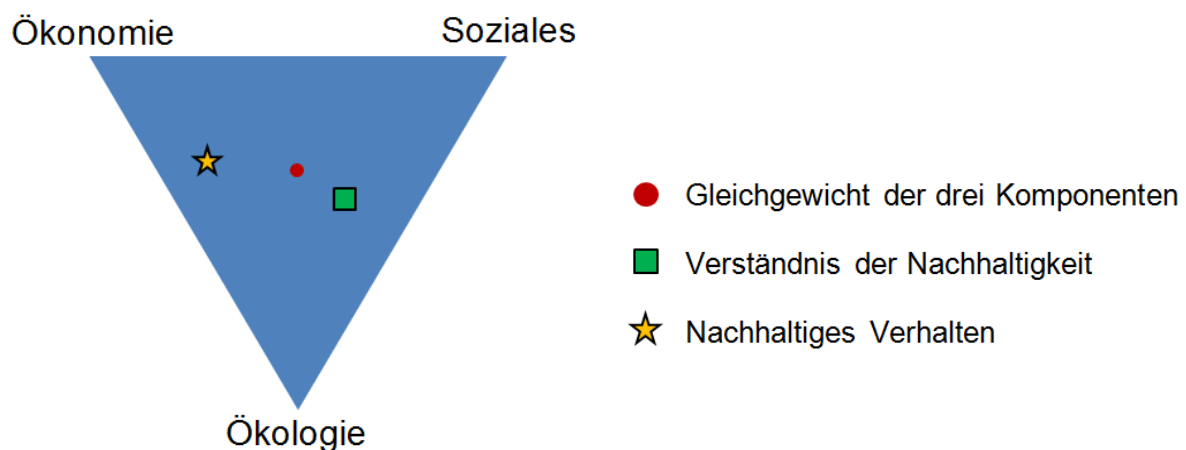


Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Nicolas Schmid, Mitglied des Kaders der Bergbahnen AG, sagt bezüglich des Verständnisses von Nachhaltigkeit: *„Wenn ich das richtig verstehe, sollte Nachhaltigkeit bedeuten, so zu funktionieren, dass die Generationen, die nach uns kommen auch noch entsprechend funktionieren können.“* Da wir auf der Basis der Natur leben, sei es wichtig dazu Sorge zu tragen. Sofern Eingriffe in die Natur nötig sein sollten, dürften diese die Umwelt nicht aus dem Gleichgewicht bringen. Aus diesem Grund werden beispielsweise Verlegungen von Beschneiungsanlagen immer von einem externen Büro begleitet, welches als Umweltbaubegleitung zur Seite steht. Im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit nennt er auch die Zugehörigkeit zur Gemeinschaft *„... autofreier Kurorte Schweiz ...“*. Weiter zu nennen sei die Elektro-Bus-Verbindung zwischen der Riederalp und der Bettmeralp, welche neu im Sommer angeboten würde. Neben all den Bestrebungen ökologisch zu sein und den Energiebedarf bei den Bahnen zurückzufahren, dürfe die wirtschaftliche Nachhaltigkeit nicht vergessen gehen. Schmid sagt klar: *„Wir sind Unternehmer, daraus brauchen wir keinen Hehl zu machen.“* Sie müssten ein Unternehmen führen und da stünden die Unternehmensinteressen und somit die wirtschaftlichen Ziele im Vordergrund. Als Vorteil sieht er, dass die Ökonomie oft Hand in Hand geht mit der Ökologie, denn *„... es ist sicher schön, wenn man das Ziel verfolgt und das andere sich irgendwo auswirkt.“* Lässt man ein Pistenfahrzeug jeden Abend eine halbe Stunde weniger lange fahren, sei dies umweltschonender und gleichzeitig auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht sinnvoll. Seiner Meinung nach sei dies das Wesentliche: Man verfolge ein ökonomisches Ziel und nebenbei trage man im gleichen Atemzug zu einem umweltfreundlicheren Umgang mit der Natur bei.

Abbildung 9 veranschaulicht die Situation in Bezug auf die Nachhaltigkeit bei den Bergbahnen. Nicolas Schmid versteht unter Nachhaltigkeit, dass die Umwelt geschützt werden soll, um den nächsten Generationen dieselben Vorzüge der Natur ermöglichen zu können, wie wir sie heute kennen. Das Verhalten (Stern) weicht jedoch vom Verständnis (Quadrat) ab. Schmid vermittelt den Eindruck, dass zwar auf die Umwelt geachtet wird, wenn es von einer höheren politischen oder unternehmerischen Instanz verlangt wird, sie jedoch eher wirtschaftlich handeln, wenn die Entscheidung bei den Bergbahnen liegt.

Abbildung 9: Die Trias der Nachhaltigkeit von Nicolas Schmid

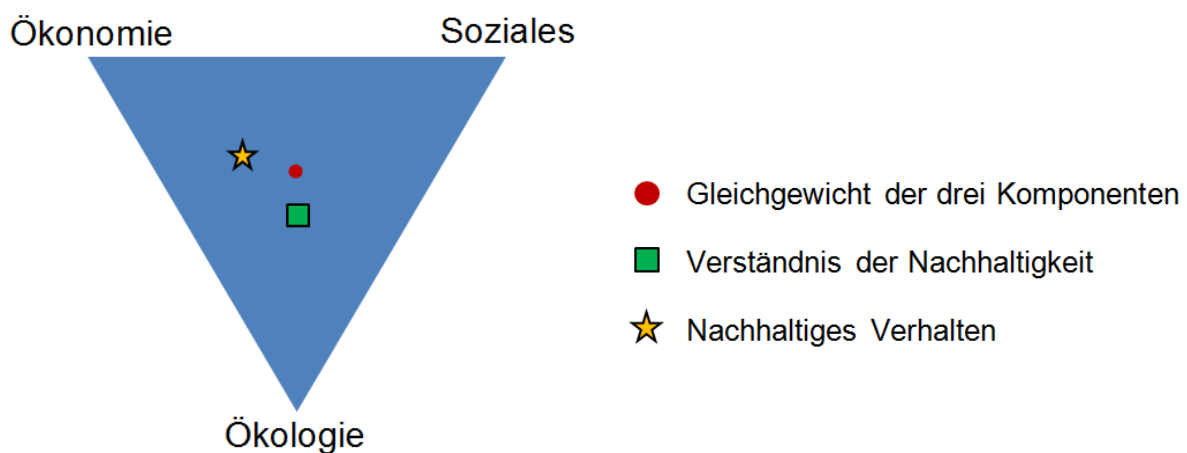


Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Der Bergführer und Skilehrer **Beat Hürlimann** erklärt, dass neben der UNESCO das Pro Natura Zentrum auf der Riederalp für eine nachhaltige Umwelt im Aletschgebiet kämpfen. Während man bei den Bergbahnen versuche immer weniger Strom zu brauchen, sei es für die Hotellerie schwieriger umweltfreundlich zu agieren. Einzelne Hotels würden gezielt einheimische Produkte kaufen, aber die Mehrheit müsse ums Überleben kämpfen und werden dazu „...von den Hotelfachschule darauf getrimmt: billig einkaufen, teuer verkaufen und Profit rausholen.“ Seitens der Gäste sei zwangsläufig das Maximum rausgeholt, da diese gezwungen seien das Auto an der Talstation stehen zu lassen. Hürlimann stellt klar, dass die Autofreiheit nicht aus umwelttechnischen Gründen eingeführt worden sei, sondern aufgrund geographischer Gegebenheiten. Das Bewusstsein der Gäste bezogen auf ihr nachhaltiges Verhalten fehle zum grössten Teil noch. Die Bettmeralp sei in der Realisation von konkreten Handlungen anderen Destinationen nicht voraus, auch wenn beispielsweise die Abfallbeseitigung seit einiger Zeit ökologischer ablaufe. Er persönlich

habe keinen grossen ökologischen Fussabdruck, jedoch sei er der Überzeugung, dass es in den Städten aufgrund des ÖV-Netzes einfacher gehe, sich nachhaltig zu verhalten. Anhand des Quadrats in Abbildung 10 wird veranschaulicht, dass Herr Hürlimann unter Nachhaltigkeit insbesondere eine nachhaltige Umwelt versteht. Wie der Stern zeigt, steht bei den gewählten Strategien seiner Meinung nach die Wirtschaftlichkeit an erster Stelle, gefolgt von dem Versuch einen umweltschonenden Umgang zu pflegen, womit sich allerdings die meisten Akteure im Gebiet eher schwer tun würden.

Abbildung 10: Die Trias der Nachhaltigkeit von Beat Hürlimann



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

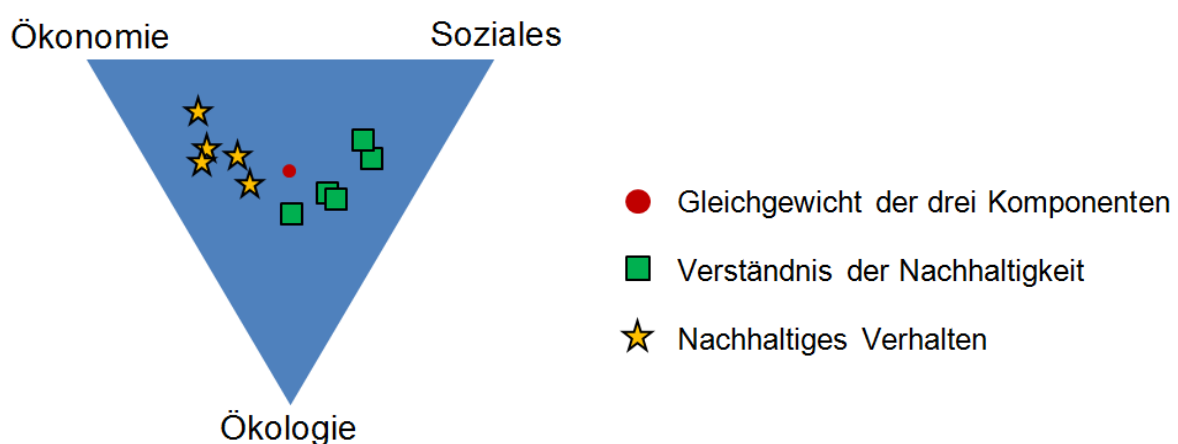
6.2.2 Vergleich der Ansätze zur Nachhaltigkeit

Die fünf Akteure sind sich in Bezug auf das Verständnis sowie dem nachhaltigen Handeln auf der Bettmeralp uneinig. Die einen beziehen sich mehr auf die soziale Nachhaltigkeit, andere denken in erster Linie an die wirtschaftliche Nachhaltigkeit und dritte nennen die ökologische Nachhaltigkeit als zentralen Aspekt. In Abbildung 11 wird die Streuung in Bezug auf das Verständnis der Nachhaltigkeit (Quadrate) und das nachhaltige Verhalten (Sterne) der Akteure dargestellt. Die Verteilung ist in beiden Fällen relativ weitläufig, wobei dennoch eine Tendenz zu mindestens zwei der drei Komponenten der Nachhaltigkeit festgestellt werden kann. Bezogen auf das Verständnis liegt der Fokus für Brechbühl und Flückiger auf der sozialen Komponente. Während der Hotelier Brechbühl aber die Wichtigkeit der Präsenz von Einheimischen festhält, geht es dem Gemeindeangestellten eher um die wiederkehrenden Gäste. Als Gegensatz dazu kann mit Hürlimann der Vertreter des Bereichs Outdoor genannt werden, der unter genann-

tem Konzept den umweltschonenden Umgang mit der Natur versteht und sich somit senkrecht unter dem Gleichgewichtspunkt situiert. Die Akteure Schmid von den Bergbahnen und Inhauser von der Tourismusorganisation gehen einen Kompromiss ein und verstehen unter Nachhaltigkeit sowohl den sozialen als auch den ökologischen Aspekt. Es ist also festzuhalten, dass die fünf Akteure für das Verständnis zwar alle einer ähnlichen Tendenz hin zur sozialen und ökologischen Komponente folgen, das Nachhaltigkeits-Dreieck dadurch jedoch leicht auf die rechte Seite kippen würde.

Anzufügen ist jedoch, dass nicht das Verständnis, sondern das tatsächliche Verhalten und die gewählten Strategien Auswirkungen haben. An den Sternen in Abbildung 11 ist die Verteilung des Verständnisses der Akteure ersichtlich. Diesbezüglich bestehen ebenfalls Differenzen zwischen den fünf Akteuren. Flückiger, Akteur der Gemeindebehörden, wird im Vergleich zu den anderen am stärksten Richtung Ökonomie gezogen, während die Strategie der Tourismusorganisation am nächsten am Mittelpunkt liegt. Die restlichen drei Akteure situieren sich tendenziell ebenfalls im Bereich der Ökonomie. Sie betonen jedoch, dass ihr ökonomisches Verhalten Hand in Hand gehe mit der Realisation von ökologischen Zielen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass in Bezug auf das realisierte Verhalten der Akteure das Nachhaltigkeits-Dreieck leicht auf die linke Seite kippen würde und somit der Komponente der Ökonomie eine grössere Gewichtung zugesprochen wird.

Abbildung 11: Die Trias der Nachhaltigkeit: Zusammenfassung aller fünf Akteure



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Interessanterweise wäre das Dreieck im Gleichgewicht, würden die Leistungsträger auf der Bettmeralp einen Mittelweg wählen zwischen ihrem Verständnis der Nachhaltigkeit und ihrem jetzigen Verhalten. Momentan ist dies wohl noch nicht der Fall, weil einer-

seits zu wenig Druck von höheren Instanzen gemacht wird, andererseits das Gefühl besteht, man könne zu wenig bewirken indem man sein Verhalten einem umweltschonenden Umgang mit der Natur anpasst und als letztes die Krise und somit der Einfluss des Klimawandels wohl noch nicht genug gross beziehungsweise spürbar ist.

6.3 Resultate zum Konzept der Strategien

Der Hotelier **Alexander Brechbühl** nennt neben sich verändernden Umweltbedingungen hauptsächlich den Wandel an Ansprüchen und Erwartungen des Gastes als salient: *„Heute ist die Abwechslung viel mehr gefragt“*. Der Gast sei mit Skifahren alleine nicht mehr zufrieden und erwarte neben einem interessanten Rahmenprogramm auch Entspannung und Entschleunigung. Ausserdem nennt er die zunehmende Kurzfristigkeit und Spontanität der Buchungen als veränderte Parameter ebenso wie die Tendenz, dass Skifahren wegen der intensiven Kosten ein Auslaufprodukt werde. Der Tourismus hänge von unterschiedlichen, wenig beeinflussbaren Faktoren ab, unter anderem der Wirtschaft, der Währung und dem Wetter. Diesbezüglich sind Schwankungen der wirtschaftlichen Lage und marktwirtschaftlichen Prozesse im Hotelunternehmen deutlich zu spüren und verlangen flexibles, innovatives Verhalten um ein längerfristiges Bestehen sicherzustellen. Für Alexander Brechbühl stehen Verluste im eigenen Unternehmen oder solchen von Kollegen vor allem im wirtschaftlichen Zusammenhang: *„[D]as hat nicht mit der Umwelt, sondern einfach mit der Wirtschaftspolitik zu tun ...“*. Nichtsdestotrotz bezeichnet Brechbühl die Umwelt als *„... grosses Thema ...“* und empfindet es als wichtig, *„... dass Angebote in der Natur, dass die Landwirtschaft und der Tourismus zusammen funktionieren“*. Auf konkrete Massnahmen oder Strategien angesprochen, antwortet Brechbühl, im kleinen Rahmen reagieren zu wollen. Er nennt die Isolierung des Hotels, energieeffiziente Maschinen und Anlagen oder sparsames Waschen von Zimmerwäsche als Beispiele. Brechbühl zeigt daneben noch andere Möglichkeiten wie Sonnenkollektoren, gemeinschaftliche Wäscherei aller Hotels oder Renovierung des Hausdachs auf, wobei er festhält, dass die ausschlaggebende Dimension stets die Wirtschaftlichkeit ist. Man ist sich umweltfreundlicher Massnahmen bewusst, könne aus Gründen der Wettbewerbsfähigkeit aber nicht immer alles realisieren, *„...auch wenn der Wunsch da wäre“*. Aus diesem Grund müsse man in Zukunft auch alternative Programme

anbieten und dabei im Speziellen auf den Sommertourismus fokussieren, wobei er überzeugt ist, dass der Wintertourismus zumindest mittelfristig durch die erhöhte Lage auf 2000 Metern über Meer gesichert ist.

Marc Flückiger, der Akteur der Gemeinde, erklärt, dass im Skigebiet der Bettmeralp trotz der höhenbedingten, zum jetzigen Zeitpunkt noch schneesicheren Lage massiv in den Ausbau der Bahnen und in Beschneiungsanlagen investiert worden sei. Dies hänge unter anderem zusammen mit dem „... Wunsch, dass man natürlich ein Datum festlegt, an dem der Saisonstart ist ...“ und dadurch wenig bis gar nicht abhängig ist vom Wettergeschehen. Dieser Ausbau und die Investitionen seien hauptsächlich auf den Wintertourismus ausgerichtet, da die Wintersaison ungefähr 80 Prozent der Einnahmen generiert. Neben der Schneegarantie ist der Fokus dabei auf den Komfort gerichtet, womit Gäste gehalten und neue Touristen angelockt werden können. Eine gewisse Chance sieht Flückiger im Sommertourismus. Das Ziel ist es, „[d]ass man diesen nicht vernachlässigt, dass man da ein bisschen pushen kann“, da in der Sommersaison noch nicht das gesamte Potential ausgeschöpft worden sei. Neben möglichen lokalen Massnahmen sollte laut Flückiger vermehrt auf „... schweizerisch[e], europäisch[e], wenn nicht gar um die Welt umspannend[e] ...“ Strategien zurückgegriffen werden. Er sieht die Verantwortlichkeit betreffend Einführung und Durchsetzung von konkreten Massnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen beim Bund. Nur wenn zusammenhängende, gar globale Massnahmen getätigt würden, nütze dies etwas. Den Beitrag seiner Gemeinde sieht er darin, „...dass wir uns nicht quer stellen und wenn es Möglichkeiten und Lösungen gibt, dass man diese mitanpackt“. Er fügt an, dass strengere Gesetze oder Richtlinien, die Unternehmen auf der Bettmeralp mit bestimmter Wahrscheinlichkeit nicht einschränken würden, da grössere Unternehmungen der Industrie und des Transports betroffen wären. Dementsprechend wäre die Gemeinde Bettmeralp solchen gesetzlichen Änderungen betreffend der Reduktion von CO₂-Emissionen nicht negativ eingestellt. Flückiger erwähnt ausserdem, dass gerade für junge Familien optimale Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, damit die einheimische Bevölkerung auf der Bettmeralp bleibe. Sie stelle die Basis einer funktionierenden Tourismusregion dar und wenn die Einheimischen abwandern, „[d]ann leidet das hier alles zusammen“.

Die Tourismusfachfrau **Nadia Inhauser** beschreibt die Investition in und den Ausbau von Beschneiungsanlagen als zentral für den Wintertourismus. Der Gast kommt im Winter zum Skifahren auf die Bettmeralp und daher ist das Vorhandensein von Schnee zum richtigen Zeitpunkt und in genügend grosser Menge zwingend. Der Gast sei zwar an-

spruchsvoll und verlange neben dem Skifahren nach alternativen Wintersport-Aktivitäten wie Schneeschuhlaufen oder Langlaufen, welche aber ebenfalls auf Schnee angewiesen sind. „[D]ie Hauptmotivation, warum der Gast im Alpenraum in die Ferien fährt“ sei der Wintersport und der Schnee und dazu Alternativen anzubieten sei praktisch unmöglich. Für den Transport auf der autofreien Bettmeralp setzt man auf Elektromobile. Insbesondere im Sommer, wo es eine Elektrobus-Verbindung zwischen der Riederalp und der Bettmeralp gibt. Ausserdem erklärt Inhauser, dass man die umweltfreundliche Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr unterstützt und gezielt durch Marketing fördert: „Anreise mit ÖV sind schon solche Aspekte, die wir versuchen, ein bisschen zu steuern“. Durch Kooperationen mit den Schweizerischen Bundes Bahnen SBB und der Matterhorn-Gotthard-Bahn MGB soll besonders der Schweizer Gast für den Umstieg vom Individualverkehr auf den Öffentlichen Verkehr sensibilisiert werden. Neben der bequemen Anreise im Zug sollen dazu auch Angebote wie RailAway oder der Gepäckservice von Tür-zu-Tür vermarktet werden.

Für den Tourismus auf der Bettmeralp kommen neben klimatischen Veränderungen zunehmend auch wirtschaftliche Herausforderungen zum Tragen: „Es ist auch so, dass die Kreise der Wintersportinteressierten in Europa immer kleiner werden. Dies merkt man, indem der Wettbewerb immer stärker wird“. Zum einen fahren insbesondere junge Schweizer Gäste immer weniger Ski und zum anderen führt die europäische und internationale Wirtschaftslage dazu, dass die Schweiz als Ferienort noch teurer wird. Um trotz diesem gesellschaftlichen Wandel wettbewerbsfähig zu bleiben würden verschiedene Strategien umgesetzt werden. Eine davon sei das Markenkonzept, welches mit 30 Leistungsträgern auf die Beine gestellt worden ist und zur Positionierung „Aletsch Arena - Das befreiendste Naturerlebnis der Alpen“ geführt hat.

Neben Kooperationen mit Partnern postuliert Inhauser grundsätzlich innovative und zukunftsorientierte Anpassungen und Strategien, wobei es „im Sommer [...] klar noch ein riesen Potential ...“ gibt. Beispielsweise möchte man vermehrt auf den Gesundheits- und Erholungstourismus setzen oder neue Märkte, wie Pauschalreisen für asiatische Touristen, erschliessen. Der Gast soll dabei mithilfe von gezielten Marketingmassnahmen auf die Natur und sein Verhalten ihr gegenüber sensibilisiert werden. Inhauser hält aber auch klar fest, dass der Tourismus der gesamten Aletsch Arena stark auf die Wintersaison ausgerichtet ist. Würde sich demnach die Unsicherheit und die Menge des Schnees weiterhin verstärken respektive verringern, so werde es „... schon Probleme ...“ geben, für die man „... keine Lösung auf dem Tisch“ habe.

Nicolas Schmid, der im Management der Bergbahnen tätig ist, erwähnt Investitionen in die Renovierung von veralteten und den Ersatzbau von neuen Bergbahnen als Anpassungsmassnahmen. Er sieht darin aber keine spezifisch generierten Probleme, sondern beschreibt dies als natürlichen Prozess des Unternehmens. Bezüglich den meisten Strategien zur technischen und energienutzenden Optimierung von Maschinen oder Anlagen wie Pistenfahrzeugen oder Bahnsteuerungen nennt er sowohl den ökologischen als auch den ökonomischen Aspekt. Man sei bestrebt, den Energiebedarf zu senken, was bedeutet, *„... dass es für die Ökologie eine gute Geschichte ist, aber auch auf der ökonomischen Seite“*. Schmid hält fest, dass vordergründig ökonomische Ziele zum Tragen kommen und die indirekte Verwirklichung von ökologischen Interessen nebenbei als positiver Aspekt gewertet wird. Beschneiungsanlagen gehören für Schmid ebenfalls zu einer den Bedingungen angepassten Infrastruktur. Dabei geht es nicht darum, für genügend Schnee über die Saison verteilt zu garantieren, sondern *„... dass wir einen garantierten Saisonstart zu einem Zeitpunkt XY haben“*.

Für das Managementmitglied ist es wichtig, dass alle Leistungsträger auf der Bettmeralp am gleichen Strang ziehen und miteinander Projekte realisieren. Als Beispiel nennt er das Verkehrskonzept. Grundsätzlich sei die Bettmeralp autofrei, was eine optimale Basis sei. Nichtsdestotrotz möchte man den Gast zur Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr bewegen, wozu man Kooperationen mit den Schweizerischen Bundesbahnen SBB und der Matterhorn-Gotthard-Bahn MGB eingegangen ist. Weiter soll ein effizienter und sparsamer Transport von Gütern auf der Bettmeralp angestrebt werden. Ausserdem nennt Schmid den Aletsch-Express, die Elektro-Bus-Verbindung zwischen der Riederalp und der Bettmeralp im Sommer. Für die Zeitperiode der nächsten fünf bis zehn Jahre seien ausserdem verschiedene Projekte geplant um *„... nachhaltige [...] und erneuerbare Energien ...“* zu fördern. Zum einen möchte man die Talstation mit einer Photovoltaik-Anlage ausrüsten und zum anderen will man die produzierte Wärmeenergie der Beschneiungsanlagen wieder in den Energiekreislauf einspeisen. Neben wirtschaftlichen und einhergehenden umweltfreundlichen Aspekten, sieht Schmid in solchen Massnahmen auch die Möglichkeit, sich von anderen Skigebieten abzuheben und möglicherweise einen Wettbewerbsvorteil zu generieren.

Weiter stellt er fest, dass im Sommertourismus noch nicht ausgeschöpfte Möglichkeiten vorhanden sind. Der Gast möchte dem Stress in der Grosstadt entfliehen und suche nach Entschleunigung. *„[D]as Potential [dazu] ist natürlich bei uns schon sehr stark vorhanden.“* Dies wäre weiterhin allerdings nur eine Ergänzung zum Wintertourismus,

denn Schmid hält fest, dass er „... keine Angst um die Wintersaison“ habe. Im Gegenteil sieht er mittelfristig einen Wettbewerbsvorteil für die Bettmeralp, wenn die Schneefallgrenze weiter ansteigt, da das Skigebiet durch die erhöhte Lage im Gegensatz zu vielen tiefergelegenen Skigebieten privilegiert ist.

Auch der Skilehrer und Bergführer **Beat Hürlimann** nennt Investitionen in Beschneigungsanlagen als Reaktion auf die veränderten Umweltbedingungen: „Zuerst war das alles noch sehr bescheiden, aber dann hat man gesehen, dass dies alles immer wichtiger ist, und man hat die Schneeanlagen immer weiter ausgebaut ...“, bis heute etwa 70 Prozent des Skigebiets beschneit werden können. Diese Massnahme sei ursprünglich hauptsächlich auf teilweise sehr schneearme Vorwinter Ende der 1979er Jahre zurückzuführen und hatte zum Ziel, bestimmte Stellen gezielt zu beschneien. Im Laufe der Zeit seien die Anlagen kontinuierlich ausgebaut worden und dienen heute ebenfalls vor allem zur vorsaisonalen Beschneigung. Damit könne man gewisse Unsicherheiten bezüglich den Saisonstart und dem einnahmeträchtigen Weihnachtsgeschäft vermindern. Hürlimann fügt allerdings an, dass es „... auch nicht narrensicher [ist] mit dieser Beschneigung“. Die Beschneigung habe auch seine Grenzen, insbesondere wenn die Temperaturen zu hoch lägen. Weiter erwähnt Hürlimann, dass je länger je mehr Skilifte durch Sessellifte ersetzt werden würden. Zum einen hätte dies wahrscheinlich mit dem Klimawandel zu tun, da man die Fahrspuren nicht mehr präparieren müsse. Zum anderen jedoch sei es auch eine Frage des Komforts, der auf dem Sessellift deutlich höher ausfällt.

Der Skilehrer macht deutlich, dass der Tourismus auf der Bettmeralp hauptsächlich von der Wintersaison lebt. Es gäbe zwar noch Potential bezüglich dem Wandergebiet und der Anpreisung des Ferienorts für Familien mit Kindern, jedoch macht er klar, dass 80 Prozent der Einnahmen im Winter generiert werden. Eine ausgeglichene saisonale Einnahmeverteilung hält er nicht für möglich: „Wenn dies fortfallen sollte, dann [...] mit Alternativen zu arbeiten, daran glaube ich nicht so richtig.“ Ausserdem sei im Sommertourismus allgemein die schweizerische und ausländische Konkurrenz zu gross und die gesamte touristische Infrastruktur auf der Bettmeralp sei auf den Winter ausgelegt worden. Aus diesen Gründen sagt Hürlimann dem Tourismus auf der Bettmeralp eine eher schwierige Zukunft voraus und prophezeit gar den Konkurs für den Fall, dass der Wintertourismus gänzlich wegfallen würde.

6.3.2 Vergleich der Ansätze zu den Strategien

Die Einstellung der Akteure zum Klimawandel und der Nachhaltigkeit beeinflusst auch deren strategisches Verhalten und konkrete Handlungsmaßnahmen. Daher verfolgen die fünf Akteure basierend auf ihrer Einstellung unterschiedliche, wenn auch nicht komplett gegensätzliche Strategien. Abbildung 12 zeigt eine Zusammenfassung der von den Akteuren im Gespräch erwähnten Strategien, welche in der Tourismusregion Bettmeralp angewendet werden. Die Strategien wurden dabei eingeordnet in Verminderungsstrategien und Anpassungsstrategien, wie sie in Kapitel 4.3 Strategien erörtert wurden. Ausserdem werden hypothetische Strategien dargestellt, welche von den Akteuren genannt, aber nicht umgesetzt worden sind. Auf diese wird zu einem späteren Zeitpunkt in dieser Arbeit spezifischer eingegangen.

Abbildung 12: Strategien der Akteure auf der Bettmeralp

	Strategien		
	Verminderungsstrategien	Anpassungsstrategien	Hypothetische Strategien
Alexander Brechbühl (Hotellerie/ Gastronomie)	<ul style="list-style-type: none"> • Renovierung des Hotels: bessere Isolation • Licht löschen • Energieeffiziente Geräte und Maschinen • Sparsame Wäscherei von Hotelwäsche: • Sensibilisierung des Gastes durch Hinweis • Autofreiheit und Elektromobile • Autofreiheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Heizungsanlage: Heizung mit Heizöl 	<ul style="list-style-type: none"> • Dorfwäscherei: Planung und Realisation zu aufwändig • Sonnenkollektoren an südlicher Hausfront: unästhetisch • Renovation des Daches: Kostengründe
Marc Flückiger (Gemeinde)		<ul style="list-style-type: none"> • Beschneiungsanlagen und Wasserreservoirs: künstliche Beschneiung • Ankurbelung des Sommertourismus 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesetzliche Richtlinien zum (maximalen) CO₂-Ausstoss • CO₂-Abgabe • Energiebedarf der Bergbahnen durch erneuerbare Energien decken
Nadia Inhauser (Tourismus)	<ul style="list-style-type: none"> • Autofreiheit und Elektromobile • Kooperationen mit Partnern des Öffentlichen Verkehrs zur Anreise: SBB, MGB, BLS • Informativer Tourismus: Gast wird sensibilisiert auf Natur und Umwelt • Vermehrte Synergien mit passenden Partnern (z.B. Elektromobil an Talstation mit BMW) 	<ul style="list-style-type: none"> • Beschneiungsanlagen: künstliche Beschneiung • Alternativen und neue Angebote im Bereich Wintersport (Winterwandern, Schneeschuhlaufen, Langlaufen) • Förderung des Gesundheits- und Erholungstourismus • Ausbau des Sommertourismus (Wanderangebot) 	
Nicolas Schmid (Bergbahnen)	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperationen mit Partnern des Öffentlichen Verkehrs zur Anreise: SBB, MGB • Energieeffizientere Steuerung der Bergbahnen • Dieselbetriebene Pistenfahrzeuge und effizienterer Einsatz derselben • Autofreiheit und Elektromobile • Konzept der sanften Mobilität: Möglichst wenig und effiziente Transportfahrten, Anreise mit ÖV 	<ul style="list-style-type: none"> • Renovation der Bahnen • Beschneiungsanlagen: künstliche Beschneiung • Ausbau des Sommertourismus mit Fokus auf die Entschleunigung 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermehrt nachhaltige und erneuerbare Energien: Photovoltaik-Anlage an Talstation, Nutzung Restenergie der Beschneiungsanlagen für Betrieb von kleinem Wasserkraftwerk
Beat Hürlimann (Skilehrer/ Bergführer)	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrum von Pro Natura auf der Riederalp: Information der Gäste zu nachhaltigem Tourismus 	<ul style="list-style-type: none"> • Beschneiungsanlagen: künstliche Beschneiung • Ersatz der Skilifte durch Sessellifte 	

Quelle: Eigene Darstellung, Annina Streuli.

Grundsätzlich unterscheiden sich die Ideen der Akteure über Strategien und Massnahmen relativ stark. Beat Hürlimann legt generell kein besonders grosses, eigen-initiiertes strategisches Verhalten an den Tag. Möglicherweise hängt dies damit zusammen, dass er nicht mehr aktiv im Berufsleben tätig ist und daher durch seinen Ruhestand eine gewisse Distanz zum betriebswirtschaftlichen Tourismus erlangt hat. Aus unternehmerischer Sicht ist es für ihn nicht mehr zwingend, sich noch aktiv zu beteiligen.

Dahingegen sind Nadia Inhauser und Nicolas Schmid zwei sehr proaktive und innovative Akteure, die versuchen ihre Strategien laufend anzupassen und zu überdenken. Jedoch stecken für beide diverse Gründe und Parameter hinter diesen Strategien. So werden nicht reine Nachhaltigkeits- oder Umweltziele damit angestrebt, sondern auch wirtschaftliche Absichten stark mit eingebunden. So stellt Inhauser klar, dass gewisse Konzepte *„... halt auch klare, reine Marketingkonzepte sind, wo man aber doch ein bisschen Hand in Hand [mit der Umwelt] gehen kann“*. Inhauser scheint aber die Wichtigkeit von Nachhaltigkeitszielen keineswegs zu ignorieren, da sie den Verminderungsstrategien eine positivere Bewertung zuschreibt. Bezüglich ihrer Umsetzung von sowohl Verminderungs- als auch Anpassungsstrategien stellt sie fest: *„Wahrscheinlich ist es eine Mixtlösung. Es ist klar ein bisschen ein zweischneidiges Gleis, es ist zweischneidig.“* Schmid erklärt ebenfalls, dass für ihn ökonomische Ziele prinzipiell eher im Vordergrund stehen und man aber durch strategisches Verhalten gleichzeitig auch die Ökonomie berücksichtigen kann: *„Wir sind Unternehmer, wir haben ein Unternehmen zu betreiben und zu managen. Das ist sicher auch legitim, dass da die Unternehmensinteressen im Vordergrund stehen. Aber es ist sicher schön, wenn man das Ziel verfolgt und das andere sich irgendwo auswirkt.“* Daher ist seine Einschätzung über seine Verteilung der Verminderungs- und Anpassungsstrategien einiges neutraler im Vergleich mit derjenigen von Inhauser: *„Da würde ich sagen, es ist sowohl als auch. Es ist beides. Das ist ein bisschen eine Dualstrategie, kann man so sagen.“*

Marc Flückiger legt den Schwerpunkt des strategischen Verhaltens wie Inhauser und Schmid ebenfalls nicht auf reine Ziele der Umwelt und Nachhaltigkeit. Seiner Meinung nach funktioniert der Tourismus nur, wenn auch die Dorfstruktur stabil ist. Für ihn sind daher jene Massnahmen sinnvoll und notwendig, die das Dorf und die Dorfgemeinschaft der Bettmeralp aufrecht zu erhalten mögen. Auf lokaler Ebene sieht Flückiger die Leistungsträger zu Anpassungsmassnahmen gezwungen, insofern das Weiterbestehen des Dorfes und des Tourismus gewährleistet werden kann. Dies jedoch immer im Einklang mit der Natur, da diese die Grundlage der Dorfbevölkerung darstellt. Im grösseren Rah-

men sieht er die Initiierung von Veränderungen zu einem umweltfreundlicheren und nachhaltigeren Verhalten weniger beim Einzelnen sondern auf der politischen Ebene. Seiner Meinung nach müsste der Bund oder gar ein noch umfassenderes Gremium für gesetzliche Veränderungen sorgen, die hauptsächlich grosse, einflussreiche Unternehmen bezüglich ihrer Umweltfreundlichkeit überprüfen und einschränken. Alexander Brechbühl sieht im Gegensatz zu Flückiger den Nutzen und die Effizienz von Strategien auch im kleinen Rahmen: *„Das Wissen ist eigentlich schon fest da und das Bewusstsein auch und im kleinen Rahmen versucht man es umzusetzen und auch im grösseren Rahmen was möglich ist.“* Es scheint, dass der Wille zur Umsetzung von Verminderungsstrategien bei Brechbühl gross ist, die effektive Realisierung aber an den nicht vorhandenen Mitteln der Investition scheitert: *„Es ist nicht nur immer die Rendite entscheidend. Andere Sachen sind auch entscheidend. Wir leben ja vor allem von der Natur, das ist uns ja schon bewusst.“*

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass von allen Akteuren sowohl Anpassungs- als auch Verminderungsstrategien genannt werden, wobei der Schwerpunkt und die Nutzeneinschätzung nicht immer gleich gesetzt werden. Verminderungsstrategien haben tendenziell einen schwereren Stand.

7 Interpretation

Nachdem im letzten Kapitel die Resultate dargestellt worden sind und ein erster Vergleich der Meinungen, Ansätze und Ideen gezogen wurde, geht es im Folgenden um die Analyse und Interpretation der Resultate. Zuerst werden die im theoretischen Teil vorgestellten Konzepte des Klimawandels, der Nachhaltigkeit und der Strategien thematisiert, wobei die drei Konzepte anhand der Auffassung der interviewten Akteure in Zusammenhang gebracht werden sollen. Das Ziel dabei ist es, zu verstehen, wie sie sich gegenseitig bedingen und beeinflussen. Anschliessend soll im zweiten Teil anhand der Auswertung und Interpretation auf die eingangs festgelegte Forschungsfrage eingegangen werden. Hierbei sollen auch die vier Forschungsziele zur Sprache kommen, welche als hilfreiche Gliederung der Hauptfragestellung dienen sollen.

7.1 Das Modell des nachhaltigen Tourismus: Zusammenhang der Konzepte des Klimawandels, der Nachhaltigkeit und der Strategien

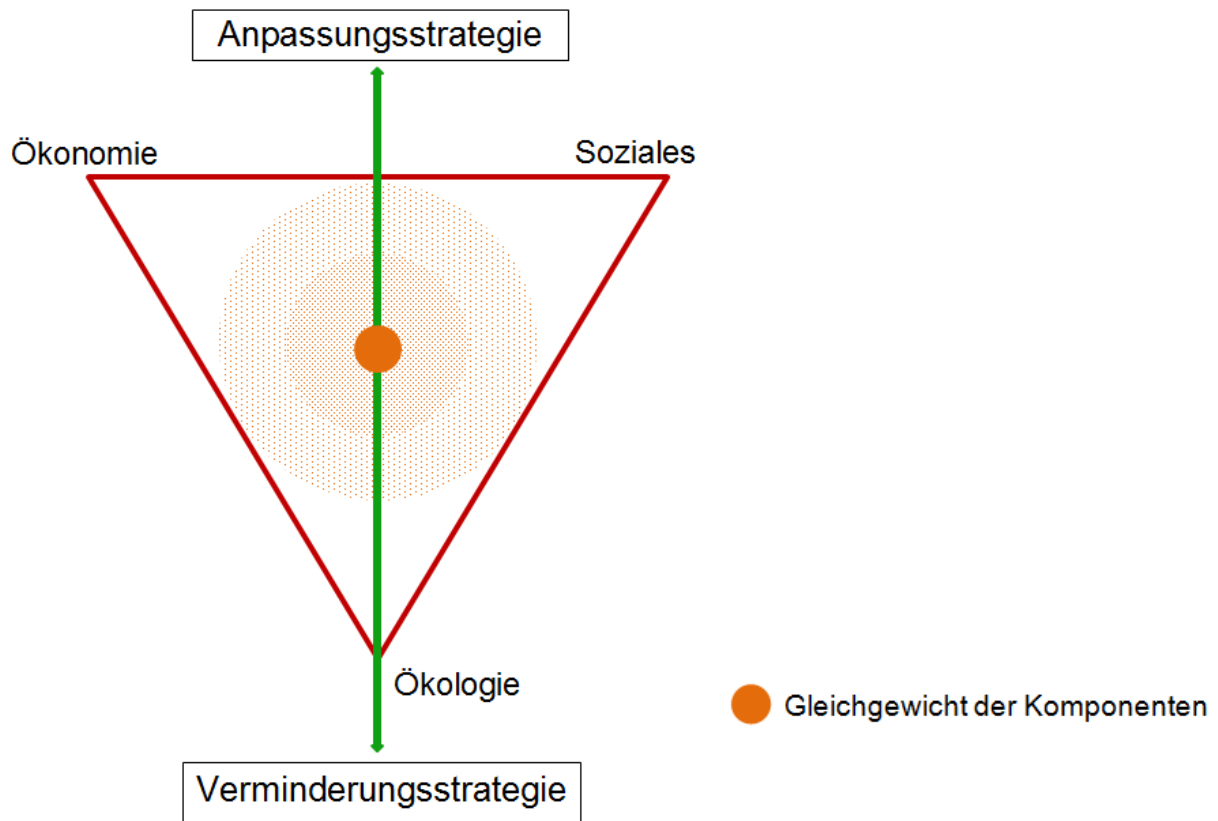
In diesem Kapitel soll die Verlinkung der Konzepte des Klimawandels, der Nachhaltigkeit und der Strategien dargestellt und erläutert werden. Zur Darstellung des Zusammenhangs wurde im Rahmen dieser Arbeit ein Modell erstellt, welches die aktuelle Situation des nachhaltigen Tourismus auf der Bettmeralp verdeutlicht.

Abbildung 13 zeigt das auf der Basis der Nachhaltigkeits-Trias von Messerli (1994) erstellte Modell des nachhaltigen Tourismus (vgl. Kapitel 4.2 Nachhaltigkeit). Wiederum stellt die ökologische Komponente die Basis des Systems dar, ebenso wie durch den Stand auf der Spitze leicht ein Ungleichgewicht der drei Komponenten erreicht werden kann. Der Bereich des anzustrebenden Optimums wird im Modell durch den Punkt dargestellt. Die drei Komponenten sind dort am ehesten ausgeglichen, wodurch eine stabile Balance entsteht.

Diese Ausgeglichenheit hängt nun jedoch nicht nur vom Nachhaltigkeits-Dreieck ab, sondern auch von den gewählten Strategien. Die vertikale Achse stellt die Strategien dar und verläuft in beiden Richtungen über das Nachhaltigkeits-Dreieck hinaus. Je weiter man sich von der Mitte in eine Richtung entfernt, desto mehr Strategien dieser und desto weniger Strategien der anderen Richtung werden angewendet. Je weiter man sich also im Modell nach oben bewegt, desto mehr Anpassungsstrategien und desto weniger

Verminderungsstrategien werden implementiert, und umgekehrt bei der Entfernung in die andere Richtung. Das Modell verdeutlicht somit, dass ein Mix der beiden Strategien wünschenswert ist.

Abbildung 13: Das Modell des nachhaltigen Tourismus



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Nun gilt es zu klären, aus welchem Grund das Modell so konzipiert wurde, dass die Achse der Strategien vertikal durch das Modell verläuft und folglich Anpassungsstrategien für die ökonomische und soziale Nachhaltigkeit stehen und Verminderungsstrategien die ökologische Nachhaltigkeit ausdrücken. Die Anpassungsstrategie ist insofern ökonomisch und sozial, als dass die Akteure ihr Handeln und ihre Strategien der Klimaerwärmung anpassen, damit trotz dem Wandel der Natur, den Variabilitäten des Wetters und der Veränderung des Klimas die Einheimischen und die Gäste der Bettmeralp treu bleiben und nach wie vor Ende Jahr ein wirtschaftlicher Gewinn zu verzeichnen ist. Der Zusammenhang zwischen den ökonomischen und sozialen Komponenten der Nachhaltigkeit und den Anpassungsstrategien soll an zwei Beispielen verdeutlicht werden. Damit die Gäste nicht fernbleiben und der Wintertourismus fortbesteht, sind durch den Anstieg der Schneefallgrenze Beschneiungsanlagen von Nöten. Mit genannter An-

passung der künstlichen Beschneigung, werden gleichzeitig die gesellschaftliche Nachhaltigkeit und die wirtschaftliche Nachhaltigkeit sicherzustellen versucht; das Dorf bleibt von Wintertouristen belebt und den Gästen wird der Skisport während der Wintersaison garantiert. Ein weiteres Beispiel stellt die vermehrte Fokussierung auf den Sommertourismus dar. Da die Einnahmen durch den Wintertourismus abzunehmen drohen, versuchen die Akteure vermehrt auf den Sommertourismus zu setzen. Damit soll der Gewinn übers Jahr ausgeglichener eingenommen werden und der Bettmeralp würde im Sommer mehr Leben eingehaucht. Demzufolge ist diese Strategie sowohl ökonomisch, als auch sozial. Im Gegensatz zu den Anpassungsstrategien stehen Verminderungsstrategien für eine ökologische Nachhaltigkeit. Diese Verlinkung kann beispielsweise an energieeffizienten Geräten und Maschinen oder der reduzierten Einsatzdauer von Pistenfahrzeugen dargestellt werden.

Im ersten Fall wird der Verbrauch von Strom herabgesetzt und im zweiten Fall die Emission von CO₂ verringert. Zu bedenken ist, dass eine Strategie sowohl Anpassung als auch Verminderung sein kann; in diesem Falle befände man sich mit dieser Strategie im Bereich des Optimums. Ein Beispiel dafür ist die bessere Isolation eines Hotels, wodurch Heizkosten eingespart werden können (wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Anpassungsstrategie) und gleichzeitig weniger Heizenergie gebraucht wird, weil der Wärmeverlust reduziert wurde (ökologische Nachhaltigkeit und Verminderungsstrategie).

7.1.1 Normativität des Modells des nachhaltigen Tourismus

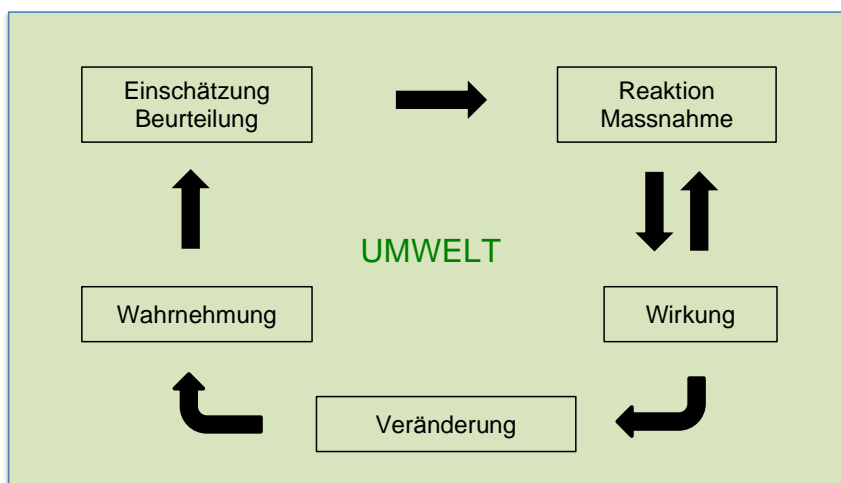
Es soll festgehalten werden, dass dieses Modell auf der Basis der Nachhaltigkeit-Trias anhand der Interviewaussagen und deren Interpretation durch die Autorinnen entwickelt worden ist. Da bereits die Definition der Nachhaltigkeit eine Wahl der Autorinnen war, ist demzufolge das Modell ebenfalls nur ein heuristisches Modell. Es unterliegt einer bestimmten Normativität und beinhaltet bis zu einem gewissen Grad Wertungen und Beurteilungen der Autorinnen. Generell sollen damit Aussagen bezüglich Tendenzen gemacht und keine absoluten Standpunkte festgehalten werden. Dies verdeutlicht auch der runde, mittlere Bereich des Modells, der eine optimale Verteilung der Komponenten darstellt. Dabei ist der Verlauf jedoch schleichend da das Optimum durch verschiedenen Faktoren und Gewichtungen beeinflusst wird. Einen einzigen Punkt des optimal umgesetzten nachhaltigen Tourismus gibt es demzufolge nicht.

7.2 Auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus

7.2.1 Der zirkuläre Prozess der Veränderungen, Massnahmen und Wirkungen

Ein Prozess oder Ablauf ist dynamisch und daher stetig veränderbar. So kann auch der Tourismus als Prozess gesehen werden, dessen Dynamik teilweise ins Stocken gerät und dessen Ablauf ständig neu angepasst wird. Gewisse Faktoren ändern sich und verlangen daher Adaptionen. Der Klimawandel und damit in Zusammenhang stehende Umweltbedingungen sind für den Schweizer Alpintourismus wichtige Faktoren, die es zu beachten gilt. Abbildung 14 stellt den zirkulären Prozess zwischen Veränderungen und Wirkungen dar, wobei die Natur und ihre Phänomene als Basis für unterschiedliche Aktivitäten und Nutzungen im touristischen Bereich stehen.

Abbildung 14: Der Zirkuläre Prozess zwischen Umweltveränderungen und Wirkungen



Quelle: Eigene Darstellung, Annina Streuli.

Sobald sich nun also diese Basis merkbar verändert, führt dies automatisch zu Reaktionen. Nichtsdestotrotz hängen diese Reaktionen oder Massnahmen stark von der Wahrnehmung und der Einschätzung einer Veränderung ab. Diese können unter Umständen bedeutend divergieren. Dieselbe Veränderung der Umwelt kann von verschiedenen Akteuren unterschiedlich wahrgenommen, aufgefasst und beurteilt werden. Nachdem die Veränderungen wahrgenommen und bewertet worden sind, folgt konsequent ein reaktives Verhalten. Als letzter Schritt im Prozess soll die Wirkung angesprochen werden. Die Wirkung folgt auf die Reaktion und hat aber selbst wiederum Einfluss auf den zirkulären Prozess. Im optimalen Fall erreicht die Reaktion die ge-

plante und erwünschte Wirkung. Wird nicht die erwünschte Wirkung erzielt, müssten die Massnahmen verändert oder allenfalls die Realisierbarkeit der Wirkungsvorstellung überprüft werden. Ausserdem kann ein neuer Prozess ausgelöst werden oder derselbe Prozess kann unter Einfluss der Wirkung neu ablaufen. Dieses Prozessverständnis soll nun im Folgenden helfen, den Ablauf hin zur Erreichung eines nachhaltigen Tourismus zu gestalten.

7.2.2 Wahrnehmung von Veränderungen

Das **erste Forschungsziel** fragt nach der Wahrnehmung der Auswirkungen und Veränderungen, welche durch den Klimawandel bedingt wurden. Dass die Umweltbedingungen sich verändern, wird von den verschiedenen Akteuren nicht in Frage gestellt. Die Problematik wird von ihnen demnach wahrgenommen. Dies ist eine erste Erkenntnis, denn es könnte durchaus auch der Fall sein, dass ein oder mehrere Interviewte die Veränderungen gar nicht beachten. Dies würde den Reaktionsprozess massgeblich beeinflussen beziehungsweise gar nicht erst auslösen. Abbildung 15 zeigt eine zusammenfassende Darstellung aller von den Akteuren genannten Umweltveränderungen. Zusätzlich wurden noch andere veränderte Bedingungen genannt, welche mehr in Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Lage und gesellschaftlichen Trends stehen. Darauf wird zu einem späteren Zeitpunkt eingegangen. Der Gletscherschwund wird mit vier von fünf möglichen Nennungen am meisten erwähnt. Dies erstaunt nicht, ist der Grosse Aletschgletscher doch der längste Gletscher der Alpen und das Aushängeschild schlechthin der Region Aletsch Arena. Der auftauende Permafrost und die Zunahme an Naturgefahren sind jeweils von drei Akteuren genannt worden. Wohl ist eine Reduktion des Permafrosts nicht unmittelbar sichtbar, die Auswirkungen sind jedoch gravierend und kostspielig und beeinflussen die Wahrnehmung daher. Der Anstieg der Schneefallgrenze und die Abnahme der Schneemenge werden jeweils zweimal genannt. Der häufigere Wechsel im Wettergeschehen verzeichnet schliesslich eine Nennung.

Abbildung 15: Festgestellte Umweltveränderungen auf der Bettmeralp

		Akteure				
		Alexander Brechbühl	Marc Flückiger	Nadia Inhauser	Nicolas Schmid	Beat Hürlimann
Veränderung	Gletscherschwund	x		x	x	x
	Auftauender Permafrost	x	x			x
	Zunahme der Naturgefahren wie Steinschlag, Murgang etc		x	x		x
	Anstieg der Schneefallgrenze		x			x
	Abnahme der Schneemenge			x		x
	häufigerer Wechsel im Wettergeschehen	x				

Quelle: Eigene Darstellung anhand der Interviewaussagen, Annina Streuli.

Ausser dem wechselhafteren Wettergeschehen wurden die genannten Veränderungen bereits anhand der Literatur aufgezeigt und kurz erörtert (vgl. Kapitel 4.3 Strategien). Es hat sich also gezeigt, dass auf der Bettmeralp alle theoretisch möglichen Folgen tatsächlich eingetreten sind und ausserdem von den Akteuren in einem bedeutsamen Masse wahrgenommen werden.

Nach der Wahrnehmung folgt eine Beurteilung und Einschätzung der Problematik. Dieser Schritt ist sehr komplex und hängt neben der Problematik mit vielen anderen Faktoren zusammen. Ausserdem ist eine Beurteilung immer subjektiv. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass drei von fünf Akteuren die Kausalität der Umweltveränderungen nicht oder nicht sicher beim Klimawandel sehen (vgl. Kapitel 6.1 Resultate zum Konzept des Klimawandels). Bei den beiden restlichen Akteuren kommt im Interview nicht zur Sprache, ob sie einen kausalen Zusammenhang sehen zwischen den Umweltveränderungen und dem Klimawandel. Diese Feststellung ist insofern überraschend, als der Klimawandel und seine Auswirkungen wissenschaftlich – wenn auch nicht abschliessend, so dennoch zu grossen Teilen – erforscht ist (vgl. beispielsweise OCDE, 2007 oder Wanner et al., 2000). Es scheint, dass die Akteure auf der Bettmeralp die kausale Verlinkung zwischen dem Klimawandel und den Auswirkungen nicht gemacht haben, obwohl sie jeden Prozess einzeln sehr wohl wahrnehmen und beobachten. Einzig Marc Flückiger und Nadia Inhauser äussern Skepsis. Flückiger sagt, dass die Schnelligkeit, mit der die klimatischen Veränderungen heute ablaufen, durch den Men-

schen mitverursacht sein könnte. Gleichzeitig relativiert er seine Aussage, indem er anfügt, dass *„... diese Frage zum heutigen Zeitpunkt nicht beantwortbar ist“*.

Nadia Inhauser stellt fest, dass die Auswirkungen des Klimawandels insbesondere am Aletschgletscher gut feststellbar sind: *„... [M]it dem gigantischen Aletschgletscher hat man die Dimensionen des Klimawandels sehr eindrücklich und kann es direkt feststellen.“* Bezogen auf die Schneemenge fügt sie jedoch an, dass es in dem Fall nicht klar ist, ob die Inkonstanz von schneearmen und schneereichen Wintern auf den Klimawandel zurückzuführen ist oder einfach *„...Laune der Natur ist...“*.

Die dennoch sicht- und spürbaren Veränderungen erklären sich die Akteure damit, dass es schon immer einen kontinuierlichen Wandel gegeben habe, was insbesondere durch Vorstöße und Rückzüge des Aletschgletschers deutlich wird. So meint Flückiger beispielsweise: *„Früher gab es auch schon immer diese Veränderungen. Die Gletscher kommen und die Gletscher gehen, das ist allen bewusst.“* Nicolas Schmid nennt die dynamische und wandelbare Prozesshaftigkeit von natürlichen Phänomenen, indem er in Frage stellt, *„... ob [Veränderung] etwas ist, was in der Ursache des Klimawandels liegt oder ob es einfach Abläufe sind, die sich so präsentieren“*. Ob die Kausalitätszuschreibung möglicherweise einen Einfluss hat auf das spätere Verhalten wird im Folgenden noch erläutert. Die Effekte des Klimawandels werden nicht nur unterschiedlich wahrgenommen sondern auch bewertet. Während jeweils zwei Akteure diese als negativ oder neutral beurteilen, schätzt sie nur ein Akteur – Nicolas Schmid von den Bergbahnen – als positiv ein. Diese Inkongruenz in der Einschätzung verdeutlicht die Subjektivität. Das gleiche Ereignis wird von den Akteuren unterschiedlich eingeschätzt. Eine Erklärung für die Beurteilung der jeweiligen Akteure kann anhand der Interviewaussagen nur vermutet werden.

Die Akteure sind in verschiedenen Bereichen tätig, haben dort unterschiedliche Funktionen inne und tragen unterschiedliches Mass an Verantwortung am funktionierenden Tourismus der Gesamtregion Bettmeralp. Würde ein Bereich ausgeschlossen oder wegfallen, würde das Dorf und der Tourismus nicht mehr in der Art und Weise wie bisher funktionieren. Ein Erklärungsansatz könnte aus dem Zusammenhang zwischen Wahrnehmung an sich und der Beurteilung des Effekts gezogen werden. Nicolas Schmid ist derjenige, der die Effekte am positivsten sieht und gleichzeitig aber die wenigsten Umweltveränderungen nennt. Es scheint nicht so, dass er die zusätzlich von den anderen genannten Veränderungen nicht bemerkt, sondern dass er ihnen eine geringere Wichtigkeit beziehungsweise positivere Auswirkungen zuschreibt. Die Erwärmung und der

damit zusammenhängende Anstieg der Schneefallgrenze beispielsweise sieht er positiv, da er sich sowohl im Winter als auch im Sommer einen Wettbewerbsvorteil erhofft: Im Winter wäre die Bettmeralp im Vergleich zu anderen, tiefer gelegenen Skigebieten schneesicherer und im Sommer würde das Klima angenehmer werden. Als Gegensatz zur ausdrücklich positiven Einstellung von Schmid kann die markant negative Prognose von Hürlimann gesehen werden. Dieser prophezeit der Region Bettmeralp den Konkurs, sofern die Entwicklung wie bis anhin verlaufe. Möglicherweise daher zählt Hürlimann mit fünf genannten Veränderungen am meisten auf. Ihn beschäftigen diese Veränderungen mit ihren negativen Effekten und sie sind ihm präsenter als anderen Akteuren.

7.2.3 Strategische Massnahmen

Das **zweite Forschungsziel** beinhaltet die getroffenen Massnahmen als Reaktion auf die durch den Klimawandel bedingten Veränderungen. Als erstes kann festgehalten werden, dass die Akteure von ihnen getroffene Massnahmen und Verhaltensweisen nicht explizit aufgrund des Klimawandels getroffen haben. Dies scheint eine logische Konsequenz daraus zu sein, dass sie die Kausalität der Veränderungen nicht zwingend beim Klimawandel sehen. Alexander Brechbühl beispielsweise nennt einen Wandel in der Gesellschaft und in ihrem touristisch Verhalten als Grund für seine Reaktionen. Bezogen auf sein Ferienprogramm sei der Gast zum einen anspruchsvoller geworden und zum anderen kurzfristiger in seiner Ferienplanung. Auch Nicolas Schmid spricht von „... *veränderten Marktbedingungen* ...“ im Generellen und nicht von veränderten Umweltbedingungen als Grund seiner Reaktionen. Für ihn zählt die Wirtschaftlichkeit seines Unternehmens und er stellt dessen Interessen in den Vordergrund. Auch für Nadia Inhauser sind wirtschaftliche und marketingstrategische Gründe nicht auszuklammern bei ihrem reaktiven Verhalten. So nennt sie die zunehmende Wettbewerbssituation als „... *Trend, [der] abgesehen von klimatischen Bedingungen erschwerend hinzu[kommt]*.“ Im Kapitel 4.3 Strategien wurden sämtliche von den Akteuren genannten Strategien dargestellt und erläutert. Im Folgenden sollen diejenigen aufgezeigt werden, welche im grösseren Rahmen bereits umgesetzt wurden und von mehreren Akteuren genannt worden sind. Ausserdem sind diese Strategien bereits zu grossen Teilen in den Prozessen der Leistungsträger etabliert und können daher als Reaktion auf genannte umweltbedingte, wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen gesehen werden.

- Künstliche Beschneigung: Wird von vier Akteuren (M. Flückiger, N. Inhauser, N. Schmid, B. Hürlimann) genannt als Reaktion auf ausbleibender Schneefall vor allem in der Vorsaison und zu Beginn der Saison.
- Touristischer Angebotsausbau im Winter sowie im Sommer: Wird von drei Akteuren (M. Flückiger, N. Inhauser, N. Schmid) genannt als Reaktion auf den zunehmenden Wettbewerb und den anspruchsvolleren Gast.
- Kooperationen mit Partnern: Wird von zwei Akteuren (N. Inhauser, N. Schmid) genannt als Reaktion auf den zunehmenden Wettbewerb und die ausgezeichnete Anbindung der Bettmeralp an das Netz des Öffentlichen Verkehrs.
- Informativer Tourismus (Lehrpfade, Gletschertouren, Ausstellungen, etc): Wird von zwei Akteuren (N. Inhauser, B. Hürlimann) genannt als Reaktion auf die guten marketingstrategischen Möglichkeiten der Bettmeralp. Das aussergewöhnliche Bergpanorama wird durch UNESCO und Pro Natura geschützt.

Die Autofreiheit der Bettmeralp wurde ebenfalls von vier Akteuren (A. Brechbühl, M. Flückiger, N. Inhauser, N. Schmid) als Massnahme genannt. In Zusammenhang mit diesem Forschungsziel erscheint die Nennung derselben aber nicht als angebracht. Die Autofreiheit ist durch die geographische Lage der Bettmeralp gezwungenermassen gegeben. Seit Beginn des Tourismus Mitte des 20. Jahrhunderts hat sich daran nichts geändert, wobei es nicht eine aktive Entscheidung der touristischen Leistungsträger auf der Bettmeralp ist.

7.2.4 Divergierende Strategien und Definition der Wirkung

Die Wirkung der Reaktionen im zirkulären Wirkungsprozess steht in Zusammenhang mit dem **dritten Forschungsziel**. Dabei wird das Erreichen des nachhaltigen Tourismus als Ziel thematisiert. Man setzt folglich eine gewisse Wirkung als gegeben fest und überlegt, welche Massnahmen dazu führen. Die Thematik der Nachhaltigkeit beziehungsweise des nachhaltigen Tourismus ist weitläufig und kann unterschiedlich aufgefasst werden, was eine Eingrenzung und Definition von Nöten macht. Das **vierte Forschungsziel** stellt das Verständnis der Nachhaltig beziehungsweise des nachhaltigen Tourismus ins Zentrum. Im Kapitel 4.2 Nachhaltigkeit ist ausführlich auf das Verständnis der Nachhaltigkeit, welches die Akteure haben, eingegangen worden. Nicht nur konnte eine Differenz zwischen dem Verständnis und dem Verhalten eines jeden Ak-

teurs eruiert werden, sondern auch eine allgemeine Divergenz der Auffassung des nachhaltigen Tourismus. Dies ist insofern problematisch, als ein Ziel respektive die Wirkung klar definiert sein sollte, um die zielführenden Strategien miteinander vergleichen zu können. Es soll festgehalten werden, dass zwar eine leichte Inkongruenz besteht, dass dies aber bei einem Konzept wie der Nachhaltigkeit durchaus nicht erstaunt, denn wie in Kapitel 4.2.1 Definition der Nachhaltigkeit bereits erwähnt, sollen mehr als 70 verschiedene Definitionen des Konzepts bestehen (Haber, 1998).

Nichtsdestotrotz soll und kann für das Weiterfahren eine Tendenz festgehalten werden. Die fünf Akteure positionieren sich nicht in der Mitte der Nachhaltigkeits-Triasis, sondern legen den Fokus auf die beiden Komponenten des Sozialen und der Ökonomie und gewichten die Komponente der Ökologie weniger stark. Eine Erklärung dafür kann anhand der Interviews nicht gegeben werden.

Nachdem nun das Wirkungsziel definiert wurde, kann auf die Differenzierung der Strategien eingegangen werden. Im Kapitel 4.3 Strategien wurde erläutert, dass die Strategien, welche im Hinblick auf Umweltveränderungen durch den Klimawandel initiiert werden, als Verminderungsstrategien oder Anpassungsstrategien eingeordnet werden können (vgl. Bürki, 2000 oder Elsasser et al., 1998). Jeder Akteur auf der Bettmeralp verfolgt sowohl Verminderungs- als auch Anpassungsstrategien. Für die umgesetzten Maßnahmen der Akteure spielt es keine Rolle, ob sie den Klimawandel als Ursache der Umweltveränderungen sehen oder nicht. Die Frage nach der Kausalitätszuschreibung des Klimawandels und dem strategischen Verhalten kann demnach verneint werden. Für die Sicherstellung des nachhaltigen Tourismus braucht es zwingend beide Strategien, denn jede Strategie legt den Fokus innerhalb der Nachhaltigkeit auf eine andere Komponente, wie im Modell des nachhaltigen Tourismus dargestellt wird. Jeweils zwei der vier zuvor genannten Massnahmen können den Verminderungs- und den Anpassungsstrategien zugeordnet werden. Beschneiungsanlagen dienen der Anpassung schlechthin, indem man einer allfälligen Schneeknappheit vorbeugt. Eine Angebotserweiterung sowie die saisonale Angebotsverlagerung dienen ebenfalls der Anpassung, indem man die ungünstig gewordenen Bedingungen meidet. Kooperationen mit Partnern aus dem Öffentlichen Verkehr sollen den Gast zum Umstieg vom Privatauto auf die Bahn bewegen. Dies hätte eine Reduktion des CO₂-Ausstosses zur Folge und fällt daher unter die Kategorie der Verminderungsstrategien. Ebenfalls als Verminderungsstrategie können Bemühungen zur Schaffung und Erweiterung eines informativen Tourismus gezählt werden, denn dadurch wird der Gast auf sein Verhalten und seine Auswirkungen

sensibilisiert, mit dem Ziel sich nachhaltiger und umweltschonender zu verhalten. Kritisches anzufügen ist die Tatsache, dass diese vier Hauptmassnahmen hauptsächlich der wirtschaftlichen Komponente im Nachhaltigkeits-Dreieck zugeordnet werden können, wodurch das thematisierte Ungleichgewicht der Trias der Nachhaltigkeit ausgelöst wird.

7.2.5 Tourismuspolitik in der Schweiz: Gesetzliche Grundlagen

Der Tourismus beziehungsweise die Tourismuspolitik umfasst verschiedene wirtschaftliche und gesellschaftliche Bereiche und hat somit Querschnittscharakter. Während gewisse politische und gesetzliche Instrumente und Rechtsgrundlagen wie Bundesbeschlüsse über die Grundlagen und Förderung des Tourismus, das Seilbahngesetz, die touristische Berufsbildung oder die touristische Werbung direkt die Tourismuspolitik betreffen, tangieren andere Gesetzesregelungen die mit dem Tourismus in Beziehung stehenden Einzelbereiche der Ausländerpolitik, Raumpolitik, Umweltpolitik oder Verkehrspolitik und sind somit indirekt tourismuspolitische Massnahmen (PHBern, 2011). Es gibt folglich verschiedene Gesetze und rechtliche Grundlagen, die die Schweizer Tourismuspolitik im engeren oder weiteren Sinn betreffen und definieren. Bis heute ist jedoch kein eigentliches eidgenössisches Tourismusgesetz in Kraft gesetzt worden. Im Jahr 2006 wurden mit der Einreichung einer parlamentarischen Initiative durch den Nationalrat und Direktor der Seilbahnen Schweiz sowie des Verbands Öffentlicher Verkehr (VÖV) Peter Vollmer zwar Versuche unternommen, die Schaffung eines solchen nationalen Tourismusgesetzes zu erreichen. Der Nationalrat lehnte den Antrag 2007 jedoch ab und so kann auf keine umfassende gesetzliche Grundlage der Tourismuspolitik auf Bundesebene zurückgegriffen werden (Die Bundesversammlung - Das Schweizer Parlament, 2015)¹⁴. Gewisse nationale Beschlüsse und Berichte beinhalten und regeln Finanzhilfen für Forschung, Innovationen, Marketing und Werbung, die Förderung der Beherbergungswirtschaft, der Sondersatz der Mehrwertsteuer für Beherbergung, das Seilbahngesetz oder Investitionshilfen in Berggebieten. Nichtsdestotrotz kann der Tourismus als Querschnittsbranche nur in Zusammenhang mit verschiedenen wirtschaftlichen und politischen Gebieten gesehen werden und untersteht daher ebenfalls dessen rechtlichen Grundlagen. Möglicherweise würde eine Bündelung und Klärung der Aufgaben, Massnahmen und Wirkungen durch den Bund anhand eines eidgenössi-

¹⁴ http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20060449 [aufgerufen am 24.06.2015]

schen Tourismusgesetztes durchaus Sinn machen, so ist die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Schweiz nicht zu vernachlässigen.

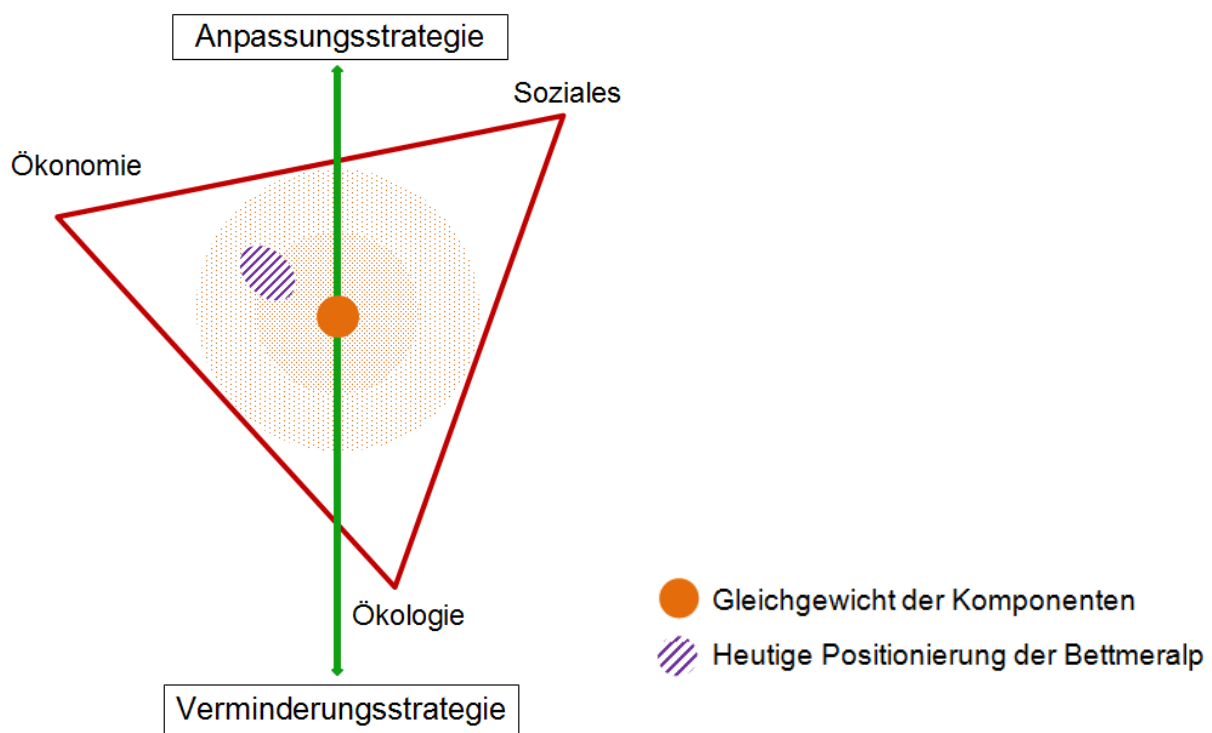
Auf kantonaler und kommunaler Ebene finden sich unterschiedlich detailliert gestaltete Bestimmungen. Hauptsächlich geht es aber darum, in welcher Höhe Tourismusabgaben wie beispielsweise Kurtaxen oder Tourismustaxen erhoben werden und wofür sie eingesetzt werden. Ausserdem werden finanzielle Förderungsmittel wie Fonds, Lotteriegelder, kantonale oder kommunale Beiträge oder andere öffentliche Gelder geregelt (Egger et al., 2006).

7.3 Nachhaltiger Tourismus: Positionierung der Bettmeralp

7.3.1 Aktuelle Positionierung

In Abbildung 15 wird anhand der schraffierten Fläche aufgezeigt, wo sich die Bettmeralp zum heutigen Zeitpunkt im Modell des nachhaltigen Tourismus situiert. Die Positionierung hängt von den bereits umgesetzten Strategien als Reaktion auf veränderte Bedingungen und vom nachhaltigen Verhalten insgesamt ab.

Abbildung 15: Aktuelle Positionierung der Bettmeralp im Modell des nachhaltigen Tourismus



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

Wie an der schraffierten Zone im Modell zu erkennen ist, situiert sich die Bettmeralp in der linken Hälfte des Nachhaltigkeits-Dreiecks. Die Position wird am meisten beeinflusst durch die Komponente der Ökonomie und es wird tendenziell mehr an Anpassungsstrategien als Verminderungsstrategien festgehalten. Die Bettmeralp liegt innerhalb des gestrichelten Kreises und befindet sich somit in dem Bereich, in dem alle drei Komponenten vertreten werden. Trotzdem ist eine leichte Neigung des Modells nach links zu erkennen, was nicht gleich zu einer Dysfunktion des Systems führt, aber eine Störung des Gleichgewichtszustandes verursacht. Im Gebiet werden sowohl Anpassungs- als auch Verminderungsstrategien angewendet, jedoch liegt das Gewicht mehr auf den Anpassungsstrategien. Wie bereits im Kapitel 6.2 Resultate zum Konzept der Nachhaltigkeit festgestellt werden konnte, tendiert die Bettmeralp zu der ökonomischen Nachhaltigkeit, was der Neigung hin zu den Anpassungsstrategien entspricht. Diese Tendenz könnte sich dadurch erklären lassen, dass mit dem Fortschreiten des Klimawandels zum Überleben und Fortbestehen in erster Linie Anpassung nötig ist. Auf kurzfristige Sicht braucht ein Skigebiet wie die Bettmeralp die Sicherheit, dass ihnen die Gäste erhalten bleiben und aus diesem Grund beispielsweise auf Beschneigung gesetzt werden muss. Sind dann noch Kapazitäten vorhanden, so kann auch auf Verminderungsstrategien gesetzt werden, wie es zuweilen auch auf der Bettmeralp der Fall ist. Damit ein Touristenort vermehrt versucht neben dem ökonomischen und sozialen Aspekt auch die ökologische Nachhaltigkeit zu gewähren, muss das Verständnis einer ausgeglichenen Nachhaltigkeit vorhanden sein und somit das Bewusstsein, dass umweltfreundliches Handeln mit dem Klimawandel in heutiger Zeit immer wichtiger wird.

7.3.2 Zukünftig mögliche Positionierung

Die Wahl der Strategien hängt somit auch von den Erwartungen an die Zukunft und den gestellten Prognosen für das Gebiet ab. Wie die Interviews zeigten, gehen die Meinungen diesbezüglich auseinander. Von sehr optimistisch bis eher pessimistisch ist alles vertreten. Während Nicolas Schmid im Klimawandel eine Chance für die Bettmeralp sieht und der Überzeugung ist, dass sowohl im Winter, wie auch im Sommer neue Vorteile entstehen könnten, sieht es der Bergführer Hürlimann etwas enger; wenn die Schneefallgrenze weiter so ansteige, dann habe es die Bettmeralp künftig sehr schwer noch weiter zu florieren und gar zu bestehen. Wie die anderen Akteure ist zwar auch Beat Hürlimann der Meinung, dass der Sommertourismus noch ausgebaut werden kön-

ne, jedoch werde dies beim totalen Wegfall der Wintereinnahmen auf keinen Fall ausreichen, die Bettmeralp am Leben zu erhalten.

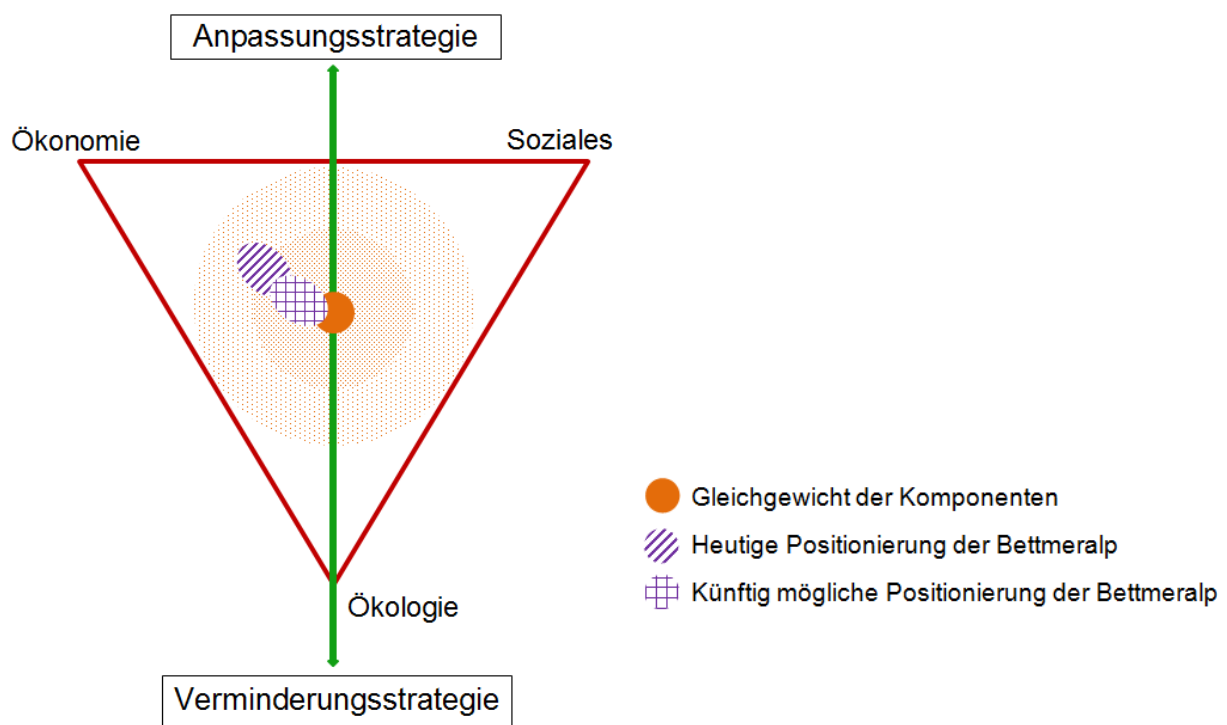
Entscheidender als das Klima, sehen Brechbühl und Flückiger für die Zukunft die vorherrschenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Der starke Schweizer Franken beispielsweise sei ausschlaggebender für das Gästeverhalten als das Klima beziehungsweise das Wetter. Ausserdem sehen die beiden ein massives Problem im Gebiet, wenn die Bettmeralp weniger bevölkert würde, sei es durch nicht wiederkehrende Gäste oder wegziehende Einheimische. Brechbühl nennt im Gespräch einige Ideen, die eine Reduktion von Strom- und Energiebedarf zur Folge hätten und deren Umsetzung er zwar grundsätzlich begrüßen würde, aber aus unterschiedlichen Gründen nicht möglich sind (vgl. Abbildung 12 im Kapitel 6.3.2 Vergleich der Ansätze zu den Strategien). Die gemeinsame Dorfwäscherei wäre zwar sehr effizient und kostengünstig, deren Planung und Durchsetzung aber wohl zu avantgardistisch. Zusätzliche Renovationen und Verbesserungen des häuslichen Energieverbrauchs oder Sonnenkollektoren seien nach Brechbühl aus ästhetischen Gründen, ebenso wie aus finanziellen Gründen nicht realistisch.

Auch Flückiger nennt einige hypothetische Strategien, welche insbesondere eine Reduktion des Ausstosses von CO₂ zur Folge hätten. Er sieht die Verantwortlichkeit und das Durchsetzungsvermögen nicht auf der Ebene der Unternehmen oder Leistungsträger, sondern auf Gesetzesebene. So würde er Gesetze und Richtlinien zum CO₂-Ausstoss oder CO₂-Abgaben einführen wollen. Zur Realisierungswahrscheinlichkeit äussert er sich nicht explizit. Da der Vorschlag aber sehr abstrakt und formalitätenreich ist, erscheint eine Umsetzung illusorisch.

Egal ob auf Grund der wirtschaftlichen Lage oder des Klimawandels wegen, vier der fünf Akteure sind sich sicher, dass der Wintersport abnehmen wird. In Zukunft möchte man vermehrt auf nachhaltigen und sanften Tourismus setzen. An vorderster Front diesbezüglich ist Nadia Inhauser von der Aletsch Arena AG. Da sie sich tagtäglich mit diesem Thema auseinandersetzt, sind bei ihr auch schon die konkretesten Pläne vorhanden, insbesondere wie man den Gast zum Thema Klimawandel und Nachhaltigkeit sensibilisieren könnte. Die neu zu entwickelnden Angebote seien gleichzeitig auch gutes Marketing um mehr Gäste für die Region gewinnen zu können. Demzufolge ist Inhauser motiviert diesbezüglich Fortschritte zu machen und aus Eigeninitiative daran zu arbeiten. Auch Schmid von den Bergbahnen artikuliert Ideen, welche er in näherer Zukunft umsetzen möchte. Während bei Brechbühl die Umsetzung als wenig realistisch gesehen

wird, möchte Schmid beispielsweise eine Photovoltaikanlage an der Talstation der Bergbahnen oder ein autonomes Wasserwerk, betrieben durch die Restenergie der Beschneiungsanlagen, in den kommenden fünf bis zehn Jahren verwirklichen. Auch wenn die Planung momentan noch nicht allzu weit fortgeschritten ist, so äussert Schmid keinen Zweifel an der Verwirklichung. Diese hypothetischen Strategien können grundsätzlich eher als Verminderungsstrategien eingestuft werden. Möglicherweise erschwert diese Zuweisung neben genannten anderen Faktoren die Umsetzung zusätzlich. Abbildung 16 zeigt die aktuelle und eine realistische zukünftige Positionierung der Bettmeralp für den nachhaltigen Tourismus. Dabei wurden oben genannte Ideen an Strategien und deren Einschätzung der Realisierung einbezogen. An der karierten Fläche ist ersichtlich, dass sich die Positionierung leicht dem Gleichgewichtspunkt annähern wird. Der Fakt, dass die Akteure unter Nachhaltigkeit einen umweltschonenden Umgang mit der Natur verstehen, würde dafür sprechen, dass sich das Tourismusgebiet dem optimalen Bereich zukünftig noch mehr nähern könnte. Damit sich Verminderungsstrategien vermehrt durchsetzen werden, sollten die Akteure gemeinsam an diesem Strang ziehen und in diese Richtung schreiten.

Abbildung 16: Zukünftige Positionierung der Bettmeralp im Modell des nachhaltigen Tourismus



Quelle: Eigene Darstellung, abgeändert nach Messerli, 1994: 141 und Haber, 1998: 14.

7.3.3 Diskussion der Positionierung: Anhand welchen Strategien wird der nachhaltige Tourismus umgesetzt?

Wie bereits dargestellt, braucht es sowohl Verminderungs- als auch Anpassungsstrategien um einen nachhaltigen Tourismus sicherstellen zu können. In der Theorie wäre daher die Mischung aus beiden anzustreben. Dies verdeutlicht das Modell des nachhaltigen Tourismus. Die optimale Realisierung liegt im Bereich des Mittelpunkts der Achse Anpassungsstrategien-Verminderungsstrategien und ebenfalls des Mittelpunkts des Nachhaltigkeits-Dreiecks. Anzuführen ist allerdings, dass die Situierung des Optimums nicht auf einen einzelnen, absoluten Punkt reduziert werden kann, sondern auf einen Bereich mit Spielraum ausgeweitet wird. Aufgrund des gewählten normativen Modells können nur Tendenzen festgehalten werden und keinesfalls Absolutionen.

Mit Alexander Brechbühl, Nadia Inhauser und Nicolas Schmid nennen drei der fünf Akteure die Mischung aus beiden Strategien als realisierte Umsetzung auf der Bettmeralp. Inhauser bezeichnet dies als „*Mixlösung*“. Es ist hervorzuheben, dass anhand der Aussagen abgeleitet werden kann, dass die Akteure grundsätzlich lieber mehr Verminderungsstrategien anwenden würden, oder dies jedenfalls so artikulieren. Dies kommt beispielsweise bei Brechbühl zum Ausdruck, indem er die Umsetzung als „... *schweizerische[n] Kompromiss* ...“ bezeichnet und damit gewisse negative Aspekte impliziert. Ebenso bei Inhauser, indem sie sagt, dass „*[e]s klar ein bisschen ein zweischneidiges Gleis* ...“ sei. Würde jedoch der Fokus zu sehr auf die Verminderungsstrategien und daher die ökologische Komponente der Nachhaltigkeit gerichtet werden, so würde das Dreieck ebenso aus der Balance fallen, wie wenn der ökonomischen Komponenten zu viel Gewicht zugeteilt wird. Anhand der aufgezeigten Analyse aller Leistungsträger kann die effektive Positionierung der Bettmeralp tendenziell als nicht ausbalanciert beschrieben werden. Der ökonomischen Komponente der Nachhaltigkeit und den Anpassungsstrategien werden zu viel Gewicht geschenkt. Ein Erklärungsansatz dafür gibt Alexander Brechbühl, indem er sagt, dass „...*die Krise [...] noch nicht zu gross* ...“ ist. Die Notwendigkeit bezüglich einem Umdenken wäre seiner Meinung nach zwar präsent, der Realisierungsdrang und -druck aber noch zu klein: „*Wissen ist eines, aber Umsetzen ist immer etwas anderes*.“ Erfordert eine ausschliesslich ökologische Strategie einen Mehraufwand, so hat es diese zum heutigem Zeitpunkt eher schwer sich durchzusetzen und bei allen beteiligten Akteuren Anklang zu finden.

Nichtdestotrotz sind die bisherigen und zukünftigen Bestrebungen der Leistungsträger auf der Bettmeralp nicht zu diskreditieren. Folgend sollen nochmals die wichtigsten Verminderungs- und Anpassungsstrategien dargestellt werden, wobei die Mischung aus beiden Vorgehensweisen als Schlüssel zum nachhaltigen Tourismus bezeichnet werden kann.

- Verminderungsstrategien

Kooperationen mit Partnern des Öffentlichen Verkehrs zur umweltfreundlichen Anreise und Fortbewegung sowie **Sensibilisierung des Gastes auf sein nachhaltiges Verhalten** durch gezielte Marketingstrategien.

- Anpassungsstrategien

Beschneiungsanlagen zur Sicherung des Saisonstarts sowie **Angebotserweiterung und -ausbau** im Winter ebenso wie im Sommer zur Gästebindung.

Diese strategischen Vorgehensweisen stimmen überein mit den anhand der wissenschaftlichen Klimafolgenforschung in der Literatur aufgezeigten Strategien (vgl. Bürki 2000 oder Elsasser et al., 1998). Demzufolge kann das Vorgehen der Leistungsträger auf der Bettmeralp als plausibel und erfolgsversprechend eingeschätzt werden. Würden die genannten hypothetischen Strategien – insbesondere der vermehrte Einsatz von erneuerbaren Energien – ebenfalls zusätzlich umgesetzt werden, würde sich die Bettmeralp nicht nur durch ihre imposante Landschaft, sondern auch durch ihre Vorbildlichkeit und Vorreiterrolle von vielen anderen alpinen Feriengebieten noch stärker abheben.

8 Konklusion

Die Zielsetzung dieser Arbeit war es herauszufinden, welche Strategien im Wintertourismus in der Walliser Gemeinde Bettmeralp verfolgt werden, um bezüglich des Klimawandels einen nachhaltigen Tourismus sicherzustellen. Im folgenden Kapitel wird zusammenfassend und abschliessend auf die Forschungsergebnisse eingegangen ebenso wie die zentralen Punkte der Analyse und Interpretation hervorgehoben.

Nachdem im Rahmen der Arbeit die Konzepte Klimawandel, Nachhaltigkeit und Strategien erläutert und die Interviews durchgeführt wurden, ging es in erster Linie darum die durch die Akteure dargestellten Konzepte einzeln zu analysieren, bevor in einem zweiten Schritt die Konzepte miteinander verlinkt wurden um auf den erweiterten Zusammenhang eingehen zu können. Diese Verlinkung kann wie folgt dargestellt werden: Wenn sich unsere Umwelt verändert und diese Veränderung als problematisch wahrgenommen wird, so wird mittels neuer Strategien versucht, die entstandenen Herausforderungen anzunehmen und mit einem möglichst positiven Resultat zu bewältigen. Dieses Verhalten ist auch bei den fünf Leistungsträgern der Bettmeralp festzustellen. Dabei ist es für das resultierende Verhalten nicht ausschlaggebend, ob die Akteure den Klimawandel als Ursache der umweltbedingten Veränderungen sehen, oder ob die Gründe anderweitig zu suchen sind. Auf der Bettmeralp wird die Problematik der Umweltveränderungen zwar wahrgenommen, drei der fünf Akteure sehen deren Kausalität indes tatsächlich nicht beim Klimawandel, sondern beurteilen die sich ändernden Phänomene der Umwelt als natürlichen Ursprungs und dem gewöhnlichen Verlauf folgend. Daraus kann geschlossen werden, dass die getroffenen Massnahmen im Gebiet nicht explizit aufgrund des Klimawandels erfolgten. Aufgrund der durchgeführten problemzentrierten Interviews mit den Leistungsträgern kann hergeleitet werden, dass neue Strategien wie künstliche Beschneidung, touristischer Angebotsausbau, Kooperationen mit Partnern und das Führen von informativem Tourismus gewählt wurden und werden, um den wirtschaftlichen Erfolg auf der Bettmeralp langfristig sicherstellen zu können.

Nun gilt es die Frage zu beantworten, ob die bereits implementierten Strategien einem nachhaltigen Tourismus gleich kommen. Es kann diesbezüglich festgestellt werden, dass bereits im Verständnis von Nachhaltigkeit bei den Akteuren eine gewisse Inkongruenz besteht. Bei den mehr als 70 existierenden Definitionen des Konzeptes Nachhaltigkeit (vgl. Haber, 1998) erstaunt diese Tatsache jedoch nicht gross. Eine Tendenz zur Fokus-

sierung des sozialen und ökologischen Aspekts kann gleichwohl verzeichnet werden, während der ökonomischen Komponente von den Akteuren weniger Gewichtung geschenkt wird. So handelt es sich bei den von den Akteuren ergriffenen Massnahmen sowohl um Verminderungsstrategien, wie auch um Anpassungsstrategien. Wie im eigens erstellten Modell des nachhaltigen Tourismus (vgl. Abbildung 13) festgehalten wurde, benötigt es zur Gewährleistung und erfolgreichen Umsetzung der Nachhaltigkeit im Tourismus zwingend die Anwendung beider Strategiemöglichkeiten, denn jede Strategie legt den Fokus auf eine andere Komponente der Nachhaltigkeits-Trias.

Für die Bettmeralp konnte aus den Untersuchungen geschlossen werden, dass in Bezug auf das strategische Verhalten eine Tendenz hin zu den Anpassungsstrategien besteht und die wirtschaftliche Nachhaltigkeit als wichtigste Komponente empfunden wird, wodurch sie gegenüber der Ökologie und dem Sozialen leicht Überhand gewinnen konnte. Die momentane Situation führt jedoch nicht gleich zu einer Dysfunktion des Systems, sondern bloss zu einem leichten Ungleichgewicht. An dieser Stelle soll angemerkt werden, dass für eine abschliessende Beurteilung der Positionierung der Bettmeralp ein Vergleich mit anderen Skigebieten interessant und aufschlussreich wäre.

Der dargestellte Status quo der Situierung der Bettmeralp verdeutlicht, dass Potential vorhanden ist. Diesbezüglich ist eine ausgeglichene Mischung der beiden Strategieformen anzustreben, was automatisch die Nivellierung aller drei Komponenten der Nachhaltigkeit implementieren und zu einer stabilen Balance des Systems führen würde. Auf Seiten der Verminderungsstrategien gilt es vermehrt auf Kooperation mit Partnern des Öffentlichen Verkehrs zu setzen und zu versuchen, den Gast mittels gezielter Marketingstrategien verstärkt für ein nachhaltiges Verhalten zu sensibilisieren. Was die Anpassungsstrategien angeht, muss weiterhin das Ziel verfolgt werden, mit Hilfe der künstlichen Beschneidung den termingerechten Saisonstart garantieren zu können und das Angebot im Winter sowie im Sommer zu adaptieren und auszubauen. Der Vorsatz, einen nachhaltigen Tourismus umzusetzen, stellt für eine Tourismusdestination eine grosse Herausforderung dar. Auf der Bettmeralp konnten Ideen, Bestrebungen und Vorsätze zur Umsetzung ausgemacht werden, wodurch die Motivation der Akteure spürbar wurde. Zusätzlich konnten positive Bedingungen und Möglichkeiten festgehalten werden, was berechtigterweise die Hoffnung weckt, dass die alpine Destination zukünftig verstärkt versuchen wird, sich mit dem nachhaltigen Tourismus auseinanderzusetzen um diese Tourismusform hauptsächlich umzusetzen. Diese Arbeit kann für die Bettmeralp möglicherweise einen Anstoss für künftige Veränderungen und Aktionen

darstellen. Es bleibt zu hoffen, dass die verschiedenen Leistungsträger auf der Bettmeralp die eingeschlagene Entwicklung weiterverfolgen und dahingehend lenken, dass dem Umweltgedanken einen noch etwas grösseren Platz eingeräumt wird. Dann würden nicht nur die Blumenwiesen im Sommer, die Eisblumen im Winter sondern die Blume des Tourismus insgesamt florieren; und zwar langfristig und nachhaltig.

Teil III

Eidesstattliche Erklärung, Bibliographie,

Anhang

10 Bibliographie

10.1 Literaturverzeichnis

10.1.1 Bücher und Papers

- Abegg, B. (1996). *Klimaänderung und Tourismus. Klimafolgenforschung am Beispiel des Wintertourismus in den Schweizer Alpen*. Schlussbericht Nationales Forschungsprogramm 31, Zürich, Geographisches Institut.
- Abegg, B. und Luthe, T. (2012). Neue Energie für den alpinen Tourismus, in Bieger, T., Beritelli, P. und Laesser, Ch. (Hrsg.) *Nachhaltigkeit im alpinen Tourismus*. Berlin, Erich Schmidt Verlag: 1–11.
- Agrawala, S. (dir.) (2007). *Changements climatiques dans les Alpes européennes. Adapter le tourisme d'hiver et la gestion des risques naturels*. Paris, OCDE Organisation de Coopération et de Développement économiques.
- Alheit, P. (1999). Grounded Theory. Ein alternativer methodologischer Rahmen für qualitative Forschungsprozesse. Lehrveranstaltung Pädagogik Georg-August-Universität, Göttingen. http://www.fallarchiv.uni-kassel.de/wp-content/uploads/2010/07/alheit_grounded_theory_ofas.pdf [aufgerufen am 20.02.2015]
- Bürki, R. (2000). *Klimaänderung und Anpassungsprozesse im Wintertourismus*. St. Gallen, Ostschweizerische Geographische Gesellschaft.
- Dresing, T. und Pehl, T. (2013). Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende. 5. Auflage. Marburg. <https://www.audiotranskription.de/downloads.html> [aufgerufen am 21.03.2015]
- Elsasser, H., Abegg, B., Bürki, R. und König, U. (1998). Beiträge der Tourismusgeographie zur Klimaänderungsfolgenforschung, *Geographica Helvetica: schweizerische Zeitschrift für Geographie*. 53 (4): 150-154.
- Flick, U. (1998). *Qualitative Forschung: Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften*. Reinbeck, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- Haber, W. (1998). Nachhaltigkeit als Leitbild der Umwelt- und Raumentwicklung in Europa, in Heinritz, G., Wiessner, R. und Winiger, M. (Hrsg.) (1998). *Nachhaltigkeit als Leitbild der Umwelt- und Raumentwicklung in Europa*. Stuttgart, Franz Steiner Verlag: 11-30.
- Hermanns, H. (2000). Interviewen als Tätigkeit, in Flick, U., von Kardorff, E. und Steinke, I. (Hrsg.) *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*. Reinbeck, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH: 360-368.

- Hopf, C. (2000). Forschungsethik und qualitative Forschung, in Flick, U., von Kardorff, E. und Steinke, I. (Hrsg.) *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*. Reinbeck, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH: 389-600.
- Hopfinger, H. (2007). Geographie der Freizeit und des Tourismus: Versuch einer Standortbestimmung, in Becker, Ch., Hopfinger, H. und Steinecke, A. (Hrsg.) *Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick*. München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH: 1-25.
- Jörissen, J., Kopfmüller, J. und Brand, V. (1999). *Ein integratives Konzept nachhaltiger Entwicklung*. Wissenschaftliche Berichte, Forschungszentrum Karlsruhe, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse.
- Leser H. (Hrsg.) (1995). *Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie*. München und Braunschweig, Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Mayring, P. (1996). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken: 3. Überarbeitete Auflage*. Weinheim, Beltz: Psychologie Verlags Union.
- Messerli, P. (1994). Nachhaltige Nutzung: Diskussionsstand und Versuch einer Bilanz, in Bätzing, W. und Wanner, H. (Hrsg.) (1994). *Nachhaltige Naturnutzung im Spannungsfeld zwischen komplexer Naturdynamik und gesellschaftlicher Komplexität*. Geographica Bernensis: 141-146.
- Müller H. und Weber, F. (2008). 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern. Schweiz Tourismus, Bern.
- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée, *Cahiers de recherche sociologique*. 23: p. 147-181. <http://id.erudit.org/iderudit/1002253ar> [aufgerufen am 23.10.2013]
- Rasch, B. (2013). *Methodenlehre: Vorlesung 2*. Herbstsemester 2013. Fribourg, Département für Psychologie, Universität Fribourg.
- Stettler, J. und Wehrli, R. (2012). Das Verständnis von nachhaltigem Tourismus in der Schweiz und in Deutschland, in Bieger, T., Beritelli, P. und Laesser, Ch. (Hrsg.) *Nachhaltigkeit im alpinen Tourismus*. Berlin, Erich Schmidt Verlag: 159-174.
- Wanner, H., Gyalistras, D., Luterbacher, J., Rickli, R., Salvisberg, E. und Schmutz C. (2000). *Klimawandel im Schweizer Alpenraum*. Zürich, Hochschulverlag AG an der ETH Zürich.
- Weber, K. und Kämpf, R. (2006). Der Schweizer Tourismus – ein Wirtschaftssektor im Wandel. in Brauchle, T. (Hrsg.) *Tourismus im Alpenraum. Chancen und Risiken eines bedeutenden Schweizer Wirtschaftssektors im Umbruch*. Bern, Bundesamt für Raumentwicklung ARE: 9-12.

Wiesmann, U. (1998). Konzeptionelle Begründung zur human- und physiogeographischen Beteiligung an der Nachhaltigkeitsdebatte, in Heinritz, G., Wiessner, R. und Winiger, M. (Hrsg.) (1998). *Nachhaltigkeit als Leitbild der Umwelt- und Raumentwicklung in Europa*. Stuttgart, Franz Steiner Verlag: 43-55.

Witzel, A. (1985). Das problemzentrierte Interview, in Jüttemann, G. (Hrsg.) *Qualitative Forschung in der Psychologie: Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*. Weinheim, Beltz: 227-255.

Witzel, A. (2000). FQS: Forum Qualitative Sozialforschung. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/%201132/2519> [aufgerufen am 21.03.2015]

10.1.2 Berichte, Studien und Statistiken

Abegg, B. (Hsg.) (2011). *Tourismus im Klimawandel. Ein Hintergrundbericht der CIPRA*. Schaan, Commission Internationale pour la Protection des Alpes.

Beniston, M., Stoffel, M., and Hill, M. (eds.) (2013). *Assessing climate impacts on the quantity and quality of water. The EU/FP7 ACQWA Project Science and Policy Brief*. Geneva, University of Geneva, 98 pp.

Bettmeralp Bahnen (2013). *Geschäftsbericht*. Bettmeralp, Bettmeralp Bahnen.

Bettmeralp Bahnen (2015). *Leitbild Bettmeralp Bahnen AG*. Bettmeralp, Bettmeralp Bahnen AG.

Bettmeralp Tourismus (2013a). *Entwicklung Betten Bettmeralp*. Bettmeralp, Bettmeralp Tourismus.
http://www.aletscharena.ch/data/media/Bettmeralp_Tourismus/geschichte/entwicklung_betten_bettmeralp.pdf [aufgerufen am 05.02.2015]

Bettmeralp Tourismus (2013b). *Jahresbericht 2013*. Bettmeralp, Bettmeralp Tourismus.

Bundesamt für Statistik BFS (2014). *Tourismus: Panorama*. Bern, Bundesamt für Statistik. <file:///Users/anninastreuli/Downloads/do-d-00.01-pan-10.pdf> [aufgerufen am 07.02.2015]

Bundesamt für Umwelt BAFU (2012). *Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz. Ziele, Herausforderungen und Handlungsfelder*. Bern, Bundesamt für Umwelt.

Egger, T., Renner-Bach, J., Vollmer, P. und Hosennen Vera (2006). *Eidgenössisches Tourismusgesetz. Vorschlag*. Bern, Schweizer Tourismus-Verband, Seilbahnen Schweiz, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete und Verband öffentlicher Verkehr.
http://www.sab.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente_SAB_Verlag/Autres_publications/BSA_STV_Tourismusgesetz_05.06_de.pdf [aufgerufen am 24.06.2015]

Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW (2012). *Adaptationsstrategien des Tourismus an den Klimawandel in den Alpen. Ergebnisse des Alpine Space – Projekts ClimAlp in der Schweiz*. Chur, Hochschule für Technik und Wirtschaft.

Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC (2013). *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge, Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC.

PHBern (2011). Tourismuspolitik. Factsheet. Bern.
https://www.phbern.ch/fileadmin/user_upload/MOL/E-Dossier_Tourismus/Grundlagen/Unterrichtsmaterial/Factsheet_Tourismuspolitik.pdf
[aufgerufen am 24.06.2015]

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO (2010). *Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz*. Bern, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Ressort Tourismus.

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO (2011). *Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Auswirkungen und Anpassungsoptionen*. Bern, Staatssekretariat für Wirtschaft, Direktion Standortförderung – Tourismus.

UNESCO Welterbe (2011). Gletscherwelten. Stiftung UNESCO Welterbe Schweizer Alpen JungfrauAletsch, Naters.

Zwischenstaatlicher Ausschuss für Klimaänderung IPCC (2013). Klimaänderung 2013. Wissenschaftliche Grundlagen. Zusammenfassung für politische Entscheidungsträger. Beitrag der Arbeitsgruppe O zum fünften Sachstandsbericht des zwischenstaatlichen Ausschusses für Klimaänderung (IPCC). Bonn, Deutsche IPCC-Koordinierungsstelle.

10.2 Internetverzeichnis

Aletsch Arena (2015). Grösster Gletscher der Alpen.
http://www.aletscharena.ch/sites/de/aletscharena/destination/unesco_welterbe.html [aufgerufen am 12.02.2015]

ARE Bundesamt für Raumentwicklung (2013). 1987: Brundtland-Bericht.
<http://www.are.admin.ch/themen/nachhaltig/00266/00540/00542/> [aufgerufen am 04.02.2015]

Bundesamt für Statistik BFS (2015). Statistik Schweiz.
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/11/def.html#resultstart> [aufgerufen am 07.02.2015]

Die Bundesversammlung. Das Schweizer Parlament (2015). Curia Vista - Geschäftsdatenbank. 06.449 – Parlamentarische Initiative. Tourismusgesetz.

http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20060449 [aufgerufen am 24.06.2015]

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten, Präsenz Schweiz (2015). Schweizer Alpen.

http://www.swissworld.org/de/schweiz/dossiers/schweizer_alpen/tourismus_die_entdeckung_der_berge_als_feriestaetion/ [aufgerufen am 12.02.15]

Gemeinde Betten-Bettmeralp (2010). Bettmeralp. Porträt.

<http://gemeinde.bettmeralp.ch/gemeinde/portraet> [aufgerufen am 12.02.2015]

Kalbermatten, P. (2004). Betten in Historisches Lexikon der Schweiz.

<http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D2746.php> [aufgerufen am 08.02.2015]

Pro Natura Zentrum Aletsch (2015). Willkommen im Pro Natura Zentrum Aletsch.

http://www.pronatura-aletsch.ch/home-de_ [aufgerufen am 12.02.2015]

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO (2015). Tourismuspolitik.

<http://www.seco.admin.ch/themen/05116/05121/index.html?lang=de> [aufgerufen am 07.02.2015]

Zermatt Tourismus (2015). 150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn.

<http://www.zermatt.ch/150> [aufgerufen am 12.02.15]