



Natur- und kulturnaher Tourismus Das Geschäft mit der Biodiversität

Chancen und Risiken für eine Nachhaltige Regionalentwicklung

Stefan Forster

**Tagung Lebensversicherung Biodiversität
Chur, PHGR, 9. Sept. 2010**

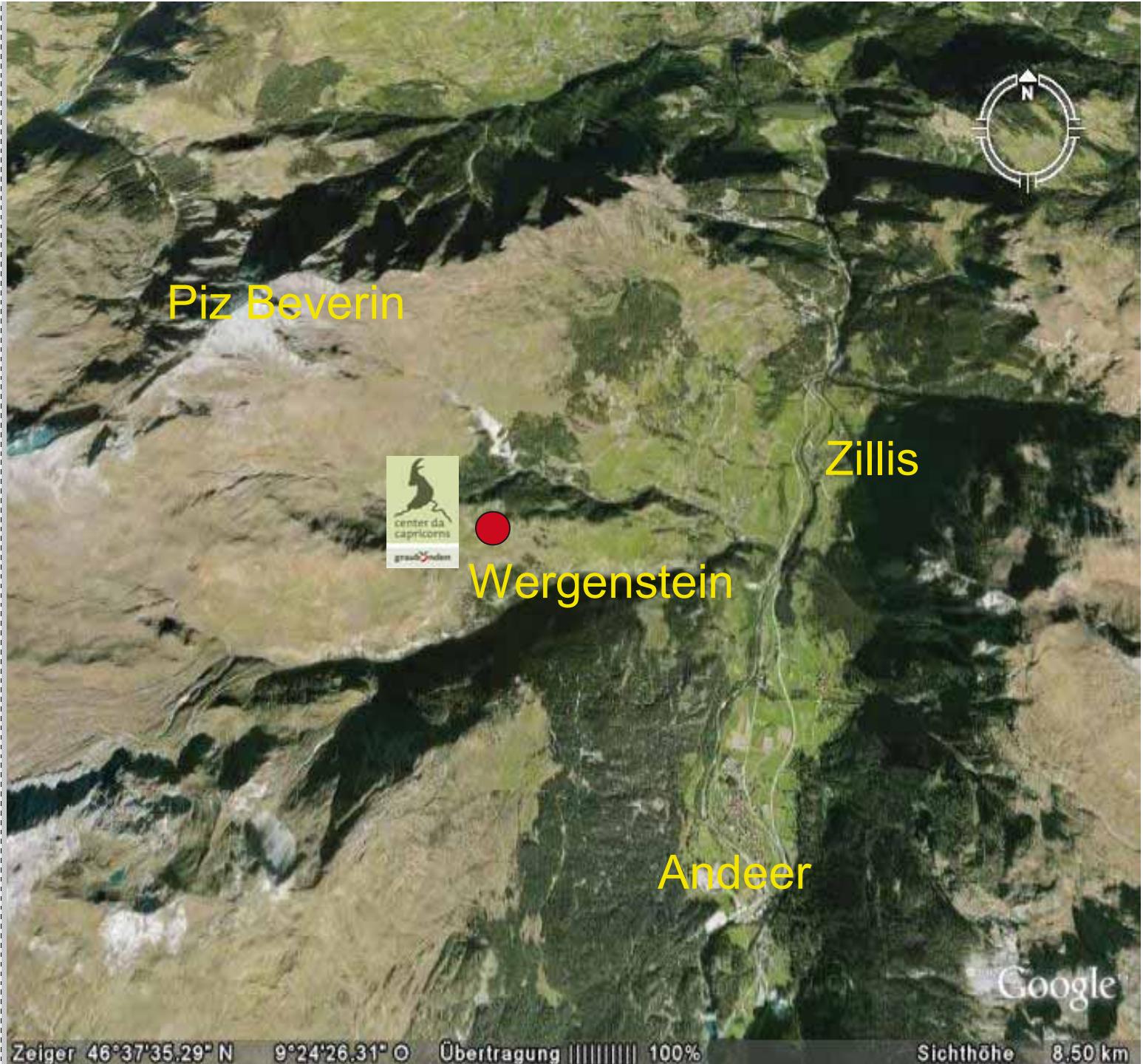
ZHAW Zürcher Hochschule Angewandte Wissenschaften
IUNR Institut Umwelt und Natürliche Ressourcen

Prof. Stefan Forster, lic.phil. II, Geograph
Leiter Fachstelle für Tourismus und Nachhaltige Entwicklung
Center da Capricorns, CH-7433 Wergenstein,
+41 (0) 81 630 70 81, stefan.forster@zhaw.ch
www.iunr.zhaw.ch/tne



Inhalt.

- Center da Capricorns / ZHAW Fachstelle Tourismus und Nachhaltige Entwicklung
- Ausgangslage
- Gesellschaftlicher Wandel
- Regionalökonomisches Potenzial
- Alles wird gut?
- Thesen und Lösungsvorschläge









Center da Capricorns.

- Naturinfo- und Steinbockzentrum > **Regionale Plattform**
- Natur- und kulturnaher Tourismus > **Integrative, regionale Angebote**
- Innovative Landwirtschaft > **Ländlicher „Technopark“**
- Forschung und Entwicklung > **ZHAW, Fachstelle Tourismus und Nachhaltige Entwicklung**
- Regionaler Naturpark Beverin > **Überregionale Zusammenarbeit, Natur und Kultur erhalten**



Gesellschaftlicher Wandel



Raum, Zeit und Umwelt

- The diagram illustrates three pairs of opposing concepts:

 - Ortsbindung vs. Ortlosigkeit
 - Langsamkeit, Geduld, Musse vs. Geschwindigkeit
 - “Vielfalt” vs. “Einfalt”

Below these pairs, the concepts Slow Food and Fast Food are listed, likely representing examples or applications of the first two pairs.

Fachstelle für Tourismus &
Nachhaltige Entwicklung



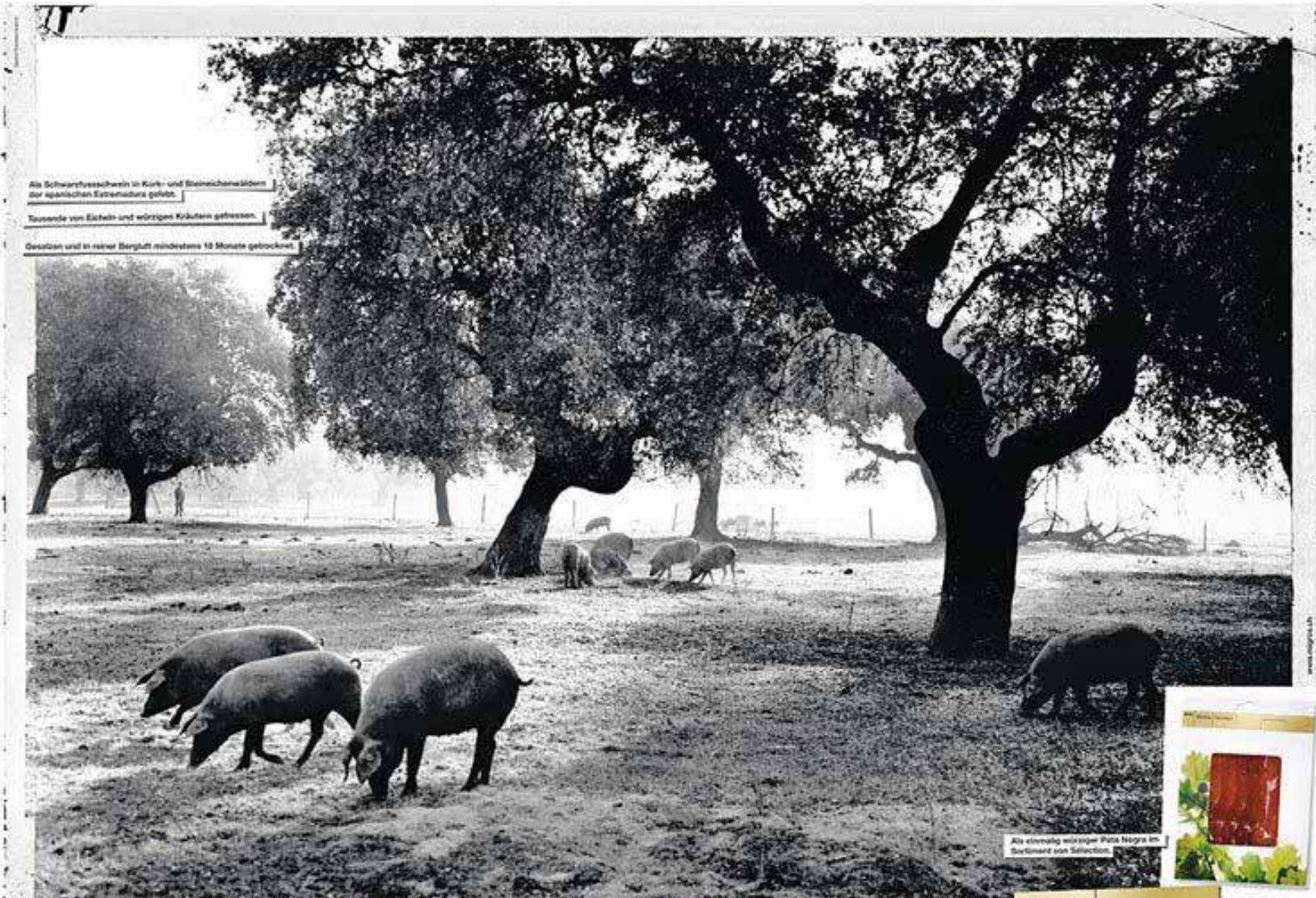
Wirtschaftsuniversität
Hochschule für Technik und Wirtschaft











MIGROS Sélection



Als schmackhafteste Pata Negra im Sortiment von Sélection.







Alte und Neue Werte

„Alte“ Werte:

- Fast Food

- Volle Agenda

- Sitzplatz mit
Verbundsteinen

- Heineken

- Kanalisierung

- **Künstliche
Erlebniswelten**

„Neue“ Werte:

- Slow Food

- Zeitsouveränität

- Alter Baumbestand /
Bungert

- Tschliner Bier

- Renaturierung

- **Authentische Produkte
mit Substanz**



Raum, Zeit und Umwelt

Intakter Natur- und
Kulturreraum >

Biodiversität

- Ortlosigkeit
- Geschwindigkeit
- Fast Food
- Spass, Erlebnis



Der wahre Luxus von Morgen

- **Kulturgüter:** Alte Gebäude, Verbindung von Tradition und Moderne in der Architektur ...
- **Naturgüter:** alter Baumbestand, Bach, Moor, artenreiche Trockenwiese, Wasser, Boden, Luft – Landschaft ...
- **Ruhe - Zeit - Sinn und Glück**



Analyse

Gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Trends:

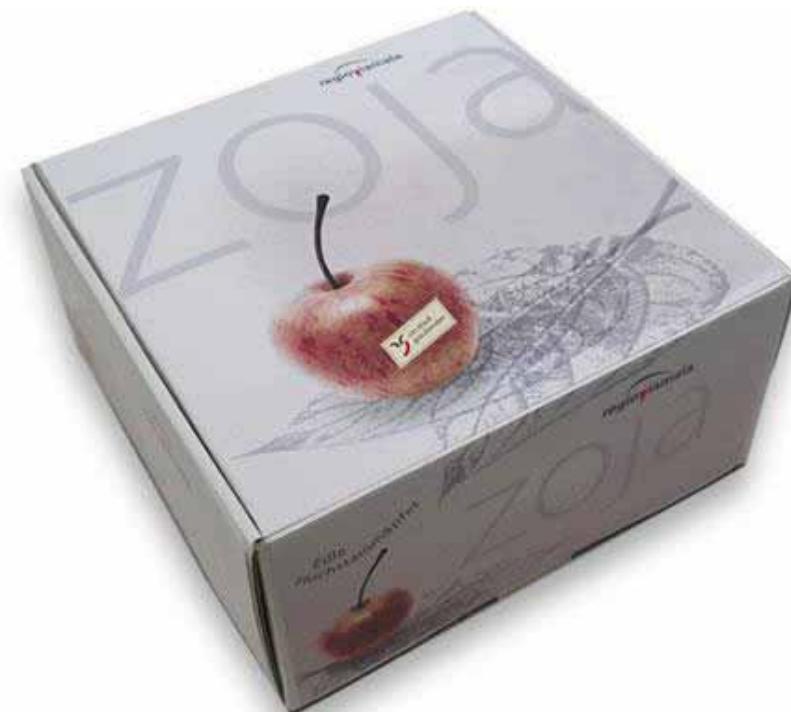
- Neue Lebensstile und Konsumtypologie
- LOHAS = Lifestyle of Health and Sustainability > konsumorientiert
- **Ökologische, ethische und soziale Werte als Zusatznutzen für den Kaufentscheid zunehmend wichtig**

Fachstelle für Tourismus &
Nachhaltige Entwicklung



regio viamala

zoja

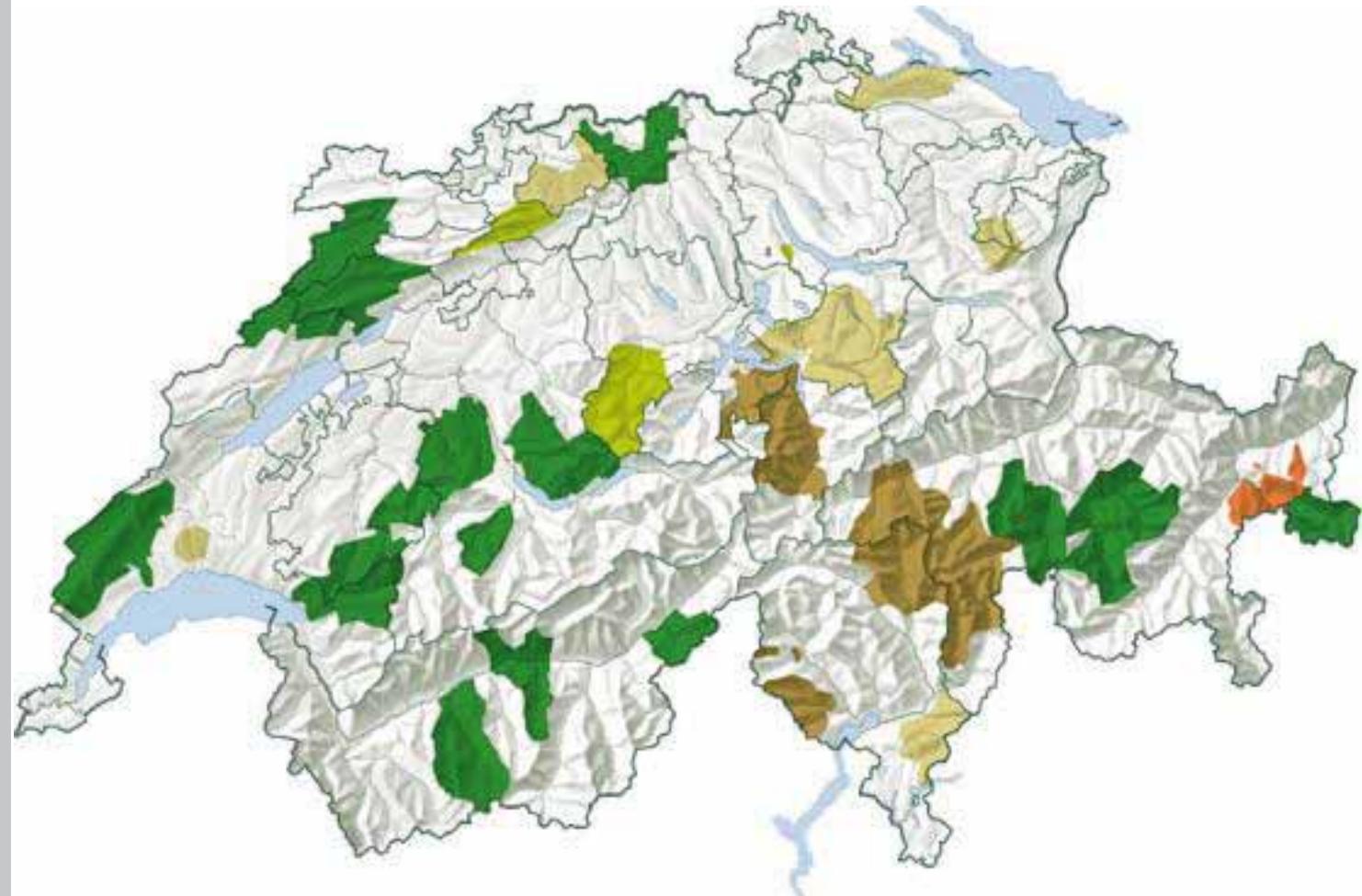


Wirtschaftsuniversität
Hochschule für Technik und Wirtschaft





Pärklandschaft Schweiz





Lech
Zürs ARLBERG

[deutsch](#) | [english](#) | [italiano](#) | [français](#)



VOR
ARL
BERG

werte ändern sich. alte gehen, neue kommen. luxusgüter werden abgelöst.
durch neue, wie raum und zeit. leisten Sie sich diesen luxus.



«Wertewandel» im Tourismus.

Der Luxus von Morgen ist das «gewachsene», verortete, substanzIELLE Produkt.

Das authentische Produkt spiegelt die gesellschaftlich-kontemplativen Sehnsüchte nach wahren Werten, wie Identität, Entschleunigung, Sicherheit, Ruhe & Stille.

Viele zukünftig im Tourismus nachgefragte Werte trägt der intakte Natur- und Kulturreaum. (Biodiversität)



Bsp. Klein und Fein von Graubünden Ferien

- Die «klein und fein»- Orte generieren in Graubünden ca. 15% der Logiernächte im Sommer –Tendenz steigend.
- Die peripheren Räume in Graubünden realisierten im Sommer 2007 ein Logiernächtevolumen von 935'000 LN, was etwa 35% aller Logiernächte in Graubünden entspricht – Tendenz steigend.
- Alle «klein und fein»- Orte konnten in den letzten Jahren Logiernächte gewinnen.
- Im Sommertourismus steckt noch zusätzliches Potenzial > Beispiel Splügen: Hotel-Logiernächte 2009 im Sommer (12'832) erstmals mehr als im Winter (10'722).



Ausgangslage vor Ort.

- Regionalpolitisch und ökonomisch für die Erhaltung der Natur- und Kulturwerte bedeutend!
(Legitimation für den Natur- und Kulturschutz!)

- Auch für die Nachhaltige Entwicklung?



Der Blick auf die Natur



Natur- und Kulturwerte als „Heile Heidi-Welt“ für die Freizeit und das gute Gewissen





Natur- und Kulturwerte als kommerzialisiertes Folklore- Erlebnis





Natur- und Kulturwerte aus der Perspektive der Verniedlichung > „Bambi Syndrom“ / „Schlachthaus-Paradox“

- „Problembär Bruno“





Kettensägen im Badeparadies

Der Wald am Triner Seeufer des Crestasees wurde gerodet

Die Badeidylle am Crestasee ist gestört. Am Triner Seeufer klafft eine grosse Lücke, nachdem im Februar und März rund 850 Bäume gefällt wurden.

● VON STEFAN BISCULM

Klares, fast türkis schillerndes Wasser eingebettet im Dunkelgrün des Waldes. Das ist der Crestasee bei Trin, wie ihn viele Badefreunde noch vom letzten Sommer her in Erinnerung haben. Am Wochenende, wenn das Wetter erstmals zum Baden einlädt und





Natur- und Kultur als unverstandene, idyllische Kulisse



Fachstelle für Tourismus &
Nachhaltige Entwicklung



Wirtschaftsuniversität
Hochschule für Technik und
Management





Thesen

Der gesellschaftliche Wandel führt zu erhöhter Sensibilität für die negativen Auswirkungen des Verbrauchs der natürlichen Ressourcen und allg. für die Bedeutung und die Erhaltung der Natur- und Kulturwerte.

Diese Sensibilität wird - wie mittlerweile alle unsere Lebensbereiche - kommerzialisiert, v.a. in die Freizeit ausgelagert und spiegelt sich im Konsum, im Lifestyle –
„Wir glauben zu sein, was wir kaufen!“
(Identitätsshopping)



Thesen

Die erhöhte Sensibilität beruht stark auf einem romantisch-idealisierten und „niedlichen“ Naturbild. Das beeinträchtigt oder verhindert die nachhaltige Entwicklung, weil die zentrale Bedeutung der Nutzung der Ressourcen, der Kulturlandschaft durch den Menschen nicht verstanden und ausgeblendet wird.

Insbesondere der Tourismus „arbeitet“ mit den Sehnsuchtslandschaften der Menschen und befriedigt das „LOHAS-Lifestyle-Bedürfnis“ durch inszenierte Natur-Erlebniswelten.



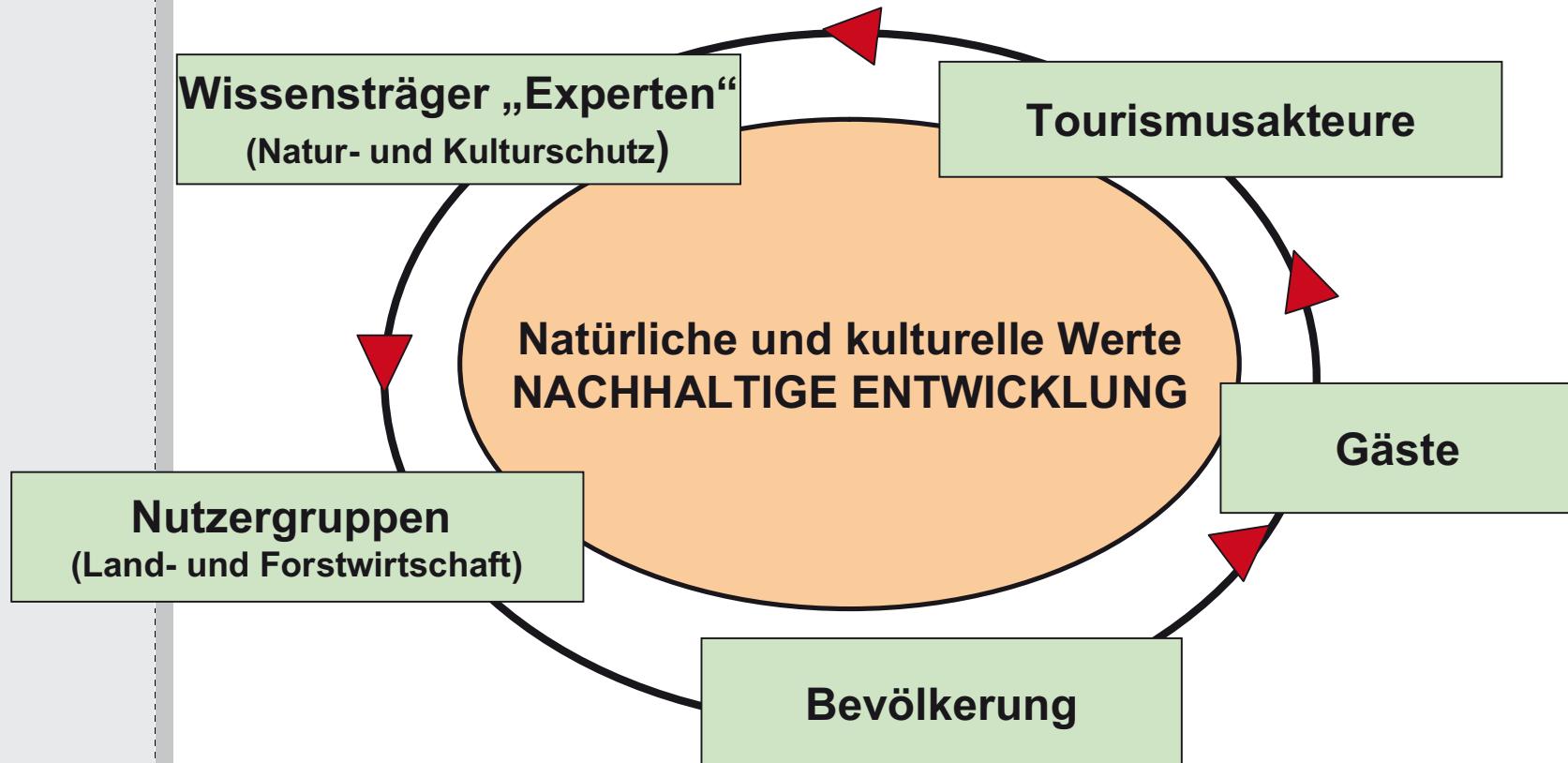
Lösungsvorschläge > Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Es sollte eine vertiefte transdisziplinäre Diskussion zwischen dem Tourismus, dem Natur- und Kulturschutz und weiteren „Nutzern“ (insb. Land- und Forstwirtschaft) über nachhaltige Entwicklung statt finden. Bis jetzt geschieht das zu wenig.

- **Der Tourismus** greift das Thema oft unreflektiert und rein kommerziell für die naturromantisch geprägte Bedürfnisbefriedigung der Nachfrager auf.
- **Der Natur- und Kulturschutz** transportiert in diesem Zusammenhang noch zu oft das moralische Bild des „bösen“ Menschen als Naturzerstörer.
- **Die „Nutzer“** betrachten die Nachhaltigkeit dafür zu technokratisch und blendet die handlungsleitenden Emotionen und Mythen der „unwissenden“ Erholungssuchenden aus.



Fachstelle Tourismus und Nachhaltige Entwicklung



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**Stefan Forster, Prof. (FH)
Leiter ZHAW Fachstelle
Tourismus & Nachhaltige
Entwicklung
Center da Capricorns
7433 Wergenstein**

Tel. 081 630 70 81

**Mail. stefan.forster@zhaw.ch
www.iunr.zhaw.ch/tne
www.capricorns.ch**

<http://www.youtube.com/watch?v=RIOiwg2iHio&feature=related>