

Bachelorarbeit

Finanzierungsmöglichkeiten von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus am Beispiel des Biosphärengebietes Schwäbische Alb



verfasst von

Franziska Steigenberger

**Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
(HfWU) Nürtingen-Geislingen**

**Fakultät Landschaftsarchitektur, Um-
welt- und Stadtplanung (FLUS)**



Bachelor-Studiengang Landschaftsplanung und Naturschutz

Finanzierungsmöglichkeiten von Landschaftspflege und
Naturschutz durch den Tourismus am Beispiel des
Biosphärengebietes Schwäbische Alb

Bachelorarbeit

von

Franziska Steigenberger

Anschrift: Uhlbacherstraße 48, 73733 Esslingen

E-Mail-Adresse: franzi.steig@gmx.de

Matrikel-Nr.: 211071

vorgelegt bei

Prof. Dr. sc. agr. Roman Lenz

Dr. sc. agr. Markus Röhl

Sommersemester 2015

eingereicht am: 05.05. 2015

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich:

1. dass ich meine Abschlussarbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe.
2. dass ich die Übernahme wörtlicher Zitate aus der Literatur sowie die Verwendung der Gedanken anderer Autoren an den entsprechenden Stellen innerhalb der Arbeit gekennzeichnet habe.

Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben wird.

Ich bin mir im Weiteren darüber im Klaren, dass die Unrichtigkeit dieser Erklärung zur Folge haben kann, dass ich von der Ableistung weiterer Prüfungsleistungen nach § 15 Abs. 4 SPO ausgeschlossen werden und dadurch die Zulassung zum Studiengang verlieren kann.

Nürtingen, den 05.05.2015,

.....

Franziska Steigenberger

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich allen danken, die mich während der Anfertigung dieser Bachelorarbeit unterstützt und motiviert haben.

Ich danke,

meinen Betreuern Herrn Prof. Dr. Roman Lenz und Herrn Dr. Markus Röhl für die fachliche Beratung und die Beantwortung meiner Fragen.

Frau Susanne Gessner, Herrn Achim Nagel und Frau Johanna Kulesa von der Geschäftsstelle des Biosphärengebiets Schwäbische Alb, für ihre Unterstützung und Anregungen sowie die Hilfestellung bei der Konzeption der Interviews.

meinen Interviewpartnern, die mir ihre Geduld und wertvolle Zeit liehen und dadurch die Grundlage dieser Arbeit lieferten.

meinen Eltern und meinen Freunden für Kritik, Aufmunterung, Geduld und die nötige Ablenkung während der letzten Monate, insbesondere Raphael für die „kulinarische Unterstützung“.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	III

Teil I

1 Einleitung.....	1
2 Wert und Inwertsetzung von Natur und Landschaft	4
2.1 Wert ökologischer Leistungen für die Gesellschaft und Ökonomie	4
2.2 Honorierung ökologischer Leistungen.....	5
3 Synergien zwischen Tourismus und Naturschutz	9
3.1 Leistungen von Landschaftspflege und Naturschutz für den Tourismus9	
3.2 Auswirkungen des Tourismus auf Landschaft und Natur	11
4 Finanzierungsmöglichkeiten von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus.....	13
4.1 Berechtigung der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismussektor	13
4.2 Finanzierungsmöglichkeiten auf internationaler und nationaler Ebene	15

Teil II

5 Vorstellung des Untersuchungsgebietes	23
5.1 Lage und Abgrenzung.....	23
5.2 Regionale Merkmale und Besonderheiten	24
5.3 Bedeutung der Kulturlandschaft.....	25
5.4 Die Schwäbische Alb als Erholungs- und Urlaubsregion	26
5.5 Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb.....	28
5.5.1 Die Partner-Initiative des Biosphärengebietes.....	30
6 Methodisches Vorgehen.....	31
6.1 Erläuterung der Vorgehensweise	31
6.2 Das leitfadengestützte Interview	31
6.2.1 Auswahl der Schlüsselpersonen als Interviewpartner	32
6.2.2 Aufbau des Leitfadens.....	39

6.2.3	Durchführung der Interviews	41
6.2.4	Methodik der Datenauswertung.....	42
7	Auswertung und Interpretation der Interviews.....	46
7.1	Stellenwert von Natur und Landschaft für den Tourismus im Biosphärengebiet Schwäbische Alb	46
7.2	Möglichkeiten der Umsetzung einer Naturtaxe	48
7.2.1	Einstellung gegenüber der Einführung einer Naturtaxe	48
7.2.2	Erwartete Reaktion der Touristen bei Einführung einer Naturtaxe	51
7.2.3	Förderung der Akzeptanz einer Naturtaxe.....	53
7.2.4	Rahmen einer Naturtaxe	55
7.2.5	Auswirkungen einer Naturtaxe auf andere tourismusrelevante Projekte am Beispiel des GeoPark Schwäbische Alb	56
7.3	Möglichkeiten weiterer verbindlicher Finanzierungsmodelle	57
7.3.1	Einschätzung und Meinungsbild zu Eintrittsgebühren	58
7.3.2	Einschätzung und Meinungsbild zu Nutzungsgebühren	59
7.4	Möglichkeiten einer Finanzierung auf freiwilliger Basis	62
7.4.1	Beurteilung freiwilliger Finanzierungsinstrumente	62
7.4.2	Vorschläge für freiwillige Finanzierungsinstrumente.....	65
7.4.3	Faktoren für den Erfolg freiwilliger Finanzierungsinstrumente.....	67
7.4.4	Einschätzung der Realisierbarkeit im Biosphärengebiet Schwäbische Alb	68
7.5	Weitere Finanzierungsmöglichkeiten	70
7.6	Verwendung der Finanzmittel	71
7.7	Analyse der Finanzierungsoptionen für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus im Biosphärengebiet Schwäbische Alb .	72
8	Vorschläge und Handlungsempfehlungen für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb.....	76
8.1	Möglichkeit 1 – Einführung einer Naturtaxe	76
8.2	Möglichkeit 2 – Einführung von Parkgebühren.....	78
8.3	Möglichkeit 3 – Einführung freiwilliger Finanzierungsmaßnahmen in Kombination mit verbindlichen Finanzierungsinstrumenten.....	81
8.4	Allgemeine Handlungsempfehlungen	84
9	Diskussion der Grenzen und möglichen Schwachstellen der Untersuchung.....	86
10	Fazit.....	88
11	Zusammenfassung	90

12 Quellen- und Literaturverzeichnis 92

Anhang

- I Anschreiben zur Anfrage der Interviewpartner
- II Vereinbarung zum Datenschutz für wissenschaftliche Interviews im
 Rahmen dieser Bachelorarbeit
- III Leerformen der Interview-Leitfäden
- IV Interviewprotokolle

Anmerkung:

Wird für die Bezeichnung von Personen in der nachfolgenden Ausarbeitung aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit lediglich die männliche Form verwendet, schließt dies Menschen aller Geschlechter jeweils mit ein.

Abkürzungsverzeichnis

BGSA	Biosphärengebiet Schwäbische Alb
BNatSchG	Bundesnaturschutzgesetz
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
CBD	Biodiversitätskonvention (Convention on Biological Diversity)
DOC	Department of Conservation New Zealand
FAKT	Förderprogramm für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl
ILF	Institut für Landschaft und Freiraum der Hochschule Rapperswil
LPR	Landschaftspflegerichtlinie
MAP	Aktionsplan von Madrid (Madrid Action Plan for Biosphere Reserves)
MEKA	Marktentlastungs- und Kulturlandschaftsausgleich
SAT	Schwäbische Alb Tourismusverband
SCI	Service Civil International
TEEB	TEEB-Initiative (The Economics of Ecosystems and Biodiversity)
UNCED	Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung (United Nations Conference on Environment and Development)
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (United Nations Educational, Scientific and Cultural Orga- nization)
UNWTO	Welttourismusorganisation (World Tourism Organization)
WWF	World Wildlife Fund For Nature

Abbildungsverzeichnis

Bei allen Abbildungen, die nicht mit einer Quellenangabe versehen sind, handelt es sich um eigene Aufnahmen.

Abb. Nr.	Titel	Seite
1	Aufbau der Arbeit	3
2	Lage der Schwäbischen Alb	23
3	Der Hohle Fels bei Schelklingen	24
4	charakteristischer Landschaftsquerschnitt nahe Münsingen	24
5	typische Wacholderheide auf der Schwäbischen Alb	25
6	Fahrradtourismus auf der Schwäbischen Alb	27
7	Willkommensschild am Eingang zum Biosphärengebiet	28
8	Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb	29
9	Gasthof Friedrichshöhle	34
10	Verkaufsraum der FLOMAX Naturmode Manufaktur	34
11	Rathaus Münsingen	35
12	Übersichtsdiagramm Einstellung zur Einführung einer Naturtaxe	49
13	Übersichtsdiagramm Einstellung zu Eintritts- oder Nutzungsgebühren	58
14	Übersichtsdiagramm Einstellung zu freiwilligen Finanzierungsinstrumenten	62
15	Übersicht möglicher Finanzierungsinstrumente auf freiwilliger Basis	67
16	Übersicht der Vorschläge für die Verwendung der Finanzmittel	72
17	Verkehrshinweis am Eingang des Großen Lautertals	79
18	Parkplatz in Wimsen (Gasthof Friedrichshöhle und Wimsener Höhle)	80
19	Souvenir-Medaillen Automat an der Wimsener Höhle	83

Tabellenverzeichnis

Bei allen Tabellen, die nicht mit einer Quellenangabe versehen sind, handelt es sich um eigene Darstellungen.

Tab. Nr.	Titel	Seite
1	Übersicht der Ergebnisse verschiedener Besucherbefragungen	15
2	Übersicht der Finanzierungsinstrumente	16
3	Übersicht der Interviewpartner	37
4	Übersicht der Analyseschritte	43
5	Vorschläge für Finanzierungsinstrumente auf freiwilliger Basis	65
6	Pro und Contra Argumente der Interviewpartner bezüglich der Einführung von Finanzierungsinstrumenten im BGSA	73

Teil I

1 Einleitung

„Die Bewahrung der Natur ist keine romantische Idee, sondern ein Gebot der Vernunft“ (FATHEUER 2014, S.19). Diese Worte veranschaulichen, dass die Ökosysteme der Erde die Grundlage des gesamten menschlichen Daseins bilden. Denn die Natur erbringt Tag für Tag Leistungen, die für das menschliche Leben von existenzieller Wichtigkeit sind (vgl. FATHEUER 2014).

Auch für das individuelle Wohlbefinden spielt sie eine zentrale Rolle, da das Bedürfnis nach Erlebnis, Erholung, Entspannung und Abwechslung vom Alltag für die Menschen eng mit Natur verknüpft ist. Das Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung (IÖR) erläutert, dass gerade Kultur- und Naturlandschaften mit einer hohen Vielfalt an Lebensräumen und Arten als außerordentlich attraktiv wahrgenommen werden und deshalb als Urlaubs- und Erholungsgebiete bei den Touristen besonders beliebt sind (vgl. IÖR 2014, S.5).

Die Erhaltung von Natur und Landschaft ist aus diesem Grund sowohl für die Touristen an sich, als auch für den touristischen Wirtschaftssektor von existenzieller Wichtigkeit (vgl. TEEB DE 2012).

Obwohl zwischen Tourismus und Naturschutz durchaus positive Wechselbeziehungen bestehen und beide Seiten voneinander profitieren können, verursacht der Tourismus auch maßgebliche Schäden an Natur und Landschaft. Dies ist vor allem bedingt durch die große Menge an benötigten Infrastruktureinrichtungen, sowie die oftmals intensive Nutzung der Landschaft und Störung der Lebensräume vieler Tier- und Pflanzenarten im Rahmen touristischer Aktivitäten (vgl. IÖR 2014). Ironischer Weise trägt der Tourismus also durch die Beeinträchtigung von Natur und Landschaft auch zur Gefährdung seiner eigenen Existenzgrundlage bei (vgl. LKN-SH/NATIONALPARKVERWALTUNG 2014).

Eine Wertschätzung in Form einer Honorierung von Landschaftspflege und Naturschutz wird von Seiten der Touristen und der Tourismusunternehmen dagegen nur in den seltensten Fällen erbracht. Definiert man die Natur aber als eine Erbringerin von Dienstleistungen, im Fall des Tourismus von einer attraktiven Landschaft, so ist dies etwas, für das laut ökonomischen Regeln eigentlich bezahlt werden müsste. Gerade auch dann, wenn andere Menschen Kosten und Aufwand stemmen müssen, um die Ökosysteme intakt zu halten (vgl. FATHEUER 2014).

Deshalb wird im ersten Teil der vorliegenden Arbeit auf Grundlage von Literaturrecherche und der Auswertung aktueller Fallbeispiele erörtert, inwieweit ein solcher Anspruch auf finanzielle Unterstützung durch den Tourismussektor von Seiten des Naturschutzes und der Landschaftspflege besteht.

Weiterführend wird ein Überblick gegeben, welche Möglichkeiten einer finanziellen Honorierung von Naturschutz und Landschaftspflege durch den Tourismus auf internationaler Ebene und in Deutschland existieren.

Im zweiten, anwendungsorientierten Teil wird auf die Möglichkeiten der Umsetzung von Finanzierungsinstrumenten speziell in Bezug auf das Biosphärengebiet Schwäbische Alb eingegangen.

Gerade Biosphärenreservate stellen geeignete Untersuchungsgebiete für eine Mitfinanzierung der Erhaltung des Struktur- und Artenreichtums der Landschaft durch den Tourismus dar. Denn derartige Konzepte werden durch den im Jahr 2008 beschlossenen Madrid Action Plan for Biosphere Reserves (MAP, deutsch: Aktionsplan von Madrid) unterstützt. Dieser beinhaltet unter anderem den Vorschlag, im Rahmen der Bildung und Verbesserung von Partnerschaften, den Tourismussektor an der Finanzierung der Erhaltung von Natur und Landschaft zu beteiligen (vgl. UNESCO 2008, S. 25).

Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb weist darüber hinaus auch in seinem Rahmenkonzept explizit auf diese Möglichkeit der Unterstützung als wünschenswerte Maßnahme hin. Unter den Entwicklungszielen des Themenfelds Naturschutz steht diesbezüglich vermerkt: „*Kurtaxe/Fremdenverkehrsabgabe/-umlagen für Schutz, Pflege und Entwicklung von Kultur- und Naturschutzleistungen systematisch etablieren*“ (BIOSPHÄRENGEBIET SCHWÄBISCHE ALB RAHMENKONZEPT o.J. a, S. 40).

Angesichts dessen wird das Hauptaugenmerk des zweiten Teils der Arbeit auf die Untersuchung der Sinnhaftigkeit und Realisierbarkeit der Finanzierung von Landschaftspflegemaßnahmen und Naturschutzprojekten durch eine sogenannte Naturtaxe, Eintritts- beziehungsweise Nutzungsgebühren oder im Rahmen von Finanzierungsmodellen auf freiwilliger Basis gelegt.

Dies geschieht auf Basis der Auswertung, Analyse und Interpretation von selbst durchgeführten Interviews mit verschiedenen Stakeholdern.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass im Rahmen dieser Bachelorarbeit keine quantitative Erhebung der Zahlungsbereitschaft der Touristen für die Erhaltung der Landschaft und Natur im Urlaubsgebiet durchgeführt wurde. Vielmehr fokussiert sie sich auf die Meinung und Einschätzung der betroffenen Akteure im Biosphärengebiet Schwäbische Alb gegenüber solchen Finanzierungsmaßnahmen und ihre Gründe dafür. Denn dies stellt die nötige Basis für eine erfolgreiche Vernetzung der beteiligten Branchen im Gebiet und damit auch für die Einführung von Finanzierungsmaßnahmen dar.

Anzumerken ist, dass zu dieser Thematik bislang nur wenige Praxisbeispiele und nicht viel Literatur existieren. Die nachfolgenden Ausarbeitungen sollen deshalb einen Beitrag zu der kaum vorhandenen Forschung in diesem Bereich

leisten. Insbesondere das Biosphärengebiet Schwäbische Alb soll dabei unterstützt werden, seinen Zielen bezüglich der Beteiligung des Tourismus an der Erhaltung von Landschaft und Natur sowie den konkreten Aufrufen des MAP zu entsprechen.

Der Aufbau der Arbeit wird in der folgenden Graphik nochmals zur Übersicht veranschaulicht:

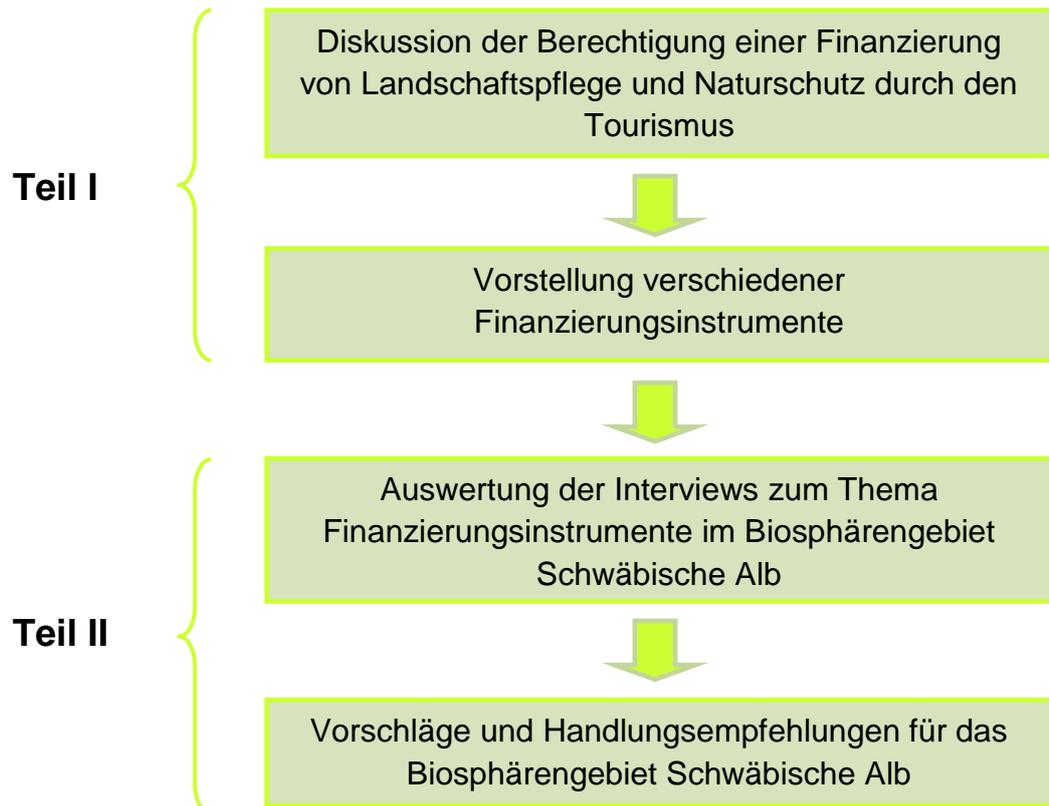


Abb. 1: Aufbau der Arbeit

2 Wert und Inwertsetzung von Natur und Landschaft

„Natur ist ein Kapital, das sich zu erhalten lohnt.“
(MEMORANDUM VON BAUMGÄRTNER ET.AL. 2009, S.1)

2.1 Wert ökologischer Leistungen für die Gesellschaft und Ökonomie

Unter biologischer Vielfalt (auch Biodiversität) wird das Leben auf der Erde in all seiner Vielgestaltigkeit verstanden. Sie umfasst sowohl die Vielfalt an Ökosystemen, als auch die Vielfalt an Tier- und Pflanzenarten und die genetische Vielfalt innerhalb der unterschiedlichen Arten.

Auf Grundlage der Biodiversität und der Leistungen von Natur und Landschaft ist sowohl das menschliche Leben im Allgemeinen als auch die Wirtschaft begründet. Denn Natur und Landschaft erbringen sowohl in wirtschaftlicher, materieller, gesundheitlicher als auch psychischer Hinsicht einen mannigfaltigen und existenziellen Nutzen für den Menschen (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2012; MLR 2014b).

Zu diesen sogenannten Ökosystemdienstleistungen gehört beispielsweise das Potential der Biodiversität für die Erforschung neuer Medikamente. Ebenso fungiert die Natur als genetische Ressource für die Nahrungsmittelproduktion und als Vorbild bei der Entwicklung technischer Neuerungen. Auch diverse Schutzfunktionen, wie beispielsweise natürliche Auenwälder erfüllen, die die Hochwassergefahr für angrenzende Siedlungsräume mindern, werden durch die Natur bereitgestellt.

Bei der Nutzung von Natur und Landschaft für die Erholung trägt die biologische Vielfalt nicht nur zu einer gesteigerten Lebensqualität bei, sondern auch zur Bereitstellung von Arbeitsplätzen in der Tourismusbranche, insbesondere innerhalb von Schutzgebieten (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2012; MLR 2014b).

Auf Basis dessen stellen Ökosystemdienstleistungen neben dem Humankapital und dem Sachkapital ein drittes existenzielles Standbein für die Funktionsfähigkeit und das Wohlbefinden der menschlichen Gesellschaft dar, das wertvoll ist und somit als Naturkapital betrachtet werden kann (vgl. ebd.).

Neben der moralischen Verpflichtung und existenziellen Notwendigkeit, die Natur um ihrer selbst willen und als Lebensgrundlage zu schützen, kann deshalb auch diese ökonomische Sicht auf den monetären Wert der Natur als Kapital ein wichtiger Ansatz sein, um die gesamte Dimension des Wertes der Ökosystemdienstleistungen für die menschliche Gesellschaft zu erfassen (vgl. TEEB o.J., online). Denn die akute Bedrohung der notwendigen Prozesse und Funkti-

onen für die Produktion des Naturkapitals durch menschliches Eingreifen bringt zwangsläufig auch höhere Kosten für die Gesellschaft mit sich, weshalb sich Erhaltung und Schutz von Natur und Landschaft auch rein aus ökonomischer Sicht lohnen (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2012).

Dies wird ebenfalls in dem von verschiedenen Wissenschaftlern unterzeichneten Memorandum „Ökonomie für den Naturschutz“ deutlich gemacht: *„Ökonomisch gesehen ist Natur ein Vermögen, das es zu erhalten gilt. Soll Naturvermögen an zukünftige Generationen weitergegeben werden, so gilt ebenso wie für menschengemachtes, technisches Kapital: Wir müssen von den Zinsen leben und dürfen es nicht verzehren“* (MEMORANDUM VON BAUMGÄRTNER et al. 2009, S.5).

Auch die internationale TEEB-Studie (The Economics of Ecosystems and Biodiversity), deren Ergebnisse zwischen 2008 und 2011 veröffentlicht wurden und welche sich mit dem Nutzen der Biodiversität auf wirtschaftlicher Ebene und den Kosten des Verlustes der ökologischen Vielfalt auseinandersetzt, bekräftigt diese Aussage (vgl. TEEB o.J., online).

Der Wert dieses Naturkapitals für den Menschen wird jedoch trotzdem oftmals nicht wahrgenommen, sondern als selbstverständlich angesehen. Grund hierfür ist die scheinbar freie Verfügbarkeit der Leistungen, welche die Natur Tag für Tag erbringt. Trotz Gesetzesgrundlagen zum Schutz der Natur werden deren Leistungen von der Gesellschaft und der Wirtschaft also nicht in angemessenem Maße anerkannt und berücksichtigt (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2012; MLR 2014b). Diese Problematik wird sehr gut in den folgenden Worten von Tenzin Gyatso, des vierzehnten Dalai Lama von Tibet, deutlich: *„Das Vorhandensein von reiner Luft und sauberem Wasser, das alljährliche Reifen des Getreides, die Verfügbarkeit von Rohstoffen, das alles sehen wir als selbstverständlich an. Wir wissen, dass all diese Ressourcen begrenzt sind, aber da wir nur an unsere eigenen Ansprüche denken, verhalten wir uns so, als seien sie es nicht“* (Grußwort des Dalai Lama in MACY & BROWN 2011, S. 13).

2.2 Honorierung ökologischer Leistungen

Die Erhaltung der Natur als gesamtgesellschaftliche moralische Pflicht gegenüber kommenden Generationen ist als ethisches Ziel sowohl in der nationalen Gesetzgebung als auch in verschiedenen Abkommen auf internationaler Ebene verankert (vgl. MEMORANDUM VON BAUMGÄRTNER et al. 2009, S.5).

Ein Beispiel hierfür stellt der § 1(1) des Bundesnaturschutzgesetzes (BNatSchG) dar. Hierin wird festgelegt, dass Natur und Landschaft *„(...) auf Grund ihres eigenen Wertes und als Grundlage für Leben und Gesundheit des Menschen auch in Verantwortung für die künftigen Generationen (...)“* zu schüt-

zen sind. Schutz umfasst in diesem Fall auch die Pflege, Entwicklung und Wiederherstellung von Natur und Landschaft (vgl. BNATSCHG, Stand 2013).

Auf internationaler Ebene kommt der Convention on Biological Diversity (CBD), welche im Jahr 1992 auf der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung (UNCED) in Rio de Janeiro beschlossen wurde, eine entscheidende Rolle zu. Die inzwischen 193 Mitgliedsstaaten (Stand: August 2012) dieses Übereinkommens haben das Bestreben, die biologische Vielfalt für möglichst viele Menschen der heutigen und nachfolgenden Generationen als Lebensgrundlage zu schützen und zu erhalten (vgl. CBD o.J., online; BFN o.J., online).

Trotz allem bietet die Frage nach der finanziellen Honorierung der Bereitstellung beziehungsweise Erhaltung von ökologischen Leistungen einigen Raum für Diskussionen und wird unterschiedlich beantwortet.

Viele Autoren sind sich einig (vgl. HOFREITHER 1993; REITER 1993), dass ein Umweltgut nur dann einen Preis hat und dementsprechend finanziell zu honorieren ist, wenn es auch ein knappes Gut ist. Dies äußert sich insbesondere in Bezug auf die Erhaltung und Pflege der Kulturlandschaft.

Unter Kulturlandschaft wird eine Landschaft verstanden, die auf Grund von Nutzung und Gestaltung durch den Menschen entstanden ist. KONOLD und REIDL bekräftigen: „*Kulturlandschaften sind Nutzlandschaften; Nutzung macht die Naturlandschaft zur Kulturlandschaft*“ (KONOLD & REIDL 2006, S.45).

Kleinräumig strukturierte, vielfältige Kulturlandschaften sind aus naturschutzfachlicher Perspektive von großer Wichtigkeit und haben darüber hinaus einen hohen ästhetischen und sozialen Wert. Ohne fortlaufende Nutzung durch den Menschen würden Landschaftsformen wie Streuobstwiesen, Kalkmagerrasen oder Wacholderheiden diese Werte schnell wieder verlieren.

Jedoch sind nicht diese Eigenschaften, wie Schönheit und ökologische Wertigkeit, der eigentliche Grund für die Entstehung von Kulturlandschaft, sondern existentielle Notwendigkeiten. Denn die Formung der Kulturlandschaft im Lauf der Geschichte war für die Erfüllung menschlicher Bedürfnisse unabdingbar und erfolgte im Rahmen der jeweiligen gestalterischen und technischen Mittel (vgl. ebd.).

Hierauf basiert die Argumentation, dass die Erhaltung und Pflege der Kulturlandschaft und ihrer wertvollen Eigenschaften ein bloßes Kuppelprodukt beziehungsweise Nebenprodukt der Landwirtschaft sei und im Rahmen derer in genügend großer Menge anfallt. Demzufolge gebe es keine ausreichende Begründung, weshalb man für die Bewahrung der Kulturlandschaft zusätzlich bezahlen sollte (vgl. REITER 1993, S.30 f.).

Dies trifft aber in der heutigen Zeit zunehmend nicht mehr zu, da die Landwirtschaft in ihrer jetzigen Dimension und unter den aktuellen agrarpolitischen Bedingungen nicht mehr mit den Bedürfnissen der traditionellen Kulturlandschaft übereinstimmt. Aus diesem Grund kann sie keinen ausreichenden Beitrag zur Erhaltung der Kulturlandschaft leisten, ohne finanzielle Einbußen zu verzeich-

nen. Eine extensive und damit naturverträgliche Bewirtschaftung von Standorten wird längerfristig nicht aufrecht erhalten werden, wenn sie sich nicht mehr lohnt (vgl. BAUR 2006). Felix Prinz zu Löwenstein, der Vorsitzende des Bunds Ökologische Lebensmittelwirtschaft erläutert beispielsweise, dass aktuell viele kleinere Öko-Landbau-Betriebe auf konventionelle Landwirtschaft rückumstellen müssten, da sie auf dem Pachtmarkt finanziell nicht mehr mit der Konkurrenz der Biogasanlagen mithalten könnten (vgl. RICHTER 2015, S.25).

Um eine nachhaltige Bewahrung der Biodiversität unter heutigen Bedingungen realisieren zu können ist deshalb ein wirtschaftliches Konzept von Nöten, welches auf dem Prinzip aufbaut, ökonomische Anreize für naturschutzkonforme Bewirtschaftungsweisen zu setzen. Wer mit Rücksicht auf die Erhaltung der biologischen Vielfalt wirtschaftet, sollte dadurch keine Wettbewerbsnachteile erhalten, sondern im Gegenteil wirtschaftlich dafür belohnt werden (vgl. VOGTMANN, Vorwort in HAMPICKE et al. 2006).

Aus diesem Grund wird die Erhaltung der Biodiversität durch eine naturschutzkonforme Landbewirtschaftung auch in Form verschiedener staatlicher Förderungen monetär unterstützt. Als wichtigste Elemente für Baden-Württemberg sind hierbei die Landschaftspflegerichtlinie (LPR), das Programm Marktentlastungs- und Kulturlandschaftsausgleich (MEKA) und sein Nachfolgemodell, das Förderprogramm für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl (FAKT) zu nennen (vgl. MLR 2014a). Darüber hinaus leisten auch viele weitere Fördermittel, sowohl auf internationaler Ebene als auch von Seiten der nationalen Regierungen, einen Beitrag zum Schutz von Natur und Landschaft. Ebenso tragen Natur- und Umweltschutzorganisationen in entscheidendem Maße zur Erhaltung der biologischen Vielfalt bei. Dabei werden sie allerdings wiederum meistens durch öffentliche Finanzmittel unterstützt.

Trotz alledem liegt jedoch die Problematik vor, dass die bisherigen traditionellen Förderungen von Naturschutz und Landschaftspflege durch öffentliche Gelder nicht ausreichend sind. Dies zeigt sich insbesondere darin, dass weltweit betrachtet die meisten Schutzgebiete an einer Unterfinanzierung leiden. So besteht eine deutliche Notwendigkeit, neue Finanzierungsmöglichkeiten für die Erhaltung von Natur und Landschaft als Ergänzung zu den bestehenden Fördermitteln zu finden (vgl. EMERTON et al. 2006; WWF DEUTSCHLAND 2014).

Für die Erschließung weiterer Möglichkeiten zur Honorierung ökologischer Leistungen neben staatlichen Subventionen aus Steuergeldern stellt sich insbesondere eine entscheidende Frage:

Sollte die Erhaltung von Natur und Landschaft nicht auch verstärkt von denjenigen getragen werden, welche von ihnen am meisten in direkter Weise profitieren beziehungsweise welche die größten Belastungen verursachen? (vgl. WÖHLER 2002)

Eine hierbei auftretende Schwierigkeit basiert auf den Eigenschaften von Natur und Landschaft als einem Kollektivgut beziehungsweise öffentlichem Gut. Dies

bedeutet, dass sie für alle da sind und niemand zu vertretbaren Kosten von ihrem Genuss ausgeschlossen werden kann. Genauso besteht bei öffentlichen Gütern keine Rivalität im Konsum. Beispielsweise können Touristen Blumenwiesen oder einen schönen Ausblick genießen, ohne dass sie dadurch den Genuss der anderen Touristen mindern oder sie davon ausschließen würden.

Jedoch gilt dies meistens nur bis zu einem gewissen Grad. Ab einer bestimmten Nutzungsintensität, in diesem Beispiel wenn die Anzahl der Touristen ein sehr hohes Maß erreicht, kommt es zu Übernutzungserscheinungen, durch welche der Genussfaktor wieder absinkt (vgl. SAMUELSON 1954 in HAMPICKE 1991).

In Bezug auf die Finanzierung der Erhaltung von Natur und Landschaft durch ihre direkten Nutzer bedeuten die Eigenschaften als Kollektivgut, dass viele Nutzer in der Erwartung, dass andere für die Erhaltung des öffentlichen Guts bezahlen werden, ihre eigene Zahlungsbereitschaft zurückhalten. Dies führt zum Problem der Entstehung von sogenannten „Trittbrettfahrern“ oder „Free Riders“ (vgl. HAMPICKE 2000).

3 Synergien zwischen Tourismus und Naturschutz

„Naturschutz und Tourismus stehen in einem komplexen und von starken Wechselwirkungen geprägten Verhältnis zueinander.“

(RUPF 2009, S.2)

3.1 Leistungen von Landschaftspflege und Naturschutz für den Tourismus

Nach der Welttourismusorganisation UNWTO wird Tourismus wie folgt definiert: Reisen von Personen zu Ländern oder Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes, welche nicht länger als ein Jahr andauern und aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven unternommen werden, die nicht in Verbindung mit der Ausübung einer bezahlten Tätigkeit am besuchten Ort stehen (vgl. UNWTO o.J., online).

Gerade der Tourismus ist ein Bereich, der in besonderem Maße auf direkte Weise von der Bewahrung einer intakten Natur und Landschaft profitiert.

Natur und Landschaft des Reiseziels haben einen äußerst hohen Stellenwert bei der Wahl des Urlaubsortes, wodurch die „Umwelt“ ein erstrangiger Produktionsfaktor und eine existenzielle Kapitalgrundlage für die Anbieter touristischer Angebote ist (vgl. TSCHURTSCHENTHALER 2002; NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2012).

Die Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt in Deutschland betont, dass der Tourismus auf eine schöne und intakte Natur und Landschaft angewiesen ist und damit auch viele der weltweit rund 255 Millionen im Fremdenverkehr Beschäftigten von deren Bewahrung abhängig sind (vgl. BMU 2007, S.13). Selbiges gilt demnach auch für große Teile des finanziellen Gewinns, der aus der Tourismuswirtschaft resultiert. Allein der deutsche Tourismussektor erwirtschaftete 2010 eine direkte Bruttowertschöpfung von fast 100 Milliarden Euro, was einem Anteil von 4,4 % an der gesamten Bruttowertschöpfung Deutschlands gleichkommt (vgl. BMWi 2012, S.117).

Ebenso profitieren die Touristen selbst, für die oftmals das Erlebnis von Natur und Landschaft im Vordergrund ihrer Reise steht, in direkter Weise von der Erhaltung der Umwelt im Urlaubsgebiet (vgl. REVERMANN & PETERMANN 2003). Denn das Bedürfnis nach Naturnähe und „Freizeit im Grünen“ spielt eine zunehmend größere Rolle in der Gesellschaft (vgl. GARBE et al. 1998). Umwelttouristische Angebote erfreuen sich einer steigenden Nachfrage und aus Umfragen geht hervor, dass Naturerlebnis für über 50 % der Deutschen ein wichtiges Motiv für die Wahl ihres Urlaubsziels ist (vgl. MLR 2014b).

Als Erholungsgebiete beliebte Landschaftsräume zeichnen sich meist durch eine besonders hohe Biodiversität aus. Dies bedeutet, dass vielfältige Standort-

bedingungen vor Ort vorherrschen, was wiederum eine große Vielzahl an verschiedenen Lebensräumen für unterschiedliche Tier- und Pflanzenarten herbeiführt.

Neben der enormen ökologischen Wertigkeit solcher Standorte bringt eine hohe biologische Vielfalt auch zahlreiche positive Eigenschaften für die Touristen mit sich. Als intakt empfundene Natur- und Kulturlandschaften werden meist durch ein Mosaik an verschiedensten Elementen wie Offenlandbereichen, Wald- und Weideflächen, Ackergebieten sowie Gewässern geprägt und sind dadurch besonders abwechslungsreich und optisch ansprechend (vgl. IÖR 2014). Dies deckt sich bei einigen Besuchern mit ihrem persönlichen Empfinden von Idylle. Darüber hinaus zeichnen sich ländliche Regionen für viele Urlauber, insbesondere für Menschen aus städtischen Regionen, durch den Aspekt der „Ruhe“ als Gegenpol zu Lärm, Stress und Hektik im Alltag aus. Das Eintauchen in die Natur und die Distanz zur Stadt bieten daher eine zentrale Möglichkeit für Erholung und Entspannung (vgl. GRIMM et al. 2012).

Naturnahe Landschaften mit einer hohen Biodiversität werden folglich sowohl von Seiten der einheimischen Bevölkerung als auch von Besuchern oft als äußerst attraktiv empfunden und sind als Urlaubsregionen besonders beliebt (vgl. LINDEMANN-MATTHIES 2010, online). Neben dem optischen Reiz einer vielfältigen Landschaft spielt diese auch deshalb eine so große Rolle für den Tourismus, weil sie beste Grundvoraussetzungen für viele Freizeitaktivitäten, wie wandern, Rad fahren, Nordic Walking, schwimmen, klettern sowie Ski- und Snowboardfahren bietet. Sportliche Betätigungen in der Natur haben durch die Anregung von Körper und Sinnen auch eine positive Wirkung auf die Gesundheit und erfüllen hiermit ebenfalls wichtige Leistungen im Bereich der Erholung (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2012).

Die Wichtigkeit dieser Qualitäten von Natur und Landschaft für die Touristen wird auch durch ein Besuchermonitoring im Osterzgebirge, einer landschaftlich reizvollen Mittelgebirgsregion beiderseits der deutsch-tschechischen Grenze, aus dem Jahr 2012 bestätigt. Rund 85 % der befragten Touristen gaben an, dass ihr Aufenthalt im Osterzgebirge vor allem den Zweck habe, die attraktive Natur und Landschaft vor Ort zu erleben. Für 70 % war die Erfahrung von Ruhe und Erholung in der Natur Priorität und 40 % nutzten ihren Besuch insbesondere zur Ausübung sportlicher Aktivitäten (vgl. CLIVAZ et al. 2013).

Des Weiteren gibt es auch einen gewissen Anteil an Touristen, welche ihre Urlaubsregionen ganz gezielt wegen der vor Ort herrschenden biologischen Vielfalt aussuchen, um dort beispielsweise die Vogelwelt beobachten oder geschützte und seltene Pflanzenarten suchen. Aber selbst für Besucher mit weniger Artenkenntnis können attraktive Tier- und Pflanzenarten, welche ein herausstellendes Merkmal für eine Region darstellen, einem Urlaubsort zusätzliche Attraktivität verleihen und damit identitätsstiftend wirken.

Auch alte Haustierrassen sowie für die Region typische Obst- und Gemüsesorten, die zur Vermarktung von regionalen Produkten verwendet werden, spielen zunehmend eine Rolle als Tourismusmagnet für viele Gebiete (vgl. IÖR 2014).

Auf der Grundlage dieser Aspekte kann nochmals bekräftigt werden, welchen hohen Stellenwert Natur und Landschaft sowohl als Kapitalgrundlage für die Tourismuswirtschaft als auch für die Freizeitgestaltung, Erholung und Gesundheit der Touristen haben (vgl. CLIVAZ et al. 2013).

3.2 Auswirkungen des Tourismus auf Landschaft und Natur

Obwohl der Tourismus, wie im vorangehenden Abschnitt erläutert, auf eine intakte Natur und Landschaft angewiesen ist, stellt er gleichzeitig oftmals eine große Belastung für diese dar (vgl. BfN 1997 in VII Einführung ; IÖR 2014).

Gerade naturnahe Landschaften sind auf Grund ihrer hohen Attraktivität einem zunehmend starken Strom an Besuchern ausgesetzt, der Umweltbelastungen und Umweltschäden verschiedenster Art für diese Gebiete zur Folge hat (vgl. GARBE et al. 1998). Allein die Anwesenheit von Menschen in ökologisch sensiblen Gebieten führt zur Beeinträchtigung dort ansässiger, störungsempfindlicher Arten (vgl. JEDICKE 2010). Neben der Störung der Lebensräume vieler Tiere verursachen insbesondere intensiv ausgeübte Sport- und Freizeitaktivitäten auch oftmals Trittschäden an der Vegetation (vgl. Ö.T.E. 2011).

Eine weitere schwere Belastung der Natur- und Kulturlandschaft in Tourismusgebieten erfolgt durch den Ausbau der Infrastruktur (vgl. IÖR 2014; MRL 2014). Zur touristischen Infrastruktur gehören neben der Gastronomie- und Beherbergungsinfrastruktur auch Elemente wie beispielsweise Skipisten, Freizeitparks, Badeanstalten an Gewässern, sowie Schwimmbäder, Seilparks und Golfplätze (vgl. ILF 2014). Damit einhergehende Probleme sind unter anderem die Zerstörung von Landschaftsräumen durch Flächenversiegelung und Zerschneidung (vgl. Ö.T.E. 2011), wie auch die Problematik von Wasserverbrauch und Gewässerbelastungen (vgl. JEDICKE 2010).

Auch die Mobilität vor Ort im Urlaubsgebiet verursacht Bodenverbrauch und verkehrsbedingte Emissionen. Darüber hinaus kommt es in vielen Fällen zu einer negativen Beeinflussung des Landschaftsbildes und zu einer Reduzierung des Lebensraums von wildlebenden Arten durch die Verkehrsinfrastruktur. Und schon bevor die Touristen an ihrem eigentlichen Urlaubsort ankommen, beeinträchtigt der durch die Anreise bedingte Energieverbrauch die Umwelt auf negative Weise (vgl. ILF 2014).

Der Tourismus kann aber durchaus auch positive Auswirkungen auf den Naturschutz haben und ihm auf vielfältige direkte und indirekte Art dienen. Dies gilt

vor allem für möglichst natur- und umweltverträglich gestaltete Tourismusformen. Positive Wechselwirkungen kommen beispielsweise bei vielen erfolgreichen Kooperationen zwischen dem Tourismussektor und Schutzgebieten wie National- und Naturparken oder Biosphärenreservaten zu Stande (vgl. Ö.T.E. 2011).

Außerdem sind viele Menschen gerade während ihres Urlaubs verstärkt für Naturerlebnis und Angebote der Umweltbildung zugänglich und lassen sich hierdurch besser für Naturschutzthemen begeistern (vgl. ebd.). Insbesondere auch die aktive Vermarktung der attraktiven Landschaft im Urlaubsgebiet durch den Tourismus macht die Besucher auf den Wert der Natur aufmerksam und gibt Antrieb, diese zu schützen und zu pflegen (vgl. BUSHELL & EAGLES 2007 in RUPF 2009; MLR 2014b). Gleichzeitig hat das Vermitteln des Wertes von Natur und Landschaft in Verbindung mit der lokalen und kulturellen Identität des Urlaubsortes durch den Tourismus den Effekt, dass auch bei der ansässigen Bevölkerung die Akzeptanz von Landschaftspflege- und Naturschutzmaßnahmen gestärkt wird (vgl. BUSHELL & EAGLES 2007 in RUPF 2009).

Und auch als Wirtschaftsfaktor kann sich der Tourismus positiv auf die Anerkennung des Naturschutzes durch die Menschen vor Ort auswirken. Ein gutes Beispiel hierfür betrifft die Ausweisung von Schutzgebieten. Ohne den wirtschaftlichen Profit durch den Tourismussektor für die Region wäre es schwer, eine positive Einstellung der ortsansässigen Bevölkerung zur Unterschutzstellung ihrer Umgebung zu erreichen (vgl. AUBE 2003).

4 Finanzierungsmöglichkeiten von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus

„Neben dem Tourismussektor selbst kann und sollte auch der individuelle Tourist aktiv zum Schutz der Natur in Schutzgebieten beitragen.“
(WWF Deutschland (Hrsg.) 2014, S.8)

4.1 Berechtigung der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismussektor

Trotz der positiven Auswirkungen, welche der Tourismus auf die Erhaltung von Natur und Landschaft haben kann, geht aus der Schweizer Studie „Biodiversität und Tourismus – Finanzierungsinstrumente im Tourismus zur Förderung der Biodiversität und Landschaft“ des Instituts für Landschaft und Freiraum (ILF) der Hochschule Rapperswil hervor, dass der negative Einfluss des Tourismussektors auf die Biodiversität dennoch stärker ist (vgl. ILF 2014, S. 32).

Denn bisher haben sowohl der Wirtschaftszweig Tourismus als auch die Touristen selbst von Natur und Landschaft als einem öffentlichen Gut kostenlos profitiert, obwohl deren Erhaltung durchaus Kosten und Aufwand, vor allem auf Seiten der Landwirtschaft und der Landschaftspflege, verursacht. Nach Aussage von TSCHURTSCHENTHALER hat dies den Tourismus auf den schon vorangehend (siehe Kapitel 2.2) erläuterten Status eines „Trittbrettfahrers“ gerückt (vgl. TSCHURTSCHENTHALER 2002).

Lange Zeit hat dieses Konzept auch problemlos funktioniert. Da vom Konsum öffentlicher Güter niemand ausgeschlossen werden kann, gab es keine Anreize, warum der Tourismus einen Beitrag zur Erhaltung von Landschaft und Umwelt leisten beziehungsweise die Kosten für die durch ihn verursachten Umweltschädigungen übernehmen sollte. Auf Seiten der Anbieter touristischer Angebote würde dies eine Beeinträchtigung ihrer finanziellen Gewinne darstellen und der Tourist würde irrational handeln, wenn er scheinbar grundlos auf seine bequeme Position als „Trittbrettfahrer“ verzichtete (vgl. WÖHLER 2002).

Weiterhin herrschte um den Konsum natürlicher Ressourcen auf Grund geringer touristischer Nachfrage über einen langen Zeitraum hinweg praktisch keine Konkurrenz. Mit der zunehmenden Knappheit der natürlichen Ressourcen und dem Wachstum der Tourismusbranche hat sich dies jedoch gewandelt. Auch in Tourismuskreisen verstärkt sich das Bewusstsein dahingehend, dass bei weiterem Trittbrettfahren das Abbrechen des Trittbretts droht (vgl. TSCHURTSCHENTHALER 2002).

Diese Problematik wird besonders durch das Phänomen des modernen Massentourismus offensichtlich. Gigantische Hotelkomplexe und überfüllte

Strände mit Tausenden von Touristen führen klar vor Augen, in welchem Maße Natur und Landschaft durch den Tourismus beansprucht werden.

Durch Förderung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung wird versucht, diese negativen Einflüsse des Tourismus auf die Umwelt zu entschärfen und eine Kooperation der beiden Bereiche zu erreichen (vgl. SPITTLER o.J.). Nachhaltiger Tourismus kann als eine Tourismusform definiert werden, deren Anspruch es ist, sowohl sozial, kulturell, ökologisch als auch ökonomisch verträglich zu sein und diese Dimensionen der Nachhaltigkeit sowohl in Bezug auf die heutige wie auch in Hinblick auf kommende Generationen zu berücksichtigen (vgl. Ö.T.E. 2009, S. 14).

In Hinblick auf die Beeinträchtigung von Natur und Landschaft ist aber eine nachhaltigere Gestaltung des Tourismus an sich allein nicht ausreichend.

Diese Aussage kann damit begründet werden, dass selbst wenn die Intensität der Eingriffe durch den Tourismus minimiert wird, trotzdem grundsätzlich jede Tourismusform eine Belastung der Umwelt darstellt. Sei es durch die Anreise ins Urlaubsgebiet oder durch Schäden im Rahmen von Sport- und Freizeitaktivitäten (vgl. SPITTLER o.J.).

Auf der Grundlage dieses Ungleichgewichts in der Beziehung zwischen Tourismus und Naturschutz sollte es durchaus ein Anliegen des Tourismussektors sein, auch in Form einer finanziellen Honorierung etwas zur Erhaltung der Biodiversität als einer seiner wichtigsten Grundlagen beizusteuern (vgl. ILF 2014). Auch die Naturschutzstrategie Baden-Württembergs unterstützt eine Prüfung, auf welche Art die vom Naturschutz profitierenden Wirtschaftszweige, wie unter anderem der Tourismussektor, die Finanzierung von Naturschutz und Landschaftspflege unterstützen können (vgl. MLR 2014b, S.104).

Neben dem Tourismussektor kann und sollte aber auch der individuelle Tourist als Nutznießer einer attraktiven Landschaft einen Beitrag zur Finanzierung von Naturschutz und Landschaftspflege leisten (vgl. WWF DEUTSCHLAND 2014). Eine Chance hierfür basiert auf der Annahme, dass gerade von Seiten der größten Profiteure auch ein erhöhtes Interesse an der Erhaltung von Natur und Landschaft besteht:

Denn obwohl die Qualität von Natur und Landschaft bisher auf dem Markt keinen wirklichen Preis hat, bedeutet dies nicht, dass sie auch keinen Wert hat.

Diverse Umfragen und Studien aus unterschiedlichen Tourismusregionen bestätigen, dass von Seiten der Touristen durchaus eine Zahlungsbereitschaft für den Natur- und Umweltschutz im Urlaubsgebiet vorhanden ist (vgl. BLÖCHLIGER 2002; REBANKS 2012; CLIVAZ et al. 2013). Beispielhaft hierfür werden in der nachfolgenden Tabelle die Ergebnisse von Besucherbefragungen in verschiedenen deutschen Schutzgebieten dargestellt. In deren Rahmen wurde abgefragt, wie viel die Gäste im Durchschnitt bereit wären, für verschiedene Maßnahmen zur Natur- und Landschaftserhaltung zu bezahlen:

Tab. 1: Übersicht der Ergebnisse verschiedener Besucherbefragungen

Gegenstand der Besucherbefragung	€ je Übernachtung
Entwicklung des Biosphärenreservates Schorfheide Chorin	1,54
Erhalt der offenen Kulturlandschaft in Solnhofen bzw. Südost-Rügen	1,17 bzw. 0,45
Entwicklung NSG Steinhuder Meer	1,53
Auenschutz und Wiedereinbürgerung des Bibers im Spessart	0,75 – 1,12

Quelle: eigene Darstellung, verändert nach ROMMEL 1998; DEGENHARDT & GRO-NEMANN 1998; ENNEKING 1999; BRÄUER 2002 in HAMPICKE et al. 2005, S.118

Diesen Ergebnissen zufolge müssen nur geeignete Wege gefunden werden, um diese Zahlungsbereitschaft auch zu bündeln.

Die Untersuchung von Finanzierungsinstrumenten im Rahmen der vorliegenden Arbeit beruht also auf der These, dass diese eine Berechtigung besitzen, da die Verantwortung für den Erhalt der biologischen Vielfalt nicht bloß durch die öffentliche Hand getragen werden sollte. Stattdessen ist auch von Seiten der Nutzer, in diesem Fall der Anbieter touristischer Angebote und der Touristen selbst, ein Beitrag zur Erhaltung von Natur und Landschaft zu leisten.

In Anlehnung an die bereits oben genannte Studie des ILF werden auch in dieser Bachelorarbeit steuerliche Abgaben nicht als Finanzierungsinstrument definiert, da die aus Steuergeldern finanzierte Förderung der Biodiversität als ein staatlicher Grundauftrag zu verstehen ist. Die nachfolgend behandelten Finanzierungsmöglichkeiten werden stattdessen als zusätzliche und ergänzende Instrumente angesehen, welche die Förderung von Naturschutz und Landschaftspflege über eine staatliche Bezuschussung hinaus unterstützen (vgl. ILF 2014).

4.2 Finanzierungsmöglichkeiten auf internationaler und nationaler Ebene

Auf internationaler Ebene gibt es eine Reihe unterschiedlicher Finanzierungsinstrumente, durch die der Tourismus die Möglichkeit hat, etwas zur Finanzierung von Naturschutz und Landschaftspflege und damit zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen. Die Finanzierungsmöglichkeiten können sich dabei sowohl auf die Touristen selbst, als auch auf Veranstalter, Hoteliers, Gästeführer und andere Bereiche des Tourismussektors vor Ort, sowie Tourismusunternehmen beziehen (vgl. FONT et al. 2004; WWF DEUTSCHLAND 2014).

Diese können, abhängig von der Art des Beitrags, in verschiedene Kategorien unterteilt werden und sind in der nachfolgenden Tabelle als Übersicht dargestellt:

Tab. 2: Übersicht der Finanzierungsinstrumente

Kategorien der Finanzierungsinstrumente	Anwendungsbeispiele
Taxen	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale Naturtaxen • Lokale Naturtaxen
Eintrittsgebühren	<ul style="list-style-type: none"> • Eintrittsgebühren für Schutzgebiete und Parks • Eintrittsgebühren für spezielle Naturattraktionen
Nutzungsgebühren	<ul style="list-style-type: none"> • Parkgebühren • Campinggebühren • Tauch- und Angelgebühren • Gebühren für die Beobachtung bestimmter Tierarten • Bootsgebühren • etc.
Konzessionen und Lizenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Konzessionen/Lizenzen für Gastronomie, Hotellerie und weitere Unternehmen • Konzessionen/Lizenzen für den Verkauf von Souvenirs • Lizenzen für die Ausübung bestimmter Aktivitäten, z.B. Jagd, Fischerei
Verkauf von Dienstleistungen und Produkten	<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf von regionalen Produkten • Verkauf von Souvenirartikeln • Angebot von Dienstleistungen, z.B. Exkursionen, Sportgeräteverleih etc.
Freiwillige Beiträge und Spenden	<ul style="list-style-type: none"> • Spenden von Touristen durch Spendenboxen, Spendenaktionen, Spendenaufrufe etc. • Patenschaftsmodelle • Unternehmensspenden/-sponsoring • Kompensationszahlungen

Freiwillige Mitarbeit

- Freiwilligeneinsatz in der Landschaftspflege durch Touristen (als Einzelpersonen oder im Rahmen von Workcamps o.ä.)
- Freiwilligeneinsatz in der Landschaftspflege durch Unternehmen (Corporate Volunteering)

Diese zentralen Möglichkeiten der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus werden nachfolgend näher beschrieben und mit Fallbeispielen aus der Praxis untermalt.

Taxen

Eine Möglichkeit der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz in Schutzgebieten bietet die Einführung von Taxen, sprich Aufpreisen auf bestimmte Leistungen oder Güter (vgl. FONT et al. 2004).

Die Nutzung von Taxen als Finanzierungsmittel ist im Tourismus schon in Form der Kurtaxe weit verbreitet. Diese wird beispielsweise in vielen Kurorten an Ost- und Nordsee als geringer Beitrag erhoben, welcher pro Gast je vor Ort verbrachter Übernachtung zu bezahlen ist und vor allem zur Finanzierung der Tourismusinfrastruktur verwendet wird (vgl. BORKUM o.J., online; RÜGEN o.J., online). Im Fall einer Naturtaxe würden die hierdurch gewonnenen Finanzmittel dann, anstatt in die Infrastruktur zu fließen, für Naturschutzzwecke im Schutzgebiet verwendet werden.

Taxen können zum einen in Form nationaler Taxen eingeführt werden, die von allen Besuchern eines Landes beziehungsweise Nutzern bestimmter Tourismusangebote oder -produkte verlangt werden. Zum anderen gibt es auch die Möglichkeit, Taxen auf lokaler Ebene zu verorten, so dass diese nur die Besucher bestimmter Schutzgebiete beziehungsweise die Nutzung von Ausrüstung im ausgewählten Gebiet betreffen (vgl. FONT et al. 2004).

In Deutschland existiert aktuell nur ein Beispiel für eine Art der Naturtaxe. In der Ferienregion Münstertal-Staufen im Südschwarzwald wird ein Teil der dort von den Gästen verlangten Kurtaxe abgezweigt, um die Offenhaltung der Kulturlandschaft durch Ziegenbeweidung zu unterstützen (vgl. INTERVIEW COCH 2013 in ILF 2014).

Eintrittsgebühren und Nutzungsgebühren

Unter Eintrittsgebühren wird eine Gebühr verstanden, die von den Besuchern gezahlt werden muss, um Eingang beziehungsweise Zugang zu Schutzgebiete-

ten, Parks oder anderen Naturattraktionen zu erhalten. Sie werden üblicherweise am Eingang zu den Schutzgebieten oder an bestimmten Sammelpunkten erhoben.

Eintrittsgelder stellen eine der beliebtesten und weltweit am weitesten verbreiteten Möglichkeiten dar, um durch den Tourismus einen wirtschaftlichen Beitrag für die Finanzierung von Naturschutz- und Managementkosten in Schutzgebieten zu generieren. Darüber hinaus bieten Eintrittsgebühren die Möglichkeit, Besucherströme gezielt zu lenken oder ökologisch besonders sensible Standorte durch einen beschränkten Zugang zu entlasten (vgl. FONT et al. 2004; WWF DEUTSCHLAND 2014).

Ein Beispiel für die Erhebung von Eintrittsgebühren bietet der Kruger National Park in Südafrika. Jeder Besucher muss pro Tag der im Nationalpark verbracht wird eine Gebühr entrichten, die für die Erhaltung des natürlichen und kulturellen Erbes des Parks verwendet wird (vgl. KRUGER NATIONAL PARK o.J., online).

Nutzungsgebühren funktionieren nach einem ähnlichen Prinzip wie Eintrittsgebühren, da sie ebenfalls direkt vom Besucher verlangt werden.

Der Unterschied zu Eintrittsgebühren ist, dass sie für die Ausübung bestimmter Aktivitäten in den Schutzgebieten, oder aber für die Nutzung von Infrastrukturen, die diese Aktivitäten ermöglichen, erhoben werden. Hierbei kann es sich unter anderem um Parken, Camping, Tauchen, Angeln, Tierbeobachtung oder Bootsausflüge handeln. Nutzungsgebühren können sowohl als einzelne Gebühr, oder aber zusätzlich zu Eintrittsgeldern generiert werden (vgl. FONT et al. 2004; WWF DEUTSCHLAND 2014).

Im Gladden Spit Marine Reserve in Belize wird beispielsweise für Schnorchel- und Tauchausflüge eine Schutzgebühr in Höhe von 15 US \$ pro Person verlangt, um die dort ansässigen Walhai-Populationen zu unterstützen (vgl. DESTINATIONS BELIZE o.J., online).

Konzessionen und Lizenzen

Sogenannte Konzessionen sind Verträge zwischen dem betreffenden Schutzgebiet und Unternehmen beziehungsweise Einzelpersonen der Privatwirtschaft, wie beispielsweise Restaurants, Hotels oder Souvenirläden.

Diese Verträge erlauben es ihnen, innerhalb des Schutzgebietes tätig zu sein und Dienstleistungen für Touristen anzubieten beziehungsweise eine Einrichtung, die sich im Besitz des Schutzgebietes befindet, für ihre Tätigkeiten zu nutzen. Als Ausgleich für die durch die Nutzung verursachten Einschränkungen erhält das Schutzgebiet eine Zahlung von Seiten der Unternehmen oder Individuen. Diese kann entweder in Form eines Beitrags in festgesetzter Höhe erfolgen, oder prozentual an den Umsatz der betreffenden Unternehmen angepasst werden (vgl. FONT et al. 2004; WWF DEUTSCHLAND 2014).

Lizenzen stellen als Instrument des Privatrechts gewissermaßen das Gegenstück zur Konzession im öffentlichen Recht dar. Genau wie bei der Vergabe von Konzessionen erhält der Lizenznehmer durch den Erwerb einer Lizenz ein Nutzungsrecht beziehungsweise eine Einverständnis für die Ausübung bestimmter Aktivitäten. Was genau die Vergabe einer Lizenz beinhaltet kann von Fall und Fall stark variieren, da im Privatrecht die Vertragsfreiheit vorherrscht (vgl. ILF 2014).

Neuseeland bietet ein gutes Beispiel für die Anwendung von Konzessionen. In Neuseeland werden alle Nationalparks und Naturschutzgebiete durch das Department of Conservation (DOC) verwaltet. Möchten private Anbieter innerhalb dieser Gebiete eine Dienstleistung, wie unter anderem geführte Touren, Helikopterrundflüge oder den Betrieb eines Campingplatzes, anbieten, so müssen sie durch das DOC eine Konzession erwerben (vgl. DOC o.J., online).

Verkauf von Dienstleistungen und Produkten

Alternativen zu Lizenzen und Konzessionen bieten der Verkauf von kommerziellen Produkten (regionale Spezialitäten, Souvenirs etc.) und Dienstleistungen (Sportgeräteverleih, Exkursionen etc.) direkt durch die Schutzgebietsverwaltung selbst oder weitere Träger.

Ein Teil des finanziellen Erlöses aus dem Verkauf kommt hierbei der direkten oder indirekten Förderung von Landschaftspflege und Naturschutz im Schutzgebiet zu Gute.

Gerade die Zusammenarbeit im Rahmen eines sogenannten Joint Venture (deutsch: Gemeinschaftsunternehmen) zwischen der Schutzgebietsverwaltung und privaten Unternehmen oder den Gemeinden vor Ort stellt für diese Methode oftmals ein geeignetes Format dar. Auch die Ausrichtung spezieller Veranstaltungen in Schutzgebieten, wie beispielsweise Hochzeiten, kann Möglichkeiten bieten, einen Beitrag zum Naturschutz im betreffenden Gebiet von den Besuchern zu beziehen (vgl. FONT et al. 2004)

Als Beispiel für den direkten Verkauf von Produkten ist der Yellowstone Nationalpark in den USA zu nennen. Dieser verfügt über nationalparkeigene Läden sowie einen Online-Shop, in welchen ein umfangreiches Merchandising-Angebot, wie unter anderem Bekleidung, Lebensmittel, Schmuck, Kalender und Hygieneartikel an die Touristen verkauft wird (vgl. YELLOWSTONE NATIONAL PARK LODGES o.J., online).

Freiwillige Beiträge und Spenden

Geldbeträge, welche von Touristen, Veranstaltern oder Unternehmen auf freiwilliger Basis für die Erhaltung der Biodiversität gezahlt werden, bieten eine weitere Möglichkeit der Finanzierung.

Gerade Touristen, bei denen während ihres Besuchs in einem Schutzgebiet das Interesse an der dortigen Natur und Landschaft geweckt wurde, sind oftmals bereit, in Form freiwilliger Spenden einen eigenen Beitrag zur Pflege und Erhaltung zu leisten. Von Seiten der Schutzgebiete bestehen diverse Möglichkeiten, um die freiwilligen Beiträge und Spenden zu generieren und die Spendenbereitschaft der Gäste zu fördern. Dies kann z.B. in Form von Spendenboxen, Spendenaktionen bei ausgewählten Veranstaltungen, sowie internetgestützten Spendenaufrufen geschehen (vgl. FONT et al. 2004; WWF DEUTSCHLAND 2014).

Eine andere Variante ist die Bewerbung von sogenannten Patenschaftsmodellen, bei denen die Touristen eine Patenschaft für beispielsweise ein Weiderind, ein Schaf oder eine Ziege übernehmen können und dadurch einen finanziellen Beitrag zur Offenhaltung der Landschaft leisten.

Beispielhaft hierfür kann das Patenschaftsprogramm „Herde der Gäste“ genannt werden, welches im Rahmen der Aktion LandZunge im Allgäu und in Oberschwaben durchgeführt wird. Gäste haben die Möglichkeit, für 50 € einen Paten-Gutschein erwerben, von dem 10 € direkt an die Unterstützung von Weiderindern fließen, die dazu beitragen die Kulturlandschaft vor Ort zu erhalten. Für die restlichen 40 € können die Paten in den an der Aktion beteiligten LandZunge-Gasthöfen in der Region einkehren (vgl. LANDZUNGE o.J., online).

Auch bei einigen Unternehmen besteht Interesse, ihre soziale und ökologische Verantwortung durch Sponsoring und Spendenzahlungen zu demonstrieren. Insbesondere Unternehmen der Tourismusbranche, die sich auf nachhaltigen Tourismus spezialisiert haben, zeigen oftmals Bereitschaft dazu, in Form prozentualer Anteile ihres Umsatzes oder Geld- und Sachspenden, Naturschutzprojekte in den von ihnen besuchten Tourismusdestinationen zu unterstützen (vgl. FONT et al. 2004).

Kompensationen stellen eine weitere Form der Generierung von freiwilligen Beiträgen dar. Darunter wird verstanden, dass Unternehmen sowie Privatpersonen die Möglichkeit gegeben wird, eine bestimmte Menge an CO₂-Ausstoß durch einen finanziellen Beitrag in selbstgewählter oder vorgegebener Höhe zu ersetzen. Dieser wird dann im Rahmen entsprechender Kompensationsprojekte eingesetzt (vgl. ILF 2014). Ein Beispiel hierfür bietet das Projekt Atmosfair. Durch Atmosfair haben Flugreisende die Möglichkeit die durch ihre Reise verursachten Klimagase auf freiwilliger Basis zu kompensieren. Die hierdurch eingenommenen Gelder werden für die Umsetzung von Klimaschutzprojekten verwendet (vgl. ATMOSFAIR o.J., online).

Ein umfassendes Beispiel für verschiedene Arten der Generierung von freiwilligen Beiträgen und Spenden ist auch das „Visit Give Project“ der Wohltätigkeitsorganisation Nurture Lakeland im Lake District und der Grafschaft Cumbria in Großbritannien. Im Rahmen dessen wurden diverse Visitor-Payback-Mechanismen eingeführt, durch welche die verschiedenen Tourismusunternehmen und -einrichtungen vor Ort die Möglichkeit haben, Spenden von den Besuchern zu generieren. Unter anderem kann von Hotels eine freiwillige Ab-

gabe eingeführt werden, die auf der Übernachtungsrechnung der Gäste aufgeführt wird und falls diese sie nicht zahlen möchten, wieder gestrichen wird. Die Einnahmen aus dem „Visit Give Project“ werden für verschiedene Naturschutzprojekte im Lake District und in Cumbria verwendet (vgl. VISIT GIVE PROJECT o.J., online).

Freiwillige Mitarbeit

Über eine direkte finanzielle Beteiligung hinaus existiert die Möglichkeit, dass sich Touristen in Form persönlicher Mitarbeit aus freiem Willen an Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität zu beteiligen.

Die Freiwilligen bieten in diesem Fall ihre Arbeitskraft für die Umsetzung von Naturschutzprojekten an. Dies erfolgt in der Regel unentgeltlich oder in manchen Fällen auf Basis von freier Unterkunft und Verpflegung vor Ort. Dadurch leisten sie einen aktiven Beitrag zur Pflege und Erhaltung von Natur und Landschaft und helfen Kosten einzusparen (vgl. FONT et al. 2004). Freiwillige Mitarbeit dieser Art kann durch ein- oder mehrtägige Arbeitseinsätze von Gästen als Einzelpersonen oder in Gruppen erfolgen.

Darüber hinaus gibt es auch die Variante des sogenannten „Corporate Volunteering“, bei dem (Tourismus-) Unternehmen ihre Mitarbeitenden für einen Freiwilligeneinsatz zur Verfügung stellen (vgl. EHRENSACHE NATUR o.J., online).

In diesem Fall werden die Arbeitseinsätze auch zum „Teambuilding“ der Mitarbeiter genutzt und sind für die teilnehmenden Firmen oft kostenpflichtig (vgl. ILF 2014).

Ein Beispiel für freiwillige ökologische Arbeitseinsätze bietet das Bergwaldprojekt. Das Projekt organisiert deutschlandweit an verschiedenen Projektstandorten Arbeitseinsätze, während denen von Seiten der Freiwilligen ein aktiver Beitrag zur Erhaltung und Pflege des Ökosystems Wald geleistet werden soll (vgl. BERGWALDPROJEKT o.J., online).

Auch im Rahmen des Service Civil International (SCI) werden weltweit verschiedene Workcamps in internationalen Gruppen angeboten, im Rahmen derer eine Gruppe Freiwilliger für eine oder mehrere Wochen an einem gemeinnützigen Projekt mitarbeitet. Neben sozialen Projekten werden auch einige Workcamps zu ökologischen und naturschutzfachlichen Projekten durchgeführt (vgl. SCI o.J., online).

Betrachtet man diese verschiedenen Finanzierungsinstrumente auf einer nationalen Ebene, so fällt auf, dass ihre Anwendung und Umsetzung stark von Land zu Land variiert. Grund hierfür ist, dass die gesetzlichen Rahmenbedingungen und der gesellschaftliche sowie politische Kontext der verschiedenen Länder teilweise sehr unterschiedlich sind und deshalb jeweils andere Finanzierungsmöglichkeiten ausführbar sind (vgl. BUCKLEY 2003; REBANKS 2012; ILF 2014).

In Bezug auf Deutschland zeigt sich beispielsweise nach einer Untersuchung der AÜE-Umweltakademie aus dem Jahr 2003, dass mehr als 90 % der Finanzausstattung in deutschen Nationalparks durch das Land getragen wird. Von einer wirtschaftlichen Unabhängigkeit kann hierbei also nicht die Rede sein. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass obwohl der Tourismus, wie vorangehend erläutert, auf vielfältige Weise von der Natur und Landschaft in Schutzgebieten profitiert, der Naturschutz in Deutschland bislang einen zu geringen finanziellen Anteil daran erhält. Viele der vorgestellten Finanzierungsmöglichkeiten durch den Tourismus auf internationaler Ebene werden in Deutschland bislang nicht umgesetzt (vgl. AÜE 2003).

Während etwa in Nordamerika Eintrittsgebühren in Schutzgebieten erfolgreich als Finanzierungsinstrument angewendet werden, ist dies in Deutschland und anderen Ländern Europas unter Umständen rechtlich nicht durchführbar und findet auch in der Gesellschaft keine große Anerkennung. Grund hierfür ist vor allem der soziale und kulturelle Kontext, da in diesen Ländern historisch gesehen ein traditionelles Zutritts- und Nutzungsrecht der Landschaft besteht (vgl. BUCKLEY 2003; REBANKS 2012; ILF 2014).

Es muss auch beachtet werden, dass nicht alle Finanzierungsmethoden für jedes Schutzgebiet geeignet ist. Abhängig von verschiedenen Bedingungen vor Ort, wie unter anderem der Anzahl an Touristen, der Ausdehnung des Tourismus im Schutzgebiet, der Zugänglichkeit des Gebietes und der Art und Weise der Kooperation zwischen dem Schutzgebiet und dem Tourismussektor kommen jeweils andere Finanzierungsinstrumente in Frage (vgl. FONT et al. 2004).

Generell können die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten in gesetzlich verbindliche und in freiwillige Modelle unterteilt werden. Verbindliche Instrumente erwirtschaften oftmals höhere finanzielle Beträge, werden aber meist von den Touristen weniger akzeptiert. Freiwillige finanzielle Fördermöglichkeiten finden im Allgemeinen höhere Zustimmung von Seiten der Gäste, haben jedoch oft auch geringeren finanziellen Erfolg. Die Akzeptanz eines Finanzierungsinstruments ist aber auch in hohem Maße von der Höhe der Abgabe abhängig, ganz egal ob der Betrag auf freiwilliger oder verbindlicher Basis verlangt wird (vgl. ILF 2014).

Die weiterführende Bewertung der Stärken und Schwächen der verschiedenen Finanzierungsinstrumente wird im Rahmen dieser Bachelorarbeit mit Blick auf deren Umsetzungsmöglichkeiten und Sinnhaftigkeit für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb erfolgen.

Teil II

5 Vorstellung des Untersuchungsgebietes

*„Das ist die teure Schwabenalb,
Die allenthalb
Blau nach der Ebne winket;
Wo man auf Heiden hoch und kühl
Fern vom Gewühl,
Die reinen Lüfte trinket.“*

(aus dem Gedicht „Loblied der Schwäbischen Alb“ von Gustav Schwab)

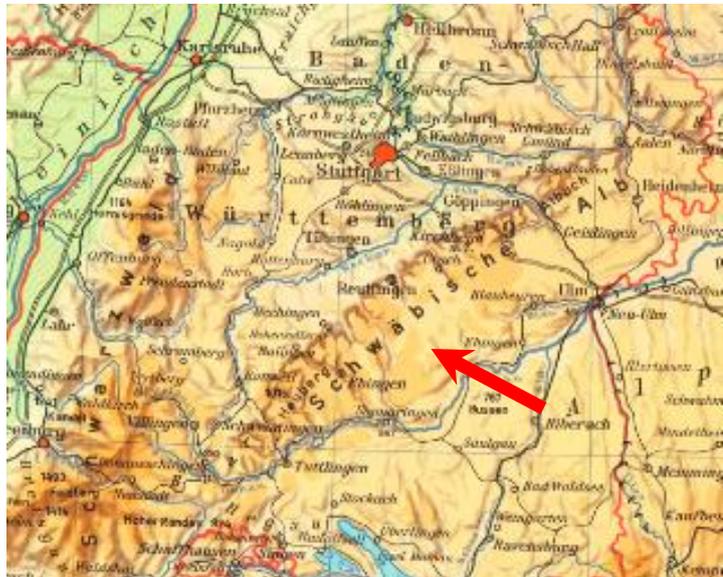
5.1 Lage und Abgrenzung

Die Schwäbische Alb ist ein Mittelgebirge im Herzen des Bundeslands Baden-Württemberg. Vom südwestlichen Ende bei Tuttlingen erstreckt es sich auf über 200 km Länge bis zum im Nordosten gelegenen Nördlinger Ries.

Die gesamte nordwestliche Grenze der Schwäbischen Alb wird durch eine bis zu 400 m hohe Geländestufe dominiert, den Albtrauf. Im Süden und Südosten geht das Gelände hingegen eher flach ins Alpenvorland in Richtung Donau über. Diese verläuft in ungefähr 40 km Entfernung relativ parallel zum Albtrauf und markiert die südöstliche Grenze des Mittelgebirges.

Als Plateaugebirge verfügt die Schwäbische Alb über keine ausgeprägten Gipfelberge. Die höchsten Erhebungen erreichen Höhen bis knapp über 1.000 m ü. NN und sind zum größten Teil entlang des Albtraufs gelegen (vgl. UNESCO 2007; LEL o.J., online).

Abb. 2: Lage der Schwäbischen Alb



Quelle: WESTERMANN SCHULATLAS 1970, S. 28

5.2 Regionale Merkmale und Besonderheiten



Abb. 3: Der Hohle Fels bei Schelklingen

Die Schwäbische Alb ist die höchste geologische Stufe des südwestdeutschen Schichtstufenlandes und eines der größten zusammenhängenden Karstgebiete in ganz Deutschland. Dies wird durch das Vorhandensein zahlreicher Karstphänomene wie Höhlensysteme, Dolinen und Karstspalten deutlich sichtbar (vgl. GEOPARK SCHWÄBISCHE ALB o.J. a, online; KÜNKELE 2008).

Klimatisch betrachtet befindet sich die Schwäbische Alb in der feucht-kühl-gemäßigten Westwindzone der Nordhalbkugel. Zwischen Albvorland, Albtrauf und Albhochfläche, die in Kuppenalb und Flächenalb gegliedert werden kann, treten auf Grund unterschiedlicher Gelände- und Reliefverhältnisse kleinräumige klimatische Differenzierungen auf. Das Albvorland zeichnet sich durch seine wärmebegünstigte Lage aus,

was auch dahingehend erkennbar ist, dass in vielen Teilen Weinbau betrieben wird. Auf der Albhochfläche ist die Jahresmitteltemperatur durchschnittlich 1 – 2 °C kälter als im Albvorland. Nicht umsonst werden Besucher oftmals mit der Aussage über die vorherrschenden Klimabedingungen aufgeklärt, dass es auf der rauen Alb immer „um einen Kittel kälter“ ist. Der durchschnittliche Niederschlag auf der Schwäbischen Alb variiert zwischen rund 750 und 1.050 mm (vgl. UNESCO 2007; THEMENPARK UMWELT o.J. a, online).

Das Albvorland wird durch die Siedlungsstrukturen von Dörfern und Städten sowie das Vorhandensein von Vorbergen, Zeichen ehemaliger vulkanischer Aktivität, geprägt. Entlang des Albtraufs markiert ein markanter Streuobstgürtel das Ende des Albvorlands. An den Steiflächen des Albtraufs sind Hang- und Schluchtwälder die charakteristische Vegetation, während sich



Abb. 4: charakteristischer Landschaftsquerschnitt nahe Münsingen

auf dem leicht hügeligen Hochplateau Wald- und Grünlandgebiete mit ackerbaulich genutzten Flächen abwechseln. Charakteristisch für die Hochfläche der Schwäbischen Alb ist insbesondere auch das Vorkommen von Kalkmagerrasen und Wacholderheiden.

Gerade diese kleinräumige strukturelle und topographische Gliederung der Landschaft, wie beispielhaft in Abb. 4 veranschaulicht, ist es, was der Schwäbischen Alb ihren besonderen Charme und Charakter verleiht (vgl. UNESCO 2007; KÜNKELE 2008).

5.3 Bedeutung der Kulturlandschaft

Wie schon in Kapitel 2.2 erläutert wurde, sind Kulturlandschaften für ihre Erhaltung auf die Bewirtschaftung und Pflege durch den Menschen angewiesen. Die hierbei auftretende Problematik ist, dass die traditionellen, historischen Bewirtschaftungsweisen, welche zur Entstehung dieser Landschaftsformen geführt haben, in der heutigen Zeit verstärkt einer modernen und technisierten Landwirtschaft weichen müssen.

Gerade auch auf der Schwäbischen Alb ist ein Großteil des heute so typischen Landschaftsbildes auf eine jahrhundertelange Landnutzung durch den Menschen zurück zu führen. Steinriegel, Hecken, Ackerterrassen, sowie die charakteristischen Streuobstwiesen, Kalkmagerrasen und Wacholderheiden sind nur einige Beispiele dafür.



Abb. 5: typische Wacholderheide auf der Schwäbischen Alb

Insbesondere die Wacholderheiden (siehe Abb.5) sind eines der kennzeichnendsten Landschaftselemente der Schwäbischen Alb und deshalb auch als Besuchermagnet ein wichtiger Bestandteil des Tourismusmarketings. Die auf den Heiden und Kalkmagerrasen wachsende Silberdistel (*Carlina acaulis*) ist sogar das Symbol und Wahrzeichen für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb (vgl. KÜNKELE 2008).

Der Reutlinger Holzschneider HAP Grieshaber sprach über die landschaftliche Besonderheit der Wacholderheiden auf der Schwäbischen Alb:

„Vielleicht muß man über Ödflächen und verlassene Schafweiden reiten, um die Sehnsucht wiederzufinden, welche die Stauer nach dem Süden gezogen hat. (...) Ein Stück Land, in das man kein Haus hineinbauen möchte und in dem

man doch bleiben muß, weil das Leben nicht ausreicht, Wacholderheide und Wiesental in sich aufzunehmen, Wo man noch weiß, wo eigentlich Heimat ist“ (zitiert nach SCHMOLL & VOGT 2002, S. 31).

Darüber hinaus sind auch die Streuobstwiesen, die vor allem die unteren Lagen im Albvorland und am Albtrauf prägen, ein wichtiges Markenzeichen für die Schwäbische Alb. Neben ihrer Bedeutung als Lebensraum für zahlreiche Vogelarten, verzaubern sie – insbesondere während der Blütezeit im Frühjahr – viele Besucher (vgl. KÜNKELE 2008).

Damit diese Landschaftsformen auf der Schwäbischen Alb, welche sowohl bei Einheimischen als auch Touristen identitätsstiftend für das Gebiet sind, auch in Zukunft erhalten bleiben, muss die Bewirtschaftung und Pflege gewährleistet werden. Es ist eine Balance zwischen moderner ertragsorientierter Landwirtschaft und der Bewahrung der Artenvielfalt in der Kulturlandschaft von Nöten. Um dies zu erreichen, muss sich die extensive Bewirtschaftung der Flächen auch wirtschaftlich lohnen.

Denn wer für die Äpfel und Birnen auf seinen Streuobstwiesen nichts bekommt, wird sich um die „wertlos“ gewordenen Bäume nicht mehr kümmern. Und auch der Schäfer, der aus der Wolle und dem Fleisch seiner Schafe keinen Gewinn erwirtschaften kann, wird über kurz oder lang keine Wacholderheiden und Kalkmagerrasen mehr beweiden und sie dadurch vor der Verbuschung schützen (vgl. KÜNKELE 2008).

5.4 Die Schwäbische Alb als Erholungs- und Urlaubsregion

Die Schwäbische Alb übt auf viele Besucher eine wunderbare Faszination aus und zahlreiche Naturliebhaber, Erholungshungrige, Sportler und Wanderer kommen Jahr für Jahr angereist, um dort ihre Freizeit zu genießen (vgl. SCHMOLL & VOGT 2002).

Schon der schwäbische Heimatdichter Ludwig Schäble (1892 – 1966) brachte in seinem Gedicht „Wandersehnsucht“ die Anziehungskraft der Schwäbischen Alb für Erholungssuchende und Naturgenießer zum Ausdruck:

*„Deiner blauen Berge Wand,
Deiner Gipfel weiß Gestein
Grüßen mich im Frührotschein
Mitten aus dem Schwabenland.
Und schon steht auch mein Entschluß
Wie ein Schwören allenthalb:
Daß ich dich, o Schwabenalb,
Heute noch durchwandern muß.“*

Heute sprechen auch die Übernachtungszahlen für sich. Die Schwäbische Alb ist nach dem Schwarzwald und dem Bodensee die beliebteste Tourismusdestination in Baden-Württemberg (vgl. SCHRADER 2010, online). Laut einer Pressemitteilung des Schwäbische Alb Tourismusverbands (SAT) ist die Anzahl der Übernachtungsgäste auf der Schwäbischen Alb in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Im Jahr 2013 wurde mit 4,02 Millionen Übernachtungen erstmals die Grenze von 4 Millionen überschritten (SAT 2014).



Abb. 6: Fahrradtourismus auf der Schwäbischen Alb

Auf der Internetpräsenz der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg werden Touristen auf die große Bandbreite an Kultur- und Freizeitmöglichkeiten, die sich ihnen auf der Schwäbischen Alb bieten, aufmerksam gemacht. Neben wandern, klettern, Kanu- und Fahrradfahren sowie vielen weiteren sportlichen Aktivitäten in der abwechslungsreichen Landschaft gibt es auch zahlreiche kulturelle Schätze zu entdecken. Als eine der burgen- und schlösserreichsten Regionen Deutschlands kann die Schwäbische Alb mit verschiedensten Highlights vom Mittelalter bis zur Romantik aufwarten. Ferner laden über 2.000 Höhlen zu Erkundungstouren ein. Und für Besucher, die noch weiter in der Vergangenheit zurückgehen möchten, bieten Geologie-Museen und Steinbrüche eine gute Gelegenheit um Urzeitfunde zu bestaunen.

Für Entspannung und Stressabbau steht auf der Schwäbischen Alb eine große Palette an Wellnessangeboten vom Thermalbad bis zur Kneippanlage zur Verfügung. Der Genuss verschiedenster regionaler Produkte und Spezialitäten wie Alblamm, Alblinsen und Albschnecken verleiht dem Urlaub auf der Schwäbischen Alb schließlich eine besondere und unverwechselbare Note (vgl. TOURISMUS BW o.J., online).

Dass die charakteristischen Landschaften der Schwäbischen Alb mit ihrer ästhetischen Anziehungskraft jährlich viele Millionen Besucher locken und für diese als Erholungsgebiet dienen, war jedoch nicht immer der Fall. Lange Zeit bedeuteten die magere und karge Landschaft und das raue Klima auf der Schwäbischen Alb vor allem eine große Herausforderung und harte Arbeit für die dort lebende Bevölkerung. Das raue Mittelgebirge war keinesfalls Kulisse für Naturgenuss und Erholung sondern eine kümmerliche Existenzgrundlage, die kaum genug Ertrag zum Überleben abwarf.

Noch vor weniger als 250 Jahren wurde es als äußerst ungewöhnlich und geradezu exotisch angesehen, wenn Menschen rein aus Vergnügen zum Wandern

auf die Schwäbische Alb kamen. Diesen Umstand beschreiben auch SCHMOLL und VOGT anhand einer Begegnung zwischen Christoph Heinrich Pfaff, einem Studenten der Stuttgarter Hohen Carlsschule und Bewohnern der Schwäbischen Alb Ende des 18. Jahrhunderts. Pfaff befand sich auf einer Wanderung über die Alb und wollte, nur um in den Genuss der schönen Aussicht zu kommen, den Rossberg erklimmen. Dies stieß bei den Albbewohnern, die in derselben Gegend ihrem Tagwerk nachgingen, auf große Verwunderung (vgl. SCHMOLL & VOGT 2002, S. 9 f.).

Erst im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts fand das Wandern immer größere Beliebtheit und so wurde im Jahr 1888 der Schwäbische Albverein gegründet. Dieser setzt sich seitdem neben der Erschließung der Landschaft für den Wandertourismus auch für den Schutz und die Pflege der Natur sowie die Bewahrung des regionalen Kulturguts ein (vgl. SCHMOLL & VOGT 2002).

Doch trotz ihrer zunehmenden Popularität für Erholungs- und Urlaubszwecke hat sich die Schwäbische Alb nie zu einem Zielobjekt des Massentourismus entwickelt. Obwohl die Zeit natürlich auch an der Alb nicht spurlos vorüber gegangen ist, ist sie trotzdem bis heute ein ländlich geprägter Landschaftsraum geblieben. Und gerade dies ist es, was für viele Albbesucher den besonderen Reiz ausmacht. (vgl. ebd.)

5.5 Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb



Abb. 7: Willkommensschild am Eingang zum Biosphärengebiet

Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb (im Folgenden als BGSA abgekürzt) befindet sich als eines von weltweit 631 UNESCO-Biosphärenreservaten in 119 Ländern (Stand Juni 2014) in guter Gesellschaft. Die Verordnung des BGSA trat am 22.03.2008 in Kraft und seit 2009 ist das Gebiet auch durch die UNESCO anerkannt.

Die Bezeichnungen Biosphärengebiet sowie Biosphärenreservat stehen für ein und dieselbe Sache. Es handelt sich um Gebiete, in denen eine nachhaltige Regionalentwicklung mit einem harmonischen Miteinander von Mensch und Natur im Fokus steht.

Zielsetzungen sind insbesondere die Erhaltung, Entwicklung beziehungsweise Wiederherstellung einer durch unterschiedlichste Nutzungen geprägten Landschaft und der darin vorherrschenden Vielfalt an Arten und Biotopen. Weiterführend sollen Biosphären-

reservate als ökologische Modellregionen für die Entwicklung und Erprobung nachhaltiger Wirtschaftsweisen dienen.

Im Fall des BGSA haben sich Land und Bewohner Baden-Württembergs gezielt gegen den Ausdruck „Reservat“ entschieden, da mit diesem Begriff zu leicht negative Assoziationen wie Isolation und Ausgrenzung verbunden werden. Im Landesnaturschutzgesetz von Baden-Württemberg ist der Schutzstatus deshalb unter § 28 als Biosphärengebiet verzeichnet (vgl. BIOSPHÄRENGEBIET SCHWÄBISCHE ALB o.J. a, online; THEMENPARK UMWELT o.J. b, online).

Das BGSA erstreckt sich über eine Fläche von ca. 85.000 ha und verkörpert einen landschaftlichen Querschnitt durch die Mittlere Schwäbische Alb. Anteil daran haben 29 Städte und Gemeinden aus den Regierungsbezirken Stuttgart und Tübingen, die Landkreise Reutlingen, Esslingen und Alb-Donau sowie der Gutsbezirk Münsingen (vgl. ebd.). Die Ausdehnung des Biosphärengebietes wird auf der folgenden Karte dargestellt:

Abb. 8: Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb



Quelle: <http://www.muensingen.de/site/Muensingen/get/1468513/Karte-Biosph%C3%A4renggebiet.jpg>

5.5.1 Die Partner-Initiative des Biosphärengebietes

Da der Partner-Initiative des BGSA bei der Untersuchung von Möglichkeiten zur Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus innerhalb dieser Bachelorarbeit eine zentrale Rolle zukommt, soll diese hier nun in Kürze vorgestellt werden.

Unter dem Slogan „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ werden bundesweit Kooperationsprogramme zwischen Großschutzgebieten und regionalen Unternehmen, Institution und Einzelpersonen ins Leben gerufen. Ziel dieser Partner-Initiativen ist es, ein gästeorientiertes Naturerlebnis mit einem hohen Anspruch an die Qualität von Angeboten und Produkten zu verbinden und gleichzeitig etwas zum Naturschutz vor Ort beizutragen. Sie stehen also für eine Partnerschaft zwischen Tourismuswirtschaft, Besucher und der Natur.

Bei den Partnerbetrieben des BGSA handelt es sich um Unternehmen, die sich mit den Zielen des Schutzgebietes identifizieren können und sich der Region verbunden fühlen. Um Partner zu werden, müssen die Betriebe hohe Qualitätskriterien erfüllen, welche insbesondere umweltverträgliches Handeln, Engagement im Naturschutz, regionale Wirtschaftskreisläufe, Servicequalität und die Informationsvermittlung an die Gäste umfassen. In ihrer Rolle als Partner fungieren sie als Botschafter der Ziele des Biosphärengebietes und haben eine Vorbildfunktion für Gäste, Kunden, sowie andere Unternehmen.

Die Partner-Initiative des BGSA umfasst aktuell 104 Mitglieder aus unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern. Diese sind folgenden Branchen zugehörig:

- Hotellerie und Gastronomie
- Ferienunterkünfte
- Touristische Informationsstellen
- Informationszentren
- Informationsmobile
- Natur- und Landschaftsführer (sog. Biosphären-Botschafter)
- Außerschulische Bildungspartner
- Verarbeitende Betriebe

In Zukunft ist geplant, die Aufnahme in die Partner-Initiative auch noch für weitere Arbeitsbereiche zu öffnen (vgl. BIOSPHÄRENGEBIET SCHWÄBISCHE ALB o.J. b, online).

6 Methodisches Vorgehen

„Empirische Forschung ist Handeln nach bestimmten Regeln.“
(MAYER 2013, S.5)

6.1 Erläuterung der Vorgehensweise

Um Aussagen darüber zu erhalten, ob – und wenn ja – welche Möglichkeiten der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus für das BGSA in Frage kommen, wurde im Rahmen dieser Bachelorarbeit ein Vorgehen nach der qualitativen Datenerhebung der empirischen Sozialforschung ausgewählt. Als Methodik im Rahmen der qualitativen Forschung wurde sich für die Durchführung von sogenannten leitfadengestützten teilstrukturierten Interviews entschieden.

Diese Art des Interviews wird als die passendste für das Forschungsziel der Bachelorarbeit angesehen, da Leitfadeninterviews laut FLICK der ökonomischste Weg sind, um konkrete Aussagen über einen Gegenstand im Rahmen einer Datenerhebung zu gewinnen (vgl. FLICK 2014, S. 224).

6.2 Das leitfadengestützte Interview

Nach ATTESLANDER gibt es verschiedene Befragungsformen, nach denen ein Interview in der qualitativen Sozialforschung durchgeführt werden kann. Demnach können Interviews wenig strukturiert, teilstrukturiert oder stark strukturiert sein. Ein leitfadengestütztes Interview fällt in die Kategorie einer teilstrukturierter Befragung. Dabei handelt es sich um Gespräche, welche auf Grundlage von vorbereiteten beziehungsweise vorformulierten Fragen erfolgen, auf die der Interviewpartner frei antworten soll (vgl. ATTESLANDER 2003, S. 147 ff.).

Ebenso erläutert FLICK, dass der Interviewer während des Interviews die Möglichkeit hat zu entscheiden, in welcher Reihenfolge die Fragen aus dem Leitfaden gestellt werden und ob möglicherweise Fragen weggelassen werden können oder schon im vorhergehenden Interviewverlauf beantwortet wurden. Ebenso ist es dem Interviewer freigestellt, sich im Gespräch ergebende Themen in das Interview aufzunehmen und diese weiter zu verfolgen (vgl. FLICK 2014, S. 222 f.).

Das Leitfadeninterview orientiert sich also an der Forderung nach Offenheit, die zentral für die qualitative Forschung ist. Es ist von Wichtigkeit, dass der Interviewer nicht zu starr am Leitfaden festhält und dadurch nicht im falschen Mo-

ment den Gesprächsfluss unterbricht. Genauso sollten aber auch themenferne Ausschweifungen vermieden werden, da ansonsten die Interviewzeit zu stark ausgedehnt wird und zu viel, für die eigentliche Forschungsfrage irrelevantes, Datenmaterial ausgewertet werden muss (vgl. MAYER 2013).

Der Interviewleitfaden gibt bei dieser Befragungsform somit lediglich einen „Roten Faden“ für den Gesprächsverlauf vor und hilft, das Gespräch auf das eigentliche Thema fokussiert zu halten.

Im Gegensatz zur quantitativen Sozialforschung, bei welcher der Fokus vor allem darauf liegt, anhand der Befragung einer großen Anzahl an Menschen statistisch verlässliche Aussagen zu erhalten, konzentrieren sich leitfadengestützte Interviews nur auf eine kleine Zahl an befragten Personen (vgl. MIEG & NÄF 2005).

Trotzdem – oder vielleicht gerade deshalb – benötigt die Durchführung von Leitfadeninterviews Einiges an Vorbereitung. Zum Einen muss der Interviewer sich mit dem Fachgebiet vertraut machen, um spezifische Fragen während des Interviews auch sachgerecht klären zu können. Auch muss Klarheit über die grundlegende Fragestellung und darüber herrschen, welche Ergebnisse auf Basis der Interviews erzielt werden sollen. Darauf aufbauend gilt es dann, den konkreten Interviewleitfaden zu erstellen, worauf nachfolgend noch näher eingegangen wird (vgl. ebd.).

6.2.1 Auswahl der Schlüsselpersonen als Interviewpartner

Bei vielen empirischen Untersuchungen besteht keine Möglichkeit, sämtliche Elemente einer Grundgesamtheit in die Untersuchung mit einzubeziehen, wodurch man auf die Bildung einer Stichprobe angewiesen ist (vgl. MAYER 2013). Auch im Rahmen dieser Bachelorarbeit konnte durch den Mangel an Zeit und Kapazität nicht die Gesamtheit aller für die Thematik relevanten Personen interviewt werden. Es wurde sich dafür entschieden, die Stichprobe vor Beginn der Interviews im Rahmen einer sogenannten „Vorab-Festlegung der Sample-Struktur“ auszuwählen, bei der die Stichprobe anhand bestimmter Kriterien und Merkmale zusammengestellt wird (vgl. FLICK 2014).

Um einen möglichst hohen Nutzen für das BGSA zu erzielen, wurde versucht, eine große Bandbreite der verschiedenen Personengruppen abzudecken, für welche die Einführung von Finanzierungsmöglichkeiten durch den Tourismus im Biosphärengebiet eine Rolle spielt.

Zu Beginn der Auswahl der Gesprächspartner stand die Herausarbeitung der zentralen Fragestellung, auf die man im Rahmen der Interviews eine Antwort finden möchte.

Diese wurde wie folgt definiert:

„Welche Möglichkeit der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus kommt für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb in Frage?“

Um eine Antwort auf diese Fragestellung zu finden, ist aus Sicht der Verfasserin sowohl die Meinung der Touristen als auch die der Betriebe mit Tourismusbezug im BGSA relevant. Ebenso spielt die Einschätzung von Seiten der im Biosphärengebiet liegenden Gemeinden eine Rolle für die Realisierbarkeit der Maßnahmen. Denn ohne die grundsätzliche Zustimmung der Akteure vor Ort ist die Umsetzung von Finanzierungsinstrumenten nur schwer möglich.

Ferner kann auch die Fachkenntnis eines externen Experten aus dem Fachbereich Tourismus helfen, die Perspektiven, Chancen und Defizite solcher Finanzierungsmöglichkeiten aus einem allgemeinen Blickwinkel einzuschätzen und zu beurteilen.

Da repräsentative Befragungen von Touristen im Biosphärengebiet auf Grund des Untersuchungszeitraums im Winter und der relativ kurzen Zeitspanne der Forschungsarbeit nicht möglich waren, wurde sich darauf konzentriert, Einschätzungen und Meinungen der im Folgenden beschriebenen Personengruppen zu erheben:

Mitglieder der Partner-Initiative des BGSA

Zum Einen wurden Vertreter der Partner-Initiative des BGSA als Interviewpartner ausgewählt, da die Mitglieder der verschiedenen Partnerbranchen einen guten Querschnitt der mit der Tourismusbranche verknüpften Unternehmen im Biosphärengebiet bilden. Darüber hinaus können die Mitglieder auf Grund ihres Interesses an Umweltverträglichkeit und Naturschutz, sowie ihrer damit zusammenhängenden fachlichen Expertise die Thematik besser beurteilen und reflektieren als Inhaber von Betrieben ohne Nachhaltigkeitsbezug.

Somit ermöglichen diese Personen möglichst aussagekräftige Antworten dahingehend, wie die Meinung zur Einführung einer Naturtaxe und anderer Finanzierungsmöglichkeiten von Seiten der Tourismusbranche ist. Außerdem sollen die Interviews Aufschluss zur Beteiligungsbereitschaft an der Durchführung einer Naturtaxe oder an alternativen Fördermodellen auf freiwilliger Basis von Seiten des Tourismussektors im BGSA liefern.

Bei der Auswahl der konkreten Mitglieder der Partner-Initiative stellte sich die Frage, wie die Ziehung der Stichprobe aus der Gesamtheit der 109 Mitglieder erfolgen sollte.

Es wurde entschieden, Betriebe mit einem möglichst unterschiedlichen Kontext, verschiedenem Angebotsschwerpunkt und einer ausgewogenen räumlichen Verteilung innerhalb des Biosphärengebietes auszuwählen. Bis auf wenige nachfolgend erläuterte Ausnahmen, wurden je Partnerbranche jeweils zwei Mitglieder für ein Interview ausgewählt. Leitend hierfür war, dass somit auch die Auffassungen verschiedener Personen aus denselben Berufsgruppen in die

Analyse mit einfließen konnten. Durch diese Vorgehensweise sollte ein möglichst repräsentativer Ausschnitt der Meinungen und Einschätzungen der Partnerbetriebe zur Thematik erhalten werden.

Die Verteilung der Interviews auf die verschiedenen Partnerbranchen schlüsselt sich wie folgt auf:

Da die Branche Hotellerie und Gastronomie von der Einführung einer Naturtaxe sowie von vielen Möglichkeiten der freiwilligen Finanzierung am direktesten betroffen wäre, wurden aus dieser Branche zwei Interviewpartner ausgewählt. Bezüglich der Branche der Ferienunterkünfte wurde entschieden, nur einen weiteren Vertreter für ein Interview zu wählen, da sich die Voraussetzungen dieser Sparte weitgehend mit denen der Hotellerie und Gastronomie decken.



Abb. 9: Gasthof Friedrichshöhle

Die Branchen der Natur- und Landschaftsführer sowie der außerschulischen Bildungspartner wurden auf Grund ihres verwandten touristischen Angebotes für die Interviews zusammengefasst. Es wurde jeweils ein Vertreter der Natur- und Landschaftsführer sowie der Bildungspartner für ein Interview ausgewählt.

Da sich die Branchen Touristische Informationsstellen, Informationsmobile sowie Informationszentren sehr ähneln, wurde beschlossen, sich wegen der begrenzten Anzahl möglicher Interviews im Rahmen dieser Arbeit, stellvertretend für alle drei Branchen auf die Informationszentren zu konzentrieren. Grund hierfür ist die Annahme, dass die Zentren durch ihren engen Kontakt zu den Besuchern des BGSA die Sichtweise der Touristen gut einschätzen können.



Abb. 10: Verkaufsraum der FLOMAX Naturmode Manufaktur

Um die Vielfalt der Informationszentren möglichst gerecht zu werden, wurde sowohl ein großes als auch ein kleines und ehrenamtlich betriebenes Zentrum für ein Interview ausgewählt.

Bei der Branche der verarbeitenden Betriebe ist insbesondere die Meinung zur Einführung freiwilliger Finanzie-

rungsmöglichkeiten interessant. Ferner haben Betriebe dieser Sparte auch oft durch ihren Ladenverkauf direkten Kontakt mit den Urlaubern im Biosphärengebiet und können dahingehend ebenfalls eine Einschätzung der Zahlungsbereitschaft ihrer Kundschaft in Bezug auf Regionalität und Naturschutz liefern. Deshalb wurden zudem zwei Interviewpartner aus dieser Branche ausgewählt.

Bürgermeister von Gemeinden innerhalb des BGSA

Durch die Befragung zweier Bürgermeister sollte auch die Perspektive der Gemeinden im BGSA in die Überlegungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sollte eine Einschätzung dahingehend erhalten werden, welche Arten von Finanzierungsmöglichkeiten den Rückhalt und die Zustimmung von Seiten der Städte und Gemeinden im Biosphärengebiet erhalten könnten. Dies ist ein ungemein wichtiger Aspekt, da die Unterstützung der Gemeinden für die Realisierung von Finanzierungsmaßnahmen – insbesondere wenn es sich um Instrumente verbindlicher Art handelt – zwingend von Nöten ist.

Die Auswahl der zu befragenden Bürgermeister aus der Gesamtheit von 29 Städten und Gemeinden innerhalb des Biosphärengebietes erfolgte nach ähnlichen Kriterien wie die Stichprobenauswahl der Mitglieder der Partner-Initiative. Auch wurde in diesem Fall, auf Grund einer dadurch bedingten unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzung, die Parteizugehörigkeit der Bürgermeister in die Stichprobenauswahl mit einbezogen.



Abb. 11: Rathaus Münsingen

GeoPark Schwäbische Alb

Durch das Gütesiegel GeoPark werden Landschaften mit herausragenden geologischen und archäologischen Besonderheiten ausgezeichnet. Das Label birgt für Regionen die Chance, ihr Profil zu schärfen und Besucher auf ihr geologisches Erbe aufmerksam zu machen. Neben dem Schutz der geologischen Highlights und der Vermittlung geologischer Themen im Rahmen der Umweltbildung gehören auch die Förderung einer nachhaltigen Regionalentwicklung sowie die wissenschaftliche Forschung zum Aufgabengebiet eines GeoParks.

Der GeoPark Schwäbische Alb setzt sich aus 10 Landkreisen, dem Tourismusverband Schwäbische Alb, der Gemeinde Steinheim am Albuch sowie dem Industrieverband Steine und Erden Baden-Württemberg als Mitgliedern zusam-

men und wird durch eine Geschäftsstelle in Münsingen koordiniert (vgl. GEO-PARK SCHWÄBISCHE ALB o.J. b; GEOPARK SCHWÄBISCHE ALB o.J. c, online).

Ein Interview mit einem Vertreter des Geopark Schwäbische Alb wurde für sinnvoll erachtet, da hierdurch die Fragestellung dahingehend erweitert werden konnte, wie sich die Einführung einer Naturtaxe oder anderer Finanzierungsinstrumente auf weitere tourismusbezogene Projekte auf der Schwäbischen Alb auswirkt, die nicht direkt mit dem Biosphärengebiet verknüpft sind. Ferner sollte ausgelotet werden, inwieweit die Einführung von Finanzierungsmaßnahmen durch den Tourismus auch für den GeoPark eine Perspektive sein könnte und ob sich hierbei etwaige Kooperationsmöglichkeiten mit dem BGSA auf tun.

Externe Experten und Praxisbeispiele aus anderen Regionen

Um eine realistische Einschätzung der Folgen der Einführung einer Naturtaxe und anderer Finanzierungsmaßnahme zu erhalten, wurde außerdem ein externer Experte aus dem Bereich des nachhaltigen Tourismus für ein Interview ausgewählt.

Des Weiteren wurde es, um auf Grundlage langjähriger Erfahrungswerte Erkenntnisse über die Erfolgchancen freiwilliger Finanzierungsmaßnahmen für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus zu erhalten, für wichtig erachtet, einen Mitarbeiter eines aktuellen Praxisbeispiels aus diesem Bereich zu interviewen.

Für die Abwägung von Risiko und Potenzial einer Naturtaxe wurde ein solches gesondertes Interview nicht mehr als notwendig erachtet. Grund dafür ist, dass das einzige momentan existierende Praxisbeispiel einer Naturtaxe in Deutschland, in der Gemeinde Münstertal im Schwarzwald, durch aktuelle Studien schon ausreichend erörtert ist.

Mit Blick auf den zeitlichen Rahmen der Bachelorarbeit wurde sich demnach für eine Gesamtanzahl von 14 Interviews, verteilt auf die vorangehend beschriebenen Personengruppen, entschieden.

Die Auswahl der Schlüsselpersonen wurde in Absprache mit Frau Gessner, Herrn Nagel und Frau Kulesa von der Geschäftsstelle des Biosphärengebietes Schwäbische Alb getroffen. Ferner wurde durch sie die Erlaubnis erteilt, im Rahmen der Anfragen an die möglichen Interviewpartner auf die Unterstützung der Arbeit durch die Biosphärengebiets-Geschäftsstelle hinzuweisen. Deshalb kann die Rolle von Frau Gessner, Herrn Nagel und Frau Kulesa als die der sogenannten „gatekeeper“ definiert werden. „gatekeeper“ (deutsch: Türwächter) zeichnen sich dadurch aus, dass sie auf Grund ihrer Stellung die Möglichkeit haben, dem Forscher Kontakt zu den Interviewpartnern zu verschaffen (vgl. MIEG & NÄF 2005, S. 14).

Die Erstanfrage der Interviewpartner erfolgte in Form eines Anschreibens (siehe Anhang I), in welchem das Thema der Bachelorarbeit und das Ziel der Inter-

views beschrieben wurden, auf postalischem Weg. Einige Tage nach Versand der Anschreiben wurde die Bereitschaft zur Teilnahme an einem Interview telefonisch abgefragt und gegebenenfalls ein Interviewtermin vereinbart.

In einem ersten Anfragedurchlauf wurden 16 potenzielle Interviewpartner angefragt, von denen einer auf Grund eines Krankenhausaufenthalts nicht erreichbar war und einer aus fehlendem Bezug zum Thema absagte. Mit den restlichen 14 Personen konnten Interviewtermine vereinbart werden, wodurch die geplante Anzahl an Interviews erreicht wurde. Deshalb musste der zweite Anfragedurchlauf, für den weitere mögliche Interviewpartner im Falle einer Absage der im ersten Anfragedurchlauf benachrichtigten Personen ausgewählt worden waren, nicht mehr durchgeführt werden. Die genaue Auswahl der Interviewpartner im Rahmen dieser Bachelorarbeit gliedert sich wie folgt auf:

Tab. 3: Übersicht der Interviewpartner

Partner-Initiative des Biosphärengebietes Schwäbische Alb	
Branche: Hotellerie und Gastronomie	2 Interviews <ul style="list-style-type: none"> • Herr Alfons Köhler (Hotel Krone in Ehingen-Dächingen) • Herr Daniel Tress (Naturerlebnis Wimsener Höhle mit historischem Gasthof Friedrichshöhle in Hayingen-Wimsen)
Branche: touristische Informationszentren	2 Interviews <ul style="list-style-type: none"> • Herr Ernst Hoffrichter (Referatsleiter Organisation und Tourismus Haupt- und Landgestüt Marbach) • Herr Edgar Sobkowiak (Hauptamtsleiter der Stadt Schelklingen, stellvertretend für das ehrenamtlich betriebene Infozentrum Schelklingen-Hütten)
Branche: verarbeitende Betriebe	2 Interviews <ul style="list-style-type: none"> • Herr Manuel Straßer (Brennerei Straßer in Dettingen) • Frau Veronika Kraiser (FLOMAX Naturmode GmbH in St. Johann-Gächingen)

Branche: Bildungspartner sowie Natur- und Landschaftsführer	2 Interviews <ul style="list-style-type: none">• Frau Julia Krüger (Wanderreitbetrieb in Mehrstetten)• Frau Maria Stollmeier (eine der Koordinatorinnen der Schwäbischen Landpartie)
Branche: Ferienwohnungen/ Gruppenunterkünfte	1 Interview <ul style="list-style-type: none">• Herr Andreas Hartmaier (Geschäftsführer Hofgut Hopfenburg in Münsingen)
Weitere Interviewpartner	
Bürgermeister von Gemeinden innerhalb des Biosphärengebietes	2 Interviews <ul style="list-style-type: none">• Herr Mike Münzing (Bürgermeister von Münsingen, SPD)• Herr Alexander Baumann (Oberbürgermeister von Ehingen (Donau), CDU)
GeoPark Schwäbische Alb	1 Interview <ul style="list-style-type: none">• Herr Dr. Siegfried Roth (Geschäftsführung GeoPark Schwäbische Alb)
Praxisbeispiele	1 Interview <ul style="list-style-type: none">• Beraterin der Aktion LandZunge (Geschäftsstelle in Bad Waldsee)
Externe Experten	1 Interview <ul style="list-style-type: none">• Herr Prof. Dr. Hartmut Rein (Leiter Masterstudiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement der HNE Eberswalde und geschäftsführender Gesellschafter von BTE Tourismus- und Regionalberatung)

6.2.2 Aufbau des Leitfadens

„Der Leitfaden schneidet die interessierenden Themen aus dem Horizont möglicher Gesprächsthemen heraus und dient dazu, das Interview auf diese Themen zu fokussieren“ (MEUSER & NAGEL 1997, S. 488 in MAYER 2013, S.43). Laut FLICK trägt der konsequente Einsatz des Leitfadens entscheidend dazu bei, die Vergleichbarkeit der Daten zu erhöhen und ihnen durch die Fragen eine Struktur zu verleihen (vgl. FLICK 2014, S. 224).

Insbesondere der Wahl einer klar definierten Fragestellung kommt eine wichtige Rolle zu, da hierdurch die gesamte, mit Hilfe des Leitfadens untersuchte, Thematik strukturiert wird. Bestimmte Aspekte werden ins Zentrum der Untersuchung gerückt, während andere Elemente hinten angestellt beziehungsweise gänzlich ausgeschlossen werden (vgl. ebd., S. 134).

Für die konkrete Entwicklung des Leitfadens gilt es nach MAYER, auf Grundlage theoretischer Vorüberlegungen und anderer Untersuchungen ein sensibilisierendes Konzept zu erstellen. Hierbei sollte sich an der grundlegenden Problemstellung der Untersuchung orientiert werden. Die Länge des Leitfadens sollte auf das für die Beantwortung der zentralen Fragestellung nötige Maß begrenzt werden, da ein zu langer Leitfaden zu einer nicht zu bewältigenden Menge an Datenmaterial führt (vgl. MAYER 2013, S. 43 ff.).

Der Leitfaden an sich sollte in Themenkomplexe aufgegliedert werden, denen wiederum bestimmte Nachfrage-Themen untergeordnet werden. Diese Strukturierung des Leitfadens bietet eine Entlastung für den Interviewer und trägt auch zu einer besseren Vergleichbarkeit der Interviews untereinander bei (vgl. ebd.). Die grobe Gliederung des Leitfadens sollte, in Anlehnung an MIEG und NÄF, demzufolge dreiteilig in

- 1) Intervieweröffnung und Einstiegsfragen
- 2) Hauptteil mit Themenkomplexen und eventuellen Nachfrage-Themen
- 3) Schlussteil mit Rückblick bzw. Ausblick und Dank

erfolgen.

Darüber hinaus sollte ein Interviewleitfaden auch eine grundsätzliche Hilfestellung für den Interviewer bieten, in welcher Form die Einleitung der verschiedenen Themenkomplexe erfolgt und wie die Überleitungen vonstattengehen (vgl. MIEG & NÄF 2005, S. 14). Außerdem besteht die Möglichkeit, wenn im Interviewverlauf Fachbegriffe verwendet werden, die für die Gesprächspartner unklar oder nicht geläufig sein könnten, im Leitfaden eine explizite Definition dazu zu vermerken (vgl. ebd., S. 17).

Bei der Erstellung des Interviewleitfadens im Rahmen dieser Forschungsarbeit wurden sich an den eben genannten Punkten orientiert.

Ziel der Interviews war es, eine Antwort auf die schon in Kapitel 6.3.1 genannte zentrale Fragestellung zu finden:

„Welche Möglichkeit der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus kommt für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb in Frage?“

Darüber hinaus wurden weitere leitende Forschungsfragen entwickelt, welche bei der Erstellung der Themenkomplexe des Interviewleitfadens Anwendung finden und bei der Beantwortung der zentralen Fragestellung hilfreich sein sollen.

Diese sind nachfolgend dargestellt:

1. Welche Rolle spielen Landschaft und Natur auf der Schwäbischen Alb für den Tourismus?
2. Wie ist die Meinung zur Einführung von Finanzierungsinstrumenten für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus bei den Unternehmen mit Tourismusbezug im Biosphärengebiet Schwäbische Alb?
3. Wie ist die Bereitschaft zur Beteiligung an Finanzierungsmöglichkeiten auf freiwilliger Basis bei den Unternehmen mit Tourismusbezug im Biosphärengebiet?
4. Wie kann sich die Einführung einer Naturtaxe auf andere tourismusrelevante Projekte im Biosphärengebiet auswirken?
5. Wie wird die Akzeptanz der Touristen im Biosphärengebiet gegenüber einer Naturtaxe bzw. weiteren Finanzierungsmöglichkeiten eingeschätzt und was könnte man zur Förderung der Akzeptanz unternehmen?
6. Wie wird die Zahlungsbereitschaft der Touristen für die Unterstützung von Naturschutz und Landschaftspflege im Biosphärengebiet eingeschätzt?
7. Was für Maßnahmen im Bereich Naturschutz und Landschaftspflege könnten beziehungsweise sollten durch die Beteiligung des Tourismus finanziert werden?

Der unterschiedliche fachliche Hintergrund machte es unmöglich, von jeder der in Kapitel 6.3.1 aufgeführten Personengruppen eine Antwort auf alle diese Fragestellungen zu erhalten. Deshalb wurde es als sinnvoll erachtet, für jede dieser Gruppen einen angepassten Leitfaden auszuarbeiten, welcher auf das Fachwissen der jeweiligen Interviewpartner abgestimmt ist. Die Leitfäden überschneiden sich in vielen Punkten, setzen aber in bestimmten Bereichen den

Schwerpunkt auf die Beantwortung spezifischer Fragestellungen und lassen in anderen Bereichen Fragen weg, die durch diese Interviewpartner-Gruppe nicht beantwortet werden können. Dies zeigt sich auch bei der Wahl der Themenkomplexe, in welche die Interviewleitfäden aufgegliedert sind. Im Allgemeinen kann für alle Interviewleitfäden gesagt werden, dass deren Grundstruktur in die folgenden Komplexe unterteilt wurde:

- Stellenwert von Natur und Landschaft für den Tourismus
- Akzeptanz und Erwartungen der Auswirkungen einer Naturtaxe
- Einschätzung und Meinungsbild zu verschiedenen Optionen bei der Einführung und Konzeption von Finanzierungsinstrumenten
- Beurteilung von freiwilligen Fördermodellen

In Abhängigkeit von der befragten Personengruppe wurden allerdings Themenkomplexe dieser Grundstruktur weggelassen, beziehungsweise dem Leitfaden noch weitere spezielle Komplexe hinzugefügt.

Durch diese unterschiedliche Schwerpunktsetzung in den Interviewleitfäden kann eine bestmögliche Beantwortung der oben aufgeführten Fragestellungen gewährleistet werden. Zur Veranschaulichung befinden sich Leerdrukke der für die einzelnen Interviewpartner-Gruppen verwendeten Leitfäden in Anhang III.

Um ein Gefühl für die Dauer und den Ablauf des Interviews zu bekommen und problematische oder unverständliche Formulierungen korrigieren zu können ging den Interviews, wie von MAYER empfohlen, ein sogenannter „Pretest“ voraus. Dabei wird der Leitfaden vor Beginn der eigentlichen Interviews in Probeinterviews getestet (vgl. MAYER 2013, S. 45).

6.2.3 Durchführung der Interviews

Zwei der Interviewpartner wünschten, den Interviewleitfaden zur Vorbereitung im Voraus per E-Mail zugesendet zu bekommen (SOKOLOWSKI; BAUMANN). Die restlichen Interviewpartner beantworteten die gestellten Fragen spontan ohne vorherige Vorbereitung.

Die Durchführung erfolgte bei 12 der Interviews telefonisch. Lediglich die Interviews mit Bürgermeister Münzing (Stadt Münsingen) und Oberbürgermeister Baumann (Stadt Ehingen Donau) wurden im Rahmen eines persönlichen Gesprächs abgehalten. Es wurde sich für einen Fokus auf Telefoninterviews entschieden, da diese weitaus effektiver und zeitsparender sind und dadurch eine größere Anzahl an Interviews im zeitlich begrenzten Rahmen der Bachelorarbeit durchgeführt werden konnte, als dies bei persönlichen Interviews der Fall gewesen wäre. Eine größere Bandbreite an verschiedenen Meinungen und Einschätzungen zum Thema wurde in diesem Falle für wichtiger erachtet, als die Vorteile des direkten Kontaktes zum Interviewpartner im Rahmen eines persönlichen Gesprächs.

Der genaue Ablauf der Interviews soll nun näher erläutert werden:

Zu Beginn jedes Interviews wurde den Befragten nochmals der Anlass und das Thema des Interviews erläutert, sowie die eigene Person in Kürze vorgestellt. Während des Interviews wurde anhand des für die betreffende Interviewpartner-Gruppe erstellten Leitfadens vorgegangen. Da der Leitfaden jedoch überwiegend offene Fragen enthielt, wurden auch oftmals Fragen beantwortet, die noch nicht gezielt gestellt worden waren. Teilweise ergaben sich auch spontan Anknüpfungspunkte an weitere Fragestellungen im Gesprächsverlauf und manchmal mussten Fragen ausgelassen werden, da diese nicht mehr auf sinnvolle Weise in einen flüssigen Gesprächsverlauf integriert werden konnten. Jedoch blieb die ursprüngliche zentrale Fragestellung gedanklich immer im Hintergrund, um nicht allzu sehr vom Thema und dem Forschungsgegenstand abzuweichen.

Nach Abschluss des Interviews wurden die Interviewpartner gefragt, ob sie am Erhalt der ausgefertigten Bachelorarbeit interessiert wären. Zudem wurde eine Aufklärung zur Datenschutzvereinbarung durchgeführt, deren genauer Wortlaut im Anhang II nachgelesen werden kann.

Bis auf einen Interviewpartner erteilten alle Befragten die Erlaubnis, sie im Rahmen dieser Bachelorarbeit namentlich zu nennen. Vier Personen machten von der Möglichkeit Gebrauch, das fertige Interviewprotokoll nochmals zur Kontrolle per E-Mail zugesendet zu bekommen, während die restlichen Interviewpartner dies nicht als notwendig erachteten.

Die Interviews wurden im Zeitraum vom 04. Februar 2015 bis zum 19. März 2015 durchgeführt. Die zeitliche Dauer der Interviews schwankte zwischen 20 und 50 Minuten.

6.2.4 Methodik der Datenauswertung

Neben dem Ablauf des Leitfadengesprächs ist nach ATTESLANDER besonders dessen Wiedergabe essenziell. Die Interviews können entweder durch Notizen des Interviewers während der Befragung, in Form von Gedächtnisprotokollen im Anschluss an die Befragung oder mittels Tonbandaufzeichnungen zur Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse festgehalten werden (vgl. ATTESLANDER 2003, S. 157).

Da für die Bearbeitung der Problemstellung dieser Bachelorarbeit insbesondere die allgemeine Meinung und Einschätzung der befragten Personen zur Thematik Relevanz hatte und nicht der exakte Wortlaut der Interviews Untersuchungsgegenstand war, wurde sich gegen Tonbandaufnahmen mit exakter Transkription entschieden. Stattdessen wurden die Ergebnisse der Interviews auf Grundlage einer Kombination aus im Verlauf der Befragungen gefertigten Notizen und

direkt an die Interviews anschließenden Gedächtnisprotokollen verschriftlicht. Die entstandenen Protokolle befinden sich zum Nachlesen in Anhang IV.

Die Auswertung der Interviewprotokolle erfolgte anhand der Methodik der sogenannten qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING. Diese findet insbesondere bei der Analyse subjektiver Sichtweisen mit Leitfadeninterviews, die auch die Grundlage dieser Forschungsarbeit bilden, Anwendung.

Das von MAYRING entwickelte Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse ist vor allem auf eine Verringerung des Ausgangsmaterials angelegt. Dementsprechend ist es für die Auswertung relativ großer Materialmengen, wie sie auch in Form der Interviewprotokolle bei dieser Arbeit anfallen, geeignet. Ferner wurde diese Methodik ausgewählt, da sie durch eine sehr strukturierte Aufbereitung der Analyse eine übersichtlichere und eindeutiger Vorgehensweise darstellt, als andere Verfahren (vgl. FLICK 2014).

Der Ablauf der qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING kann in neun Schritte untergliedert werden, welche nun, mit Bezug auf diese Bachelorarbeit, nachfolgend dargestellt werden (vgl. MAYRING 1983, S. 45 ff. in FLICK 2014, S. 409 f.):

Tab 4. Übersicht der Analyseschritte

Schritte der qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING	Erläuterung zur Umsetzung
1. Schritt: Festlegung des Materials	Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wurden lediglich für die Fragestellung relevante Interviewabschnitte in die Analyse mit einbezogen, um die zu bearbeitende Datenmenge möglichst gering zu halten.
2. Schritt Analyse der Entstehungssituation	Die Inhalte der Schritte 2 bis 5 der qualitativen Inhaltsanalyse wurden in den vorangehenden Kapiteln 6.1 bis 6.3.3 schon eingehend erläutert und müssen deshalb an dieser Stelle nicht nochmals aufgeführt werden.
3. Schritt Formale Charakterisierung des Materials	
4. Schritt Richtung der Analyse	
5. Schritt Theoretische Differenzierung der Fragestellung	

<p>6. Schritt Festlegung der Analysetechnik</p>	<p>Die Wahl der Analysetechnik umfasst nach MAYRING die drei Möglichkeiten Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung.</p> <p>Für die Analyse der Leitfadeninterviews, die als Datengrundlage für diese Bachelorarbeit durchgeführt wurden, wurde die Technik der Strukturierung ausgewählt. Hierbei wird das Material, in diesem Falle die Interviewprotokolle, nach bestimmten Themen, Inhaltsbereichen oder markanten Aspekten durchsucht und dabei Strukturierungen formaler, inhaltlicher, typisierender oder skalierender Art vorgenommen. Für die Beantwortung der Fragestellungen werden bestimmte Kategorien definiert, welche anschließend durch Aussagen aus den Interviews, sogenannte Ankerbeispiele, untermauert werden (vgl. MAYRING 1983 in FLICK 2014).</p> <p>Die Wahl fiel auf die strukturierende Analysetechnik, da diese als die beste Möglichkeit angesehen wird, die Meinungen und Einschätzungen der Interviewpartner zu den verschiedenen Finanzierungsoptionen einander gegenüber zu stellen und in eine nachvollziehbare Reihenfolge zu bringen.</p>
<p>7. Schritt Festlegung der Analyseeinheiten</p>	<p>Die Kodiereinheit legt fest, was der kleinste Textteil ist, der unter eine Kategorie fallen kann. Die Kontexteinheit bestimmt dagegen, was der größte Textbestandteil ist, der noch in eine Kategorie fallen darf. Schließlich definiert die Auswertungseinheit die Abfolge, welche Textabschnitte nacheinander ausgewertet werden.</p> <p>Als Kodiereinheit für die Auswertung der Interviewprotokolle wurde sich im Rahmen dieser Arbeit für einen Satz als den kleinsten Textteil entschieden, welcher in die Analyse mit einbezogen wird. Die Aufgliederung in noch kleinere Bestandteile hätte den Umfang der Forschungsarbeit gesprengt.</p> <p>Als Kontexteinheit wurde die gesamte Aussage, welche von einem Interviewpartner zu einer bestimmten Frage im Protokoll vermerkt ist, gewählt. Diese kann aus mehreren zusammenhängenden Sätzen bestehen.</p>

	Als Auswertungseinheit wurden die einzelnen Interviewprotokolle definiert, im Rahmen derer alle Antworten zu einer Frage, die von den verschiedenen Interviewpartnern getätigt wurden, nacheinander analysiert wurden.
8. Schritt Durchführung der Analyse des Materials	Die Analyse und Interpretation wird in den nachfolgenden Kapiteln behandelt.
9. Schritt Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf die Fragestellung	

7 Auswertung und Interpretation der Interviews

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Leitfadeninterviews erläutert. Wie schon im Kapitel 6.3.1 beschrieben, basieren die Ergebnisse auf 14 Interviews, die mit unterschiedlichen Personengruppen durchgeführt wurden.

Im Folgenden werden die in den Interviews dargelegten Meinungen und Einschätzungen zum Thema Finanzierungsmöglichkeiten von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus im BGSA dargelegt und anschließend analysiert und interpretiert. Hierdurch wird eine Antwort auf die zentrale Fragestellung der Bachelorarbeit, sowie die Beantwortung der in Kapitel 6.3.2 dargestellten 7 leitenden Forschungsfragen ermöglicht.

Die Analyse und Interpretation der Interviewergebnisse erfolgt unter Einbeziehung der im Teil I dieser Bachelorarbeit dargestellten Hintergründe der Beziehung zwischen Naturschutz und Tourismus.

7.1 Stellenwert von Natur und Landschaft für den Tourismus im Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Zu Beginn der Interviews wurde die Meinung der Gesprächspartner eingeholt, wie hoch der Stellenwert von Natur und Landschaft für den Tourismus auf der Schwäbischen Alb eingeschätzt wird. Nur auf Grundlage der Klärung dieser Frage haben die in Kapitel 4.1 erläuterten Begründungen, weshalb von Seiten des Tourismus ein Interesse bestehen sollte finanziell etwas zur Erhaltung der Biodiversität beizusteuern, auch in Bezug auf das BGSA eine Relevanz.

Allgemeine Einschätzung des Stellenwerts von Natur und Landschaft für die Besucher:

Auf die offen formulierte Frage, für wie wichtig die Kulturlandschaft und Natur auf der Schwäbischen Alb als Grund für einen Besuch im Biosphärengebiet eingeschätzt wird, war sich die überwiegende Mehrheit der interviewten Mitglieder der Partner-Initiative einig darüber, dass diese eine ganz zentrale Rolle spielen.

Nach Herrn Hoffrichter, Referatsleiter für Organisation und Tourismus des Haupt- und Landgestüts Marbach, ist die Landschaft vor Ort der essenzielle Faktor, weshalb überhaupt Besucher auf die Schwäbische Alb kommen. Ohne die vielfältige Kulturlandschaft hätte sich der Tourismus auf der Alb wahrscheinlich nicht in der heutigen Form entwickeln können (vgl. Interview HOFFRICHTER 2015). Dieser Meinung schließen sich auch Frau Stollmeier, Herr Hartmeier und Herr Tress an.

Herr Sobkowiak, Hauptamtsleiter der Stadt Schelklingen, sieht darüber hinaus gerade auch den Sport in der Natur, beispielsweise wandern, walking oder fahrradfahren, als wichtigen Faktor, der die Gäste zu einem Besuch auf der Schwäbischen Alb motiviert (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

Die Streuobstgebiete, eines der charakteristischen Merkmale der Kulturlandschaft auf der Schwäbischen Alb, als Beispiel nehmend fügt Herr Straßer hinzu, dass auch der Zusammenhang zwischen der Landschaft und dem Genuss von regional erzeugten Produkten ein weiterer Aspekt sei, welcher für Besucher des Biosphärengebietes von Bedeutung ist (vgl. Interview STRAßER 2015).

Frau Krüger, die einen Wanderreitbetrieb führt, stimmt ebenfalls der allgemeinen Meinung zu, dass der Stellenwert der Natur- und Kulturlandschaft für den Tourismus auf der Schwäbischen Alb sehr hoch ist. Allerdings gibt sie zusätzlich zu bedenken, dass die Besucher oft nicht sehr gut zwischen Natur- und Kulturlandschaft differenzieren können und das grundsätzliche Bewusstsein für die unterschiedlichen Bedingungen der Lebensräume fehlt (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Eine etwas andere Sicht auf die Thematik hat Herr Köhler als Besitzer des Hotels und Landgasthofs Köhlers Krone in Ehingen. Nur ein kleiner Teil seiner Gäste reist für den reinen Landschaftsgenuss an, während die Mehrheit gewerbliche Kundschaft ist oder zu Tagungs- oder Seminarzwecken auf die Schwäbische Alb kommt (vgl. Interview KÖHLER 2015).

Im Allgemeinen deckt sich die Meinung der Partnerbetriebe auf der Schwäbischen Alb in Bezug auf die Fragestellung jedoch mit der allgemeinen Einschätzung von Herrn Prof. Dr. Rein, Studiengangleiter des Masters Nachhaltiges Tourismusmanagement an der HNE Eberswalde und Gesellschafter von BTE Tourismus- und Regionalberatung. Laut dessen Aussage stellen Natur und Landschaft bei den meisten Touristen die Hauptmotivation bei der Entscheidung für eine bestimmte Destination dar, wenn es sich nicht gerade um eine Städtereise handelt (vgl. Interview REIN 2015).

Erwarteter Entwicklungstrend der Bedeutung von Natur- und Landschaftserlebnis als Urlaubsmotiv:

Um einen langfristigeren Blickwinkel auf die Thematik zu erhalten, wurde die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der Bedeutung des Landschaftsgenusses auf der Schwäbischen Alb für die Touristen abgefragt.

Auch hierbei ist sich die überwiegende Mehrheit der Interviewpartner darüber einig, dass in jedem Fall in Zukunft mit einer Zunahme der Bedeutung zu rechnen ist.

Herr Sobkowiak sieht im Verlauf der letzten 10 Jahre einen steigenden Bedarf an Erholung und Freizeit in der Natur von Seiten der Besucher der Schwäbischen Alb. Zur Veranschaulichung wird das Beispiel des Trends zum E-Bike fahren, gerade bei der älteren Generation, aufgeführt. Infolgedessen würden

Rentner wieder mobiler und nutzen unter anderem verstärkt den Donauradweg auf der Schwäbischen Alb für Ausflüge (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

Als zentralen Grund für eine weitere Zunahme der Beliebtheit des Naturgenusses auf der Schwäbischen Alb wird von Herrn Hartmaier und Frau Stollmeier die Gründung des Biosphärengebietes genannt. Über das Label Biosphärengebiet werden die Besonderheiten der Alblandschaft gezielt vermarktet, was sich in Zukunft wahrscheinlich noch vermehrt unter potenziellen Gästen herumsprechen werde (vgl. Interviews HARTMAIER 2015; STOLLMEIER 2015).

Laut Herrn Straßer als Betreiber einer Schnapsbrennerei mit Ladenverkauf in Dettingen a. d. Erms ist selbst im Rahmen der Produktvermarktung ein zunehmender Regionalitätstrend erkennbar. Obstbrände aus regionalen Sorten von der Schwäbischen Alb finden bei den Käufern einen viel größeren Absatz als noch vor 5 bis 10 Jahren (vgl. Interview STRAßER 2015).

7.2 Möglichkeiten der Umsetzung einer Naturtaxe

In den nachfolgenden Unterkapiteln werden die Ergebnisse der Interviewauswertung zu diversen Rahmenbedingungen rund um das Finanzierungsinstrument Naturtaxe dargestellt. Die Einschätzungen und Meinungen hierzu stellen eine wichtige Grundlage dar, um die Sinnhaftigkeit der Einführung einer Naturtaxe im BGSA beurteilen zu können.

7.2.1 Einstellung gegenüber der Einführung einer Naturtaxe

Die generelle Einstellung zur Einführung einer Naturtaxe im BGSA von Seiten der 11 Interviewpartner, die eine direkte Verbindung zum Biosphärengebiet haben (Mitglieder der Partner-Initiative sowie Bürgermeister), ist sehr geteilt. Dies ist im nachfolgenden Diagramm veranschaulicht:

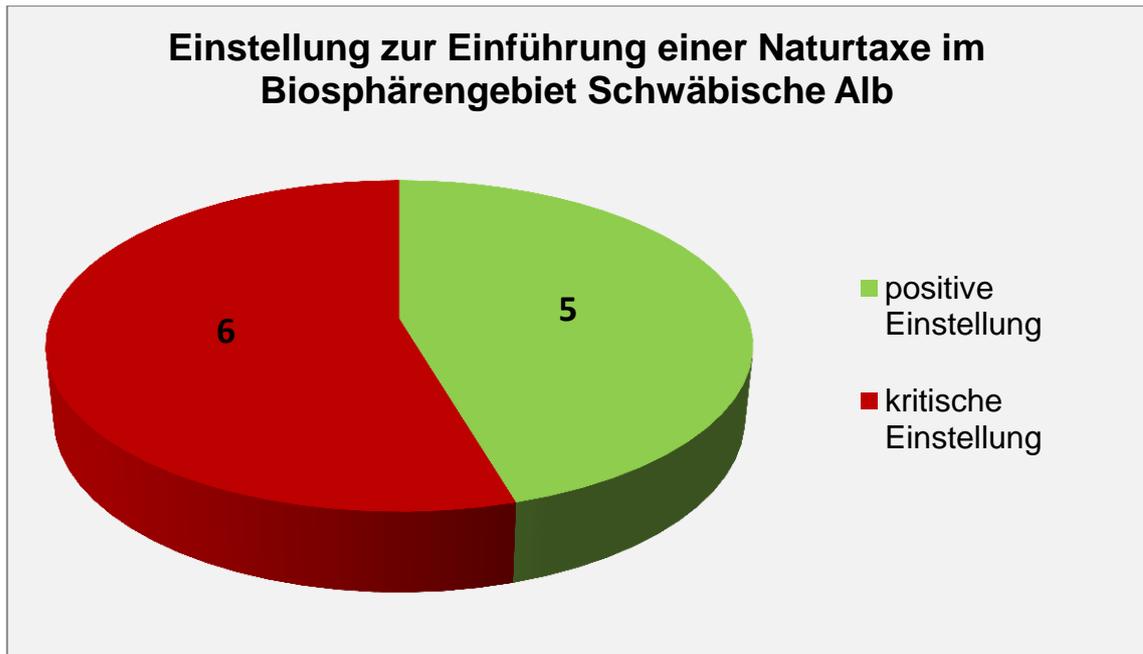


Abb. 12: Übersichtsdiagramm Einstellung zur Einführung einer Naturtaxe

Die von den Interviewpartnern genannten Gründe für eine positive beziehungsweise negative Einstellung gegenüber einer Naturtaxe werden nun nachfolgend näher erläutert:

Gründe für eine positive Einstellung:

Fünf der Interviewpartner (vgl. Interviews HARTMAIER; STRAßER; STOLLMEIER; SOBKOWIAK; TRESS) stehen der Einführung einer Naturtaxe im BGSA im Allgemeinen positiv gegenüber und sehen diese als berechtigt an.

Herr Straßer kann sich vorstellen, dass die Einführung einer Naturtaxe eine gute Möglichkeit ist, um die Vielfalt der Landschaft auf der Schwäbischen Alb zu erhalten. Denn die Bewirtschaftungsweisen, welche zur Entstehung der Kulturlandschaftsformen auf der Schwäbischen Alb, wie beispielsweise der Streuobstwiesen, geführt haben, böten heute keinen Gewinn mehr sondern verursachten im Gegenteil noch zusätzliche Kosten. Deshalb argumentiert er, dass in attraktiven Landschaftsgebieten eine Naturtaxe für ihre Erhaltung ebenso ihre Berechtigung hat, wie eine Kurtaxe in Kurgebieten (vgl. Interview STRAßER 2015).

Von Seiten Herrn Hartmaiers, Geschäftsführer der Ferienanlage Hofgut Hopfenburg, wird angeführt, dass es einzelne Personen gibt, die einen großen Beitrag zu Naturschutz und Landschaftspflege auf der Schwäbischen Alb leisten, während andere Personen nur von der Landschaftserhaltung profitieren ohne etwas dazu beizutragen. Durch eine Naturtaxe könnte ein kleiner finanzieller Ausgleich an die Personen abgeführt werden, die großen Aufwand für die Erhaltung der Landschaft betreiben (vgl. Interview HARTMAIER 2015).

Gründe für eine kritische Einstellung:

Sechs Interviewpartner sehen die Einführung einer Naturtaxe im BGSA als eher kritisch beziehungsweise problematisch an (vgl. Interviews BAUMANN; HOFFRICHTER; KÖHLER; KRAISER; KRÜGER; MÜNZING).

Herr Münzing, Bürgermeister der Stadt Münsingen, gibt zu bedenken, dass im Rahmen einer Naturtaxe nur von Seiten der Übernachtungsgäste Geld eingefordert wird. Dies stelle ein Problem dar, da gerade der Tagestourismus auf der Schwäbischen Alb ebenfalls eine große Rolle spielt und bei einer Naturtaxe für Übernachtungsgäste völlig außer Acht gelassen würde (vgl. Interview MÜNZING 2015). Dieser Meinung schließt sich Frau Krüger an und fügt hinzu, dass die Tagestouristen auch gerade das Besucherklientel sind, das am wenigsten Geld in der Region lässt (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Ferner weist Herr Münzing darauf hin, dass auf der Schwäbischen Alb in vielen Gemeinden selbst die klassische Grundfinanzierung durch den Tourismus in Form einer Kurtaxe fehlt. Deshalb hält er es für schwierig den Gästen zu vermitteln, weshalb sie eine Naturtaxe bezahlen müssen, wenn nicht einmal eine Kurtaxe erhoben wird (vgl. Interview MÜNZING 2015).

Herr Köhler geht bei seiner kritischen Beurteilung der Einführung einer Naturtaxe noch weiter. Der Hotelinhaber merkt an, dass längst nicht jeder Aufenthalt im BGSA touristischer Natur ist. Viele Übernachtungsgäste reisen nicht zum Genuss der Kultur- und Naturlandschaft an, sondern sind gewerbliche Kundschaft. Die Einführung einer Naturtaxe sieht er demnach als problematisch an, da es schwierig sei, zwischen diesen unterschiedlichen Gästegruppen zu differenzieren (vgl. Interview KÖHLER 2015). Dies wird auch von Frau Krüger erkannt und tritt ihrer Aussage nach selbst beim Einzug der Kurtaxe auf den von ihr durchgeführten Wanderritten auf. Einige Urlauber sehen es nicht ein eine Taxe zu bezahlen, wenn sie selbst von den dadurch finanzierten Maßnahmen, wie der Unterhaltung von Schwimmbädern, nicht profitieren (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Im Gegensatz dazu werden Komplikationen bei der Einführung einer Naturtaxe von Seiten Herrn Straßers nicht so sehr bei den Touristen, sondern bei den Beherbergungsbetrieben vorausgesehen. Er vermutet, dass diese zunächst einmal gegen eine Naturtaxe sein würden, da sie dadurch höhere Preise verlangen müssten (vgl. Interview STRAßER 2015).

Von Herrn Köhler wird die Einführung einer Naturtaxe darüber hinaus auf Grund des Verwaltungsaufwands als kritisch angesehen. Denn die Einführung eines Instrumentes wie einer Naturtaxe oder Kurtaxe bedarf seiner Einschätzung nach einer Geschäftsstelle oder Ähnlichem, was wiederum Kosten verursachen würde, die vom eigentlichen Nutzen des Geldes für das Projekt abgezogen werden müssten (vgl. Interview KÖHLER 2015).

Herr Baumann, Oberbürgermeister von Ehingen (Donau) verweist ferner darauf, dass Natur und Landschaft weithin als Allgemeingut betrachtet werden und deshalb die Einführung einer Naturtaxe gegenüber den Touristen schwer zu vermitteln sei. Naturräume, für die Eintrittsgelder oder Ähnliches verlangt werden, müssten wirklich sehr exklusiv und klar abgegrenzt sein. Die Schwäbische Alb sei aber seiner Meinung nach kein solcher Naturraum. Außerdem entschied man sich schon bei der Ausweisung des Biosphärengebietes bewusst gegen den Namen „Reservat“ und die damit oftmals assoziierte Ausgrenzung (vgl. Interview BAUMANN 2015).

7.2.2 Erwartete Reaktion der Touristen bei Einführung einer Naturtaxe

Nachfolgend soll die aus den durchgeführten Interviews hervorgehende erwartete Reaktion der Touristen auf die Einführung einer Naturtaxe im BGSA näher beschrieben werden.

Gründe für die Erwartung einer negativen Reaktion:

Herr Hoffrichter berichtet im Rahmen des Interviews über die negativen Erfahrungen mit der Zahlungsbereitschaft der Touristen im Haupt- und Landgestüt. Viele Besucher beschwerten sich aktuell schon oftmals über die Zahlung einer Kurtaxe und über die Parkgebühr von 2 € pro Tag, die auf den Parkplätzen des Gestüts verlangt wird. Auf Grund dessen vermutet er, dass eine weitere Abgabe eher auf Unverständnis bei den Touristen stoßen und sich kontra-produktiv auf den Tourismusstandort Schwäbische Alb auswirken würde (vgl. Interview HOFFRICHTER 2015).

Darüber hinaus ist nach Einschätzung Herrn Hoffrichters der „Leidensdruck“ des Schwunds der Kulturlandschaft auf Grund fehlender Mittel zur Landschaftserhaltung im BGSA noch nicht groß genug, um für die Besucher sichtbar zu sein. Denn die Landschaftspflege auf der Alb wird bislang über staatliche Fördermittel und ehrenamtliche Verbandsarbeit noch in ausreichender Weise gewährleistet. Da beispielsweise die Verbuschung der Wacholderheiden im jetzigen Stadium für den Laien nicht erkennbar sei, würde sich den Besuchern wahrscheinlich nicht erschließen, welchen Mehrwert sie selbst durch die Zahlung einer Naturtaxe erhalten würden. Demnach würden sie eine solche Abgabe auch nicht gut akzeptieren (vgl. ebd.).

Auch Frau Krüger unterstützt diese Einschätzung, da ihrer Meinung nach eine Naturtaxe ähnlich negativ wie eine Steuer aufgenommen werden würde (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Herr Baumann rechnet ebenfalls mit einem schwerwiegenden Akzeptanzproblem von Seiten der Touristen. Gerade da es sich beim BGSA um einen offenen

Raum handelt, in dem auch Menschen leben und arbeiten und der nicht allein der Natur vorbehalten ist, hält er eine Zahlung für die Landschaftserhaltung vor Ort als schwer nachvollziehbar für die Besucher. Aus seiner Sicht ist die Schwäbische Alb kein derart beliebtes Tourismusgebiet, dass man es sich leisten könne, die Gäste zur Kasse zu bitten (vgl. Interview BAUMANN 2015).

Frau Stollmeier als Koordinatorin der Schwäbischen Landpartie hält eine Naturtaxe an sich zwar für eine sinnvolle Maßnahme, äußert aber Bedenken, dass bei den Menschen noch nicht genug Verständnis dafür vorhanden sein könnte, weshalb sie für die Erhaltung von Natur und Landschaft bezahlen sollen (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

Gründe für die Erwartung einer positiven Reaktion:

Als Gegenargument zu den vorangehend erläuterten Gründen für die Erwartung einer negativen Reaktion der Touristen soll an dieser Stelle auf eine Aussage von Herrn Prof. Dr. Rein hingewiesen werden. Er ist der Meinung, dass gerade durch die Erhebung eines finanziellen Beitrags das Bewusstsein der Touristen für den Wert der Landschaft gestärkt werden könnte. Denn der Spruch „Was nichts kostet ist nichts wert“ könne auch in gewisser Weise auf die Landschaft übertragen werden. Daraus resultiert die Annahme, dass die Einführung einer Naturtaxe über die Einnahme von Geldern hinaus auch die Besonderheit der Natur und Landschaft im Urlaubsgebiet stärker ins Bewusstsein der Touristen rücken würde (vgl. Interview REIN 2015).

Auch von Herrn Tress, Leiter von Naturerlebnis Wimsen und dem Gasthof Friedrichshöhle, wird die Reaktion der Touristen auf die Erhebung einer Naturtaxe eher positiv beurteilt. Seiner Einschätzung nach würde eine solche Zahlung von den Touristen wahrscheinlich als eine übliche und gewohnte Maßnahme wahrgenommen werden, solange die Taxe nicht zu hoch angesetzt und ihr Sinn gut kommuniziert würde. Denn die Menschen seien ohnehin daran gewöhnt, in Urlaubsgebieten zum Zimmerpreis hinzu noch einen zusätzlichen finanziellen Betrag im Rahmen einer Kurtaxe bezahlen zu müssen (vgl. Interview TRESS 2015).

Herr Straßer erwartet ebenfalls eine positive Annahme einer Naturtaxe durch die Touristen, solange ihnen glaubhaft vermittelt wird, dass die Zahlung wirklich einen sinnvollen Beitrag zur Erhaltung der besonderen Landschaft auf der Schwäbischen Alb leistet (vgl. Interview STRAßER 2015).

Noch positiver drückt sich Herr Sobkowiak bei seiner Einschätzung der Zahlungsbereitschaft von Seiten der Touristen aus. Er berichtet von der Erfahrung der Stadt Schelklingen, dass die Besucher es oftmals gar nicht nachvollziehen können, dass man kein Geld von ihnen verlangt und einem dieses teils schon richtiggehend aufdrängen möchten (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

Herrn Hartmaier hält den vorangehend beschriebenen Bedenken der Beherbergungsbetriebe entgegen, dass es eigentlich kein Problem sein sollte, den Gästen die Sinnhaftigkeit einer Naturtaxe zu vermitteln, wenn konkrete Projekte ge-

annt werden können, zu deren Umsetzung die Gelder verwendet werden (vgl. Interview HARTMAIER 2015).

7.2.3 Förderung der Akzeptanz einer Naturtaxe

Naturtaxe ist nicht gleich Naturtaxe. Laut der Aussagen vieler Interviewpartner könne die Akzeptanz einer Naturtaxe im BGSA stark variieren, je nachdem wie diese gestaltet beziehungsweise in welcher Form ihr Sinn und Zweck an die Touristen sowie die betroffenen Unternehmen und Gemeinden vermittelt wird.

Nachfolgend werden nun einige Vorschläge näher beschrieben, die nach Aussagen der Interviewpartner hilfreich wären, um die Akzeptanz einer Naturtaxe im Biosphärengebiet zu erhöhen:

Unterstützung klar definierter Projekte

Ein Großteil der interviewten Partner des Biosphärengebietes vertritt die Auffassung, dass die Besucher mehr Verständnis für eine Naturtaxe im BGSA hätten, wenn die Taxe für bestimmte Projekte und Maßnahmen verwendet und dies auch klar kommuniziert würde. Wichtig sei hierbei auch, dass den Touristen das Gefühl gegeben werde, dass sie auch selbst von den geförderten Maßnahmen profitieren (vgl. Interviews KRAISER; KRÜGER; SOBKOWIAK; STOLLMEIER; STRAßER).

Beispielsweise macht Herr Tress den Vorschlag, dass jährlich konkrete Naturschutz- beziehungsweise Landschaftspflegeprojekte auf der Schwäbischen Alb ausgewählt werden könnten, zu deren Unterstützung die eingenommenen Gelder fließen. Der Sinn und Inhalt der Projekte sollte dann durch möglichst einfach gehaltene Flyer an die Gäste herangetragen werden. Dabei hält es Herr Tress aber für sinnvoll, nicht ein einzelnes Projekt für das gesamte BGSA zu definieren, sondern für die jeweiligen Regionen beziehungsweise Gemeinden spezifische Projekte auszusuchen, die durch die im zugehörigen Gemeindegebiet eingenommenen Gelder gefördert würden.

Seine Begründung hierfür ist, dass wenn beispielsweise ein Gast in Hayingen Urlaub machen und die von ihm bezahlte Naturtaxe dem Naturschutzzentrum Schopflocher Alb zukommen würde, weder für den Gast noch für die Einheimischen ein Zusammenhang erkennbar wäre. Darüber hinaus könnte die Förderung kleinerer Projekte durch eine Naturtaxe helfen, die Touristen auf verschiedene naturschutzfachliche Highlights im Biosphärengebiet abseits der allbekannten „Leuchttürme“, wie beispielsweise dem Truppenübungsplatz, aufmerksam zu machen (vgl. Interview TRESS 2015).

Herr Köhler hält die Akzeptanz einer Naturtaxe von Seiten der Touristen ebenfalls dann für möglich, wenn ein persönlicher Bezug bei den unterstützten Pro-

jekten gegeben ist. Dies könnte seiner Meinung nach beispielsweise der Fall sein, wenn im Rahmen der Naturtaxe Gelder für ein bestimmtes Pflegeprojekt einer Ortsgruppe des Schwäbischen Albvereins mit klar umgrenztem Kostenrahmen gesammelt würden (vgl. Interview KÖHLER 2015).

Information über die Erfolge einer Naturtaxe

Eine weitere Idee zur Akzeptanzförderung ist es, den Touristen vor Ort zu zeigen, was mit Hilfe ihrer Zahlungen im Rahmen einer Naturtaxe alles verwirklicht werden konnte und ihnen dadurch ein positives Gefühl zu vermitteln. Dies könnte ganz ähnlich umgesetzt werden wie beispielsweise bei Parkbänken, auf denen durch ein Schild darauf verwiesen wird, dass sie aus Geldern der Kurtaxe finanziert wurden (vgl. Interview HARTMAIER 2015).

Unabhängig vom BGSA bekräftigt auch Herr Prof. Dr. Rein, dass es äußerst zuträglich für die Zustimmung der Menschen zu einer Naturtaxe ist, wenn ihnen die Möglichkeit gegeben wird, sich die geförderten Maßnahmen vor Ort anzuschauen. Denn so kann der unmittelbare Nutzen der Naturtaxe aufgezeigt und dem Problem vorgebeugt werden, dass eine Naturtaxe von den Besuchern einfach nur als eine weitere undefinierte Gebühr angesehen wird, die eben bezahlt werden muss (vgl. Interview REIN 2015).

Rücksicht auf bestimmte Besuchergruppen

Herr Sobkowiak macht den Vorschlag, bei der Konzeption einer Naturtaxe eine Ausnahmeregelung für Kinder vorzunehmen, wie z.B. Kinder bis zum einem bestimmten Alter von der Taxe freizustellen. Dadurch könnten Familien mit mehreren Kindern, die Urlaub im Biosphärengebiet machen, entlastet und damit ihre Akzeptanz einer Naturtaxe erhöht werden (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

Auch Herr Tress bringt die Überlegung mit ein, beim Einzug einer Naturtaxe zwischen der Anzahl der Übernachtungen im Gebiet zu differenzieren. Wenn erst ab einer Anzahl von zwei Übernachtungen die Zahlung einer Naturtaxe fällig werden würde, könnten dadurch Geschäftsleute, Hochzeitsgäste etc., die sich nicht als klassische Touristen im BGSA befinden, entlastet werden (vgl. Interview TRESS 2015).

Überzeugungsarbeit in den Beherbergungsbetrieben

Durch Herrn Straßer wird die Frage nach der Akzeptanz einer Naturtaxe nochmals aus einem völlig anderen Blickwinkel beleuchtet. Denn wie schon in Kapitel 7.2.2 vermerkt, sieht Herr Straßer das Akzeptanzproblem bei der Einführung einer Naturtaxe weniger auf Seite der Touristen, als bei den Beherbergungsbetrieben.

Da die Beherbergungsbetriebe auf der Schwäbischen Alb nicht immer einen direkten Bezug zur umliegenden Landschaft haben aber im Allgemeinen die

ersten Personen sind, die mit den Gästen Kontakt haben, wird es für wichtig gehalten, vor der Einführung einer Naturtaxe Aufklärungsarbeit in diesem Bereich zu leisten. Denn nur wenn den Beherbergungsbetrieben Zweck und Vorteile einer Naturtaxe nahe gebracht werde, könnten sie auch hinter der Maßnahme stehen und diese gegenüber den Gästen erfolgreich kommunizieren (vgl. Interview STRAßER 2015).

7.2.4 Rahmen einer Naturtaxe

Bezüglich der Bewertung der Sinnhaftigkeit einer Naturtaxe für das BGSA erscheint auch der genaue Rahmen einer solchen Taxe als wichtig.

Hinsichtlich der Ausgestaltung einer Naturtaxe geht aus einigen Interviews hervor, dass es sinnvoll wäre, diese als Gemeinschaftsprojekt für das BGSA als Gesamtheit zu entwickeln.

Herr Tress begründet dies mit dem hohen Stellenwert der gemeinschaftlichen Zusammenarbeit im Biosphärengebiet. Deshalb sei der Erfolg einer Naturtaxe nur möglich, wenn ein politischer Konsens für den Rahmen der Taxe gefunden werden kann, welcher für möglichst alle Biosphärengebietsgemeinden tragbar ist. Er schränkt jedoch ein, dass trotzdem einzelnen Gemeinden mit ohnehin schwachen Infrastrukturen im Hotelgewerbe die Möglichkeit eröffnet werden sollte, nicht an der Einführung einer Naturtaxe teilzunehmen (vgl. Interview TRESS 2015).

Für eine gemeinsame Koordinierung einer Naturtaxe unter dem Dach des Biosphärengebietes wird von Seiten einiger Interviewpartner eine zentrale Verwaltung durch die Biosphären-Geschäftsstelle als essenziell angesehen. Nach Bürgermeister Münzing fehlt es hierfür allerdings aktuell an den nötigen Personalstellen, die dann gegebenenfalls ausgebaut werden müssten (vgl. Interview MÜNZING 2015).

Als Ideenanstoß für eine gemeinsame Rahmgebung einer Naturtaxe im Biosphärengebiet wurde auch die Idee der Entwicklung von einem „Logo der Naturtaxe“ eingebracht. Hierbei könnten beispielsweise durch mit dem Logo gekennzeichnete Informationsschilder auf Projekte und Maßnahmen im gesamten Biosphärengebiet hingewiesen werden, die durch Gelder der Naturtaxe finanziert wurden (vgl. Interview HARTMAIER 2015).

Darüber hinaus konzentriert sich die Überlegung bezüglich des Rahmens einer Naturtaxe insbesondere auf die Frage, ob eine eigenständige Naturtaxe oder aber eine Gestaltung als prozentualer Anteil, der von der Kurtaxe abgezweigt wird, besser für das Biosphärengebiet in Frage käme:

Argumente für eine eigenständige Naturtaxe:

Durch eine separate Naturtaxe könnte das Marketing des Sinn und Zwecks der Taxe gezielter gestaltet werden und dadurch wahrscheinlich mehr Verständnis für eine Zahlung erreicht werden, als dies bei einem Kombinationsmodell mit der Kurtaxe möglich wäre. Diese Variante wäre für die Besucher eindeutiger verständlich, könnte leichter kommuniziert werden und damit auch einen Beitrag zur Bewusstseinsförderung für die Besonderheit der Alblandschaft leisten (vgl. Interviews HARTMAIER 2015; KRAISER 2015).

Argumente für eine Integration in die Kurtaxe:

Da in einigen Städten und Gemeinden im Biosphärengebiet Schwäbischen Alb schon eine Kurtaxe erhoben wird, wird es für problematisch gehalten, eine zweite zusätzliche Taxe einzuführen. Denn dies könne bei den Touristen den Eindruck einer großen Menge an Gebühren erwecken und damit Unwillen erzeugen. Darüber hinaus wäre eine Integration der Naturtaxe in die schon bestehende Kurtaxe auch aus organisatorischer Sicht die einfachere Lösung (vgl. Interviews KRAISER 2015; SOBKKOWIAK 2015; STRAßER 2015).

7.2.5 Auswirkungen einer Naturtaxe auf andere tourismusrelevante Projekte am Beispiel des GeoPark Schwäbische Alb

Da sich die Zielgruppe der Besucher des GeoParks Schwäbische Alb nicht grundsätzlich von der des Biosphärengebietes unterscheidet, ist es wichtig, auch diesen in die Überlegungen rund um die Einführung einer Naturtaxe mit einzubeziehen. Die folgenden Statements zu diesem Thema wurden auf Grundlage des Interviews mit Herrn Dr. Roth, Geschäftsführer des GeoParks Schwäbische Alb, vom 09.02.2015 ausgearbeitet (vgl. Interview ROTH 2015).

Auswirkungen einer Naturtaxe im BGSA auf den GeoPark:

Bei den Besuchern des GeoParks handelt es sich sowohl um Tagestouristen als auch um Übernachtungsgäste, die in der Regel nicht nur wegen der Geotopbesichtigung auf die Alb kommen, sondern meist im Rahmen eines größeren Ausflugs. Demnach spielen Freizeit in der Natur und Landschaftsgenuss auch für die Zielgruppe des GeoParks eine wichtige Rolle.

Nach Einschätzung von Herr Dr. Roth würde der GeoPark zwar nicht unmittelbar von der Einführung einer Naturtaxe profitieren, aber doch indirekt Vorteile daraus ziehen, da die Erhaltung der Landschaft auch für seine Besucher relevant ist. Dass die Urlauber wegen einer so geringen Summe wie einer Naturtaxe vom Besuch der Schwäbischen Alb und damit auch des GeoParks absehen würden, ist aus seiner Sicht definitiv nicht zu erwarten.

Einbeziehung des GeoParks Schwäbische Alb in das Konzept einer Naturtaxe:

Die Entwicklung einer eigenen Taxe speziell für den Erhalt von Geotopen kommt für den GeoPark derzeit nicht in Frage, da es hierfür an der nötigen Logistik fehlt.

Es wird von Seiten des GeoParks aber der Wunsch nach Einbeziehung in das Konzept einer Naturtaxe signalisiert, falls diese im BGSA eingeführt werden würde.

Hintergrund hierzu ist, dass auch der Geotopschutz dem Naturschutzgesetz unterliegt und die Verknüpfung und Übergänge zwischen der Geologie und der charakteristischen Landschaft auf der Schwäbischen Alb fließend sind. Darüber hinaus merkt Herr Dr. Roth an, dass künstliche Geotope, wie beispielsweise ehemalige Abbaustätten, ebenso wie Kalkmagerrasen der Offenhaltung und Pflege für ihre Erhaltung bedürfen. Eine finanzielle Unterstützung durch den Tourismus wäre also auch hilfreich für die Erhaltung der Geotope als Besucherattraktionen.

Auch im Falle der Einführung anderer Finanzierungsinstrumente wie Eintrittsgebühren oder Finanzierungsmöglichkeiten auf freiwilliger Basis wird von Seiten des GeoParks ein Interesse an einer Einbeziehung in die Konzepte geäußert. Bei der Erhebung von Eintrittsgebühren käme hierbei eventuell auch ein Gebühreneinzug an den Attraktionen des GeoParks, wie Schauhöhlen oder Museen, welche ohnehin schon Eintrittsgelder verlangen, in Frage. Für die Realisierbarkeit solcher Maßnahmen wäre allerdings eine Abstimmung und Meinungsumfrage bei den Anbietern des GeoParks vor Ort zwingend notwendig. Der Einführung freiwilliger Fördermodelle wird ebenfalls offen gegenüber gestanden. Es wäre auch gut vorstellbar, sich über die Infostellen des GeoParks an der Sammlung von Spenden für Projekte zur Erhaltung von Natur und Landschaft, gerade auch in Kombination mit der Unterstützung von Geotopen, zu beteiligen.

7.3 Möglichkeiten weiterer verbindlicher Finanzierungsmodelle

Die Untersuchung weiterer verbindlicher Finanzierungsmodelle für das BGSA konzentrierte sich im Rahmen dieser Bachelorarbeit auf die Möglichkeiten der Einführung einer Eintrittsgebühr für besondere Gebiete sowie Nutzungsgebühren für Sportgeräteverleih, geführte Touren oder Parkplätze.

Die 11 Interviewpartner mit einer direkten Verbindung zum Biosphärengebiet (Mitglieder der Partner-Initiative sowie Bürgermeister) begegneten solchen Finanzierungsinstrumenten überwiegend mit Kritik und Skepsis gegenüber der Realisierbarkeit:

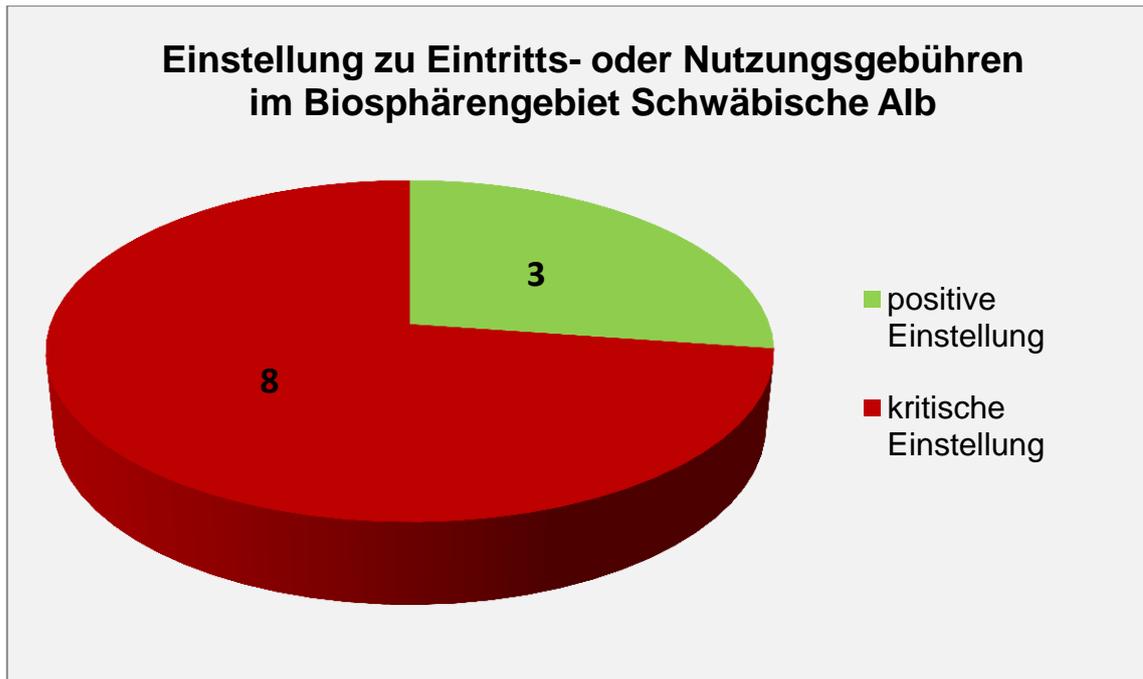


Abb. 13: Übersichtsdiagramm Einstellung zu Eintritts- oder Nutzungsgebühren

Die von Seiten der Interviewpartner genannten Beweggründe für eine positive beziehungsweise kritische Einstellung gegenüber der Erhebung von Eintritts- oder Nutzungsgebühren werden in den nachfolgenden Unterkapiteln näher betrachtet.

7.3.1 Einschätzung und Meinungsbild zu Eintrittsgebühren

Gründe für eine positive Einschätzung von Eintrittsgebühren:

Einige Interviewpartner würden Eintrittsgebühren prinzipiell durchaus als sinnvoll und berechtigt ansehen. Grundlage hierfür ist, dass durch eine Eintrittsgebühr der Fokus bei einer Zahlung für Naturschutz und Landschaftspflege von einer reinen Belastung der Übernachtungstouristen, wie bei einer Naturtaxe, auch auf die Tagestouristen ausgeweitet werden könnte (vgl. Interviews KRAISER; KRÜGER; SOBKOWIAK; TRESS).

Bei bestimmten klar abgegrenzten Highlights auf der Schwäbischen Alb wie Schauhöhlen oder dem Truppenübungsplatz, welche einer besonderen Pflege und Wartung bedürfen, wäre wahrscheinlich auch nicht mit einer negativen Resonanz der Touristen zu rechnen. Es wird allerdings in jedem Falle als wichtig eingeschätzt, dass die Eintrittsgebühr mit einfachen Mitteln umsetzbar ist und nicht ein Großteil der eingenommenen Gelder in Erhebungsstrukturen wie Schranken oder Kassenautomaten fließt (vgl. Interview TRESS 2015).

Gründe für eine kritische Einschätzung von Eintrittsgebühren:

Die aus den Interviews hervorgehenden Gründe für eine kritische Haltung zur Einführung von Eintrittsgebühren im BGSA überwiegen die wenigen genannten positiven Aspekte bei Weitem.

Das Hauptargument, weshalb Eintrittsgebühren im BGSA nicht für sinnvoll gehalten werden, ist die Gefahr, dass diese von den Touristen sehr negativ aufgefasst werden. Da sie sich im Urlaubsgebiet gerne frei bewegen möchten, würde eine Eintrittsgebühr laut Herrn Straßer wohl eher als Strafe aufgefasst werden und nicht als eine sinnvolle Maßnahme zur Erhaltung von Natur und Landschaft (vgl. Interview STRAßER 2015).

Auch aus einer bundesweiten Perspektive heraus sieht Herr Prof. Dr. Rein auf Grund dessen eine erfolgreiche Einführung von Eintrittsgebühren für wenig realistisch an. Hinsichtlich des freien Betretungsrechts der Landschaft werden Gebühren solcher Art in Deutschland meist nicht akzeptiert und werden es wahrscheinlich auch nicht so schnell werden (vgl. Interview REIN 2015).

Darüber hinaus kommen Eintrittsgebühren nur für abgezaunte Gebiete in Frage, wofür es auf der Schwäbischen Alb abseits des Truppenübungsplatzes ohnehin nicht viele Möglichkeiten gibt. Ein weiterer Faktor, der gegen Eintrittsgebühren spricht, ist, dass eine wirklich besondere, kostenaufwändige Infrastruktur vorhanden sein müsste, um eine solche Maßnahme zu rechtfertigen. Dies wäre beispielsweise der Fall, wenn ein Gebiet nur über Moorlehrpfade aus Holzbohlen betreten werden kann, was aber im BGSA in dieser Form nicht vorhanden ist (vgl. ebd.).

Hinsichtlich der wenigen für eine Eintrittsgebühr in Frage kommenden Gebiete im BGSA werden außerdem Bedenken geäußert, dass deren Anziehungskraft für die Touristen für eine solche Maßnahme nicht ausreichen könnte. Würde beispielsweise der Truppenübungsplatz eingezäunt und eine Eintrittsgebühr verlangt, bestünde das Risiko, dass zukünftig die Besucher ausbleiben und auf andere Bereiche der Schwäbischen Alb ausweichen (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

7.3.2 Einschätzung und Meinungsbild zu Nutzungsgebühren

Gründe für eine positive Einschätzung von Nutzungsgebühren:

Die Argumente, die für eine Einführung von Nutzungsgebühren im Biosphärengebiet sprechen, decken sich weitestgehend mit den von den Interviewpartnern vorgebrachten positiven Aspekten von Eintrittsgebühren. Hierbei wird es ebenso von einigen Gesprächspartnern prinzipiell für sinnvoll gehalten, auch Modelle

für eine Beteiligung der Tagestouristen an der Erhaltung von Natur und Landschaft auf der Schwäbischen Alb einzuführen.

Gerade die Etablierung von Parkgebühren wird für relativ leicht durchführbar gehalten und könnte laut Aussagen von Frau Krüger durchaus in der Masse einiges an Geldern für Naturschutz und Landschaftspflege einbringen. Informationen für die Touristen zur genauen Verwendung der eingenommenen Finanzmittel werden für eine Förderung der Akzeptanz aber für sehr sinnvoll gehalten (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Von Frau Kraiser, Inhaberin der FLOMAX Naturmode Manufaktur im Biosphärengebiet, wird darüber hinaus auch angemerkt, dass die Bezahlung von Parkgebühren auch in jeder Stadt Normalität hat. Deshalb würde nichts dagegen sprechen auch die ländlichen Räume daran anzugleichen, vor allem, wenn die Gelder darüber hinaus einem positiven Zweck wie der Pflege der Landschaft vor Ort zu Gute kämen (vgl. Interview KRAISER 2015).

Nach Einschätzung Herrn Sobkowiaks würden auch Wohnmobilstellplätze beziehungsweise Campingplätze auf der Schwäbischen Alb gute Möglichkeiten bieten, um ohne viel zusätzlichen personellen und finanziellen Aufwand eine Nutzungsgebühr zu generieren (vgl. Interview SOBKOWIAK am 09.02.2015).

In einigen Interviews kamen darüber hinaus die Gesprächspartner unabhängig voneinander immer wieder auf das Donautal als hochfrequentierte Fahrradstrecke sowie das Lautertal als beliebte Motorradroute zu sprechen. In Zusammenhang damit sprach sich Herr Hartmaier dafür aus, dass sich stark befahrene Bereiche der Schwäbischen Alb, welche gerade an den Wochenenden von vielen Personen lediglich zur Durchfahrt genutzt werden, für die sinnvolle Umsetzung einer Nutzungsgebühr eignen würden.

Denn gerade die Menschen, die weder Angebote vor Ort nutzen noch in Gasthöfen, Hotels oder Geschäften eine finanzielle Wertschöpfung für die Region bewirken, aber dennoch durch ihre Durchfahrt Schaden an der Natur verursachen, sollten für eine Zahlung herangezogen werden. Auf Grundlage dessen macht Herr Hartmaier den Vorschlag, an solchen Routen im Biosphärengebiet die Menschen im Rahmen einer Art Maut zur Kasse zu bitten (vgl. Interview HARTMAIER 2015).

Gründe für eine kritische Einschätzung von Nutzungsgebühren:

Bezüglich der Einführung von Parkgebühren für Naturschutzzwecke taucht in vielen Interviews die Begründung auf, dass diese immer dann für sinnvoll empfunden werden, wenn für die Besucher Alternativen zur Anreise mit dem Auto, wie beispielsweise mit Bus oder Bahn, in ausreichendem Umfang vorhanden sind. Dann kann durch solche Gebühren über die gewonnenen Finanzmittel hinaus auch eine Mobilitätslenkung im betreffenden Gebiet erreicht werden. Da der öffentliche Personennahverkehr auf der Schwäbischen Alb aber in weiten

Teilen schlecht ausgebaut ist, seien Parkgebühren eher ein negatives Signal an die Touristen (vgl. Interviews REIN 2015; STRABER 2015).

Herr Hoffrichter merkt darüber hinaus im Interview an, dass die Einrichtungs- und Betriebskosten von entsprechenden Parkautomaten und eventuellen Schranken wahrscheinlich so hoch wären, dass sich der Aufwand der Einführung von Parkgebühren nicht lohnen würde (vgl. Interview HOFFRICHTER 2015). Ferner wurde die Sorge geäußert, dass die Einführung von Parkgebühren dazu führen könnte, dass die Touristen zum Parken auf die Innenbereiche der Dörfer ausweichen, um die Gebühren auf den Besucherparkplätzen zu vermeiden (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

Auch aus Sicht Herrn Hartmaiers und Herrn Köhlers werden Nutzungsgebühren prinzipiell für sinnvoll befunden, aber in der Realität auf Grund fehlender Akzeptanz von Seiten der Touristen für schlecht umsetzbar gehalten. Herr Hartmaier weist darauf hin, dass auf der Schwäbischen Alb bereits des Öfteren überlegt wurde, Nutzungsgebühren als Aufwandsentschädigung für die Instandsetzung von Langlaufloipen einzuführen. Und obwohl es bei der Benutzung von Skiliften eine Selbstverständlichkeit ist einen Liftpass zu bezahlen, äußern die Besucher großen Unwillen wenn es um ein ähnliches Konzept für die Loipennutzung geht. Probleme dieser Art werden deshalb ebenso bei der Einführung von Nutzungsgebühren für Naturschutz und Landschaftspflege vorausgesehen (vgl. Interviews HARTMAIER 2015; KÖHLER 2015).

Ein Aufpreis für die Naturschutz- und Landschaftspflege bei geführten Touren wird aus Sicht von Herr Prof. Dr. Rein nicht für realistisch gehalten, da solche Touren sowieso meistens nicht oder nur knapp kostendeckend für den Anbieter sind. Ein zusätzlicher Aufpreis hätte dazu eventuell noch einen Einbruch der Gästezahlen zur Folge (vgl. Interview REIN 2015).

Der Verleih von Sportgeräten oder Ähnlichem ist nach Herrn Sobkowiaks Einschätzung ebenfalls nicht gut zur Generierung von Nutzungsgebühren geeignet. Als Grund wird genannt, dass die hierfür vorhandenen Strukturen im BGSA ohnehin nicht gut ausgebaut sind, da die meisten Besucher ihre Fahrräder, Kajaks etc. selbst mitbringen (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

Diese Möglichkeit kritisiert Frau Stollmeier außerdem dahingehend, dass damit immer nur die wenigen Gäste zur Kasse gebeten würden, die Verleihunternehmen in Anspruch nehmen und damit Geld in der Region lassen. Das eigentliche Klientel, das für die Unterstützung der Landschaftserhaltung herangezogen werden müsste, seien die Gäste, die mit eigenen Sportgeräten und Verpflegung zu Tagesausflügen anreisen und damit in keiner Form zur Unterstützung der Region beitragen. Um diese in ein Finanzierungskonzept mit einzubeziehen besteht laut Frau Stollmeier jedoch so gut wie keine Möglichkeit (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

7.4 Möglichkeiten einer Finanzierung auf freiwilliger Basis

7.4.1 Beurteilung freiwilliger Finanzierungsinstrumente

Bei der Frage, was von freiwilligen Finanzierungsinstrumenten für die Erhaltung von Landschaft und Natur durch den Tourismus gehalten wird, waren die Antworten der 11 Interviewpartner mit direktem Bezug zum Biosphärengebiet (Mitglieder der Partner-Initiative sowie Bürgermeister) in ähnlicher Weise geteilt, wie schon bei der Diskussion um eine Naturtaxe. Das nachfolgende Diagramm bietet abermals einen Überblick über die generelle Einstellung der Interviewpartner:

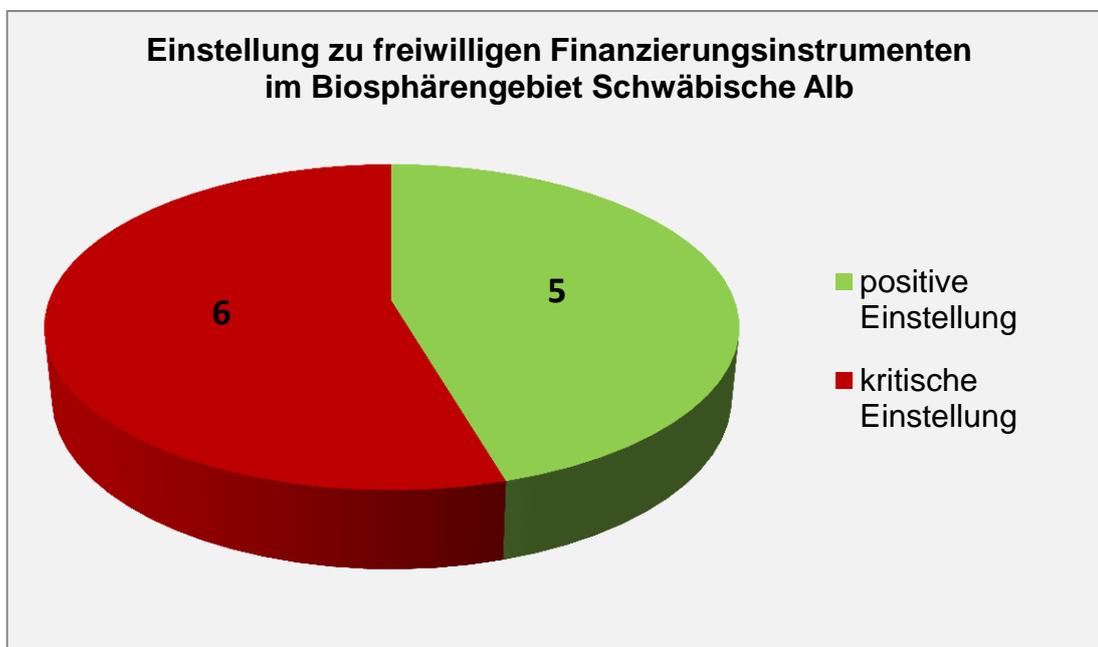


Abb. 14: Übersichtsdiagramm Einstellung zu freiwilligen Finanzierungsinstrumenten

Die in den Interviews genannten Beweggründe für eine positive beziehungsweise kritische Einstellung werden nun nachfolgend detailliert vorgestellt.

Gründe für eine positive Einstellung gegenüber freiwilligen Finanzierungsinstrumenten:

Frau Krüger und Herr Münzing halten Finanzierungsmodelle auf freiwilliger Basis für die sinnvollste Lösung einer Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus. Grund hierfür ist, dass die Besucher bei freiwilligen Maßnahmen den Hintergrund und Zweck der Zahlung besser erkennen könnten, als dies bei einer Steuer oder Gebühr der Fall wäre.

Auch hätten freiwillige Maßnahmen keinen negativen Beigeschmack für die Besucher. Sie böten deshalb die Chance, über eine Sammlung von Geldern hinaus die Touristen auf die landschaftlichen Besonderheiten der Region aufmerksam zu machen und dafür zu begeistern. Im Gegensatz zu einer erzwungenen Gebühr würde den Gästen durch eine freiwillige Beteiligung das Gefühl vermittelt, etwas Gutes zu tun, was einen großen emotionalen Mehrwert für die Touristen mit sich brächte (vgl. INTERVIEWS KRÜGER 2015; MÜNZING 2015).

Diese Auffassung spiegelt sich ebenfalls in den Erfahrungen der schon in Kapitel 4.2 vorgestellten LandZunge-Initiative wieder. Im Rahmen des Interviews mit der dortigen Geschäftsstelle wurde aufgezeigt, dass ihre Aktion „Herde der Gäste“ in jedem Fall die Wertschätzung der Gäste für die gute Fleisch-Qualität der Weiderinder, sowie das Bewusstsein für deren tragende Rolle für die Erhaltung der Kulturlandschaft gestärkt hat (vgl. Interview LANDZUNGE 2015).

Ferner verweist Herr Münzing darauf, dass in anderen Schutzgebieten schon wichtige Naturschutzprojekte auf Grundlage einer freiwilligen Beteiligung umgesetzt werden konnten (vgl. Interview MÜNZING 2015).

Herrn Hoffrichters Argumentation geht in eine ähnliche Richtung. Er erläutert, dass im Bereich der Regionalvermarktung auch im BGSA aktuell schon freiwillige Finanzierungsmodelle am Laufen sind.

Als Beispiel nennt er das 2014 im Rahmen einer privaten Initiative eingeführte sogenannte „Biosphärenblöckle“. Hierbei handelt es sich um ein Gutscheineheft, bei dem die beteiligten Betriebe und Partner kleine Anreize für die Touristen zur Verfügung stellen, um auf die Schwäbische Alb zu kommen. Beispielsweise bekommen die Gäste mit Hilfe des Gutscheinehftes einen Nachtisch in einem Restaurant im Biosphärengebiet gratis. Durch den Erfolg solch bestehender Projekte hält Herr Hoffrichter ein ähnliches Konzept im Bereich der Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz im Biosphärengebiet durchaus für Erfolg versprechend (vgl. Interview HOFFRICHTER 2015).

In Bezug dazu merkt Frau Krüger an, dass es ohnehin ursprünglich von der Partner-Initiative des Biosphärengebietes so gedacht gewesen sei, dass die Partner Spenden für Naturschutzprojekte einsammeln. Bis heute ist dies nur noch nicht in die Tat umgesetzt worden (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Als Vorteil freiwilliger Finanzierungsmodelle sieht Frau Stollmeier darüber hinaus die Chance, dass durch kreative und gut durchdachte Instrumente eventuell auch ein Teil der Besucher des Biosphärengebietes erreicht werden kann, der bisher auf die Schwäbische Alb kommt, ohne Geld in der Region zu lassen (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

Ein anderes Argument, das für freiwillige Finanzierungsinstrumente spricht, wird von Herr Köhler hervorgebracht. Seiner Meinung nach würden auch die Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe sowie andere Unternehmen im BGSA mit Sicherheit viel mehr Engagement und Begeisterung in die Umsetzung von Konzepten auf freiwilliger Basis investieren. Hinter einer Naturtaxe oder Gebühr

würde keinerlei Eigenmotivation von Seiten der Unternehmen stehen, während die Unterstützung freiwilliger Modelle für die Landschaftserhaltung zu einer positiven Außendarstellung und öffentlichen Wahrnehmung der Betriebe beitragen könnte (vgl. Interview KÖHLER 2015).

Gründe für eine kritische Einstellung gegenüber freiwilligen Finanzierungsinstrumenten:

Einige Interviewpartner vertreten die Auffassung, dass über freiwillige Beiträge der Touristen wahrscheinlich nicht genug Finanzmittel eingenommen werden können. Der Nutzen von freiwilligen Finanzierungsmodellen würde die dafür nötigen Kosten und den Aufwand nicht aufwiegen (vgl. Interviews BAUMANN; HARTMAIER; STRAßER; TRESS).

Diese Meinung wird wiederum durch das Interview mit der LandZunge-Initiative bestätigt. Die gesammelten Spendenbeiträge im Rahmen ihrer Aktion „Herde der Gäste“ können zwar als kleiner Zuschuss in die Unterstützung der Landschaftspflege vor Ort einfließen, leisten aber im Allgemeinen keinen wesentlichen Beitrag, der mit den Einnahmen einer Naturtaxe vergleichbar wäre (vgl. Interview LANDZUNGE 2015).

Darüber hinaus werden Finanzierungsinstrumente auf freiwilliger Basis von der Planung und Umsetzung her für sehr unübersichtlich und schwer kalkulierbar gehalten. Eine realistische Planung, welche Art von Landschaftspflege- und Naturschutzprojekten mit den Einnahmen umgesetzt werden können, sei nicht möglich, wodurch es auch an Glaubwürdigkeit und Transparenz für die Besucher fehle (vgl. Interviews BAUMANN; HARTMAIER; STRAßER; TRESS).

Auch vom Handling her wird die Umsetzung freiwilliger Finanzierungsinstrumente als schwierig eingeschätzt. Wenn man beispielsweise als Ladeninhaber oder Gastronom prozentual einen Teil des Gewinns aus dem Verkauf seiner Produkte zur Unterstützung der Landschaftspflege abführen müsste, würde dies enormen logistischen Aufwand verursachen (vgl. Interview KRAISER 2015).

Die Einführung von freiwilligen Kompensationszahlungen für den Einfluss der Touristen auf die Natur vor Ort nach dem Vorbild der CO₂-Kompensation bei Flugreisen durch das Projekt „Atmosfair“ sieht Herr Prof. Dr. Rein ebenfalls als problematisch an. Er gibt zu bedenken, dass dem Gast durch solche Maßnahmen indirekt unterstellt werde ein Schädling für das betreffende Gebiet zu sein. Dies sei definitiv die falsche Botschaft und würde einer Identifikation der Besucher mit dem Urlaubsgebiet entgegenwirken (vgl. Interview REIN 2015).

7.4.2 Vorschläge für freiwillige Finanzierungsinstrumente

Die Einstellung gegenüber der Einführung freiwilliger Finanzierungsmaßnahmen im BGSA geht, wie im vorigen Kapitel dargestellt, bei den Interviewpartnern recht weit auseinander.

Auf Grund der enormen Vielfalt an freiwilligen Finanzierungsinstrumenten ist jedoch anzumerken, dass obwohl von Seiten der Interviewpartner teils eine positive und teils eine negative Einschätzung zum Ausdruck gebracht wurde, dies nicht immer auf alle Formen einer Finanzierung auf freiwilliger Basis im gleichen Maße zutrifft.

Im Rahmen der Interviews wurden doch zahlreiche Vorschläge für eine Finanzierung auf freiwilliger Basis gemacht, die von einigen Interviewpartnern durchaus als erfolgversprechend für das BGSA bewertet wurden.

Diese werden in der nachfolgenden Tabelle vorgestellt:

Tab. 5: Vorschläge für Finanzierungsinstrumente auf freiwilliger Basis

Finanzierungsinstrument	Beschreibung
Spendenboxen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufstellen von Spendenboxen an touristisch stark frequentierten Orten, Gasthöfen, Hotels und Spendensammlung auf Veranstaltungen, geführten Touren etc.
Anreizsysteme über Gutscheine	<ul style="list-style-type: none"> • Vergünstigungen im Biosphärengebiet durch den Verkauf von Gutscheinheften anbieten (siehe „Biosphärenblöckle“ in Kapitel 7.4.1) • Möglichkeit einer indirekten Unterstützung der Landschaftspflege
Kompensationsmaßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Nach dem Vorbild der CO₂-Kompensation (siehe Beispiel „Atmosfair“ in Kapitel 4.2) • Interessantes Konzept in Verbindung mit der Bezahlung von Hotelübernachtungen o.ä.

Gewinnspiel/Lotterie	<ul style="list-style-type: none">• Verkauf von Losen, bei denen die Gäste die Möglichkeit haben Gutscheine für regionale Produkte oder Veranstaltungen im Biosphärengebiet zu gewinnen → Erlös aus dem Loseverkauf fließt in Landschaftspflege-/Naturschutzprojekt• Eventuell auch als einmalige Maßnahme bei bestimmten Veranstaltungen denkbar
Vermarktung/Verkauf regionaler Produkte	<ul style="list-style-type: none">• Aufpreis auf bestimmte Produkte in Läden bzw. Gerichte in den Gasthöfen, der in Naturschutz- und Landschaftspflegeprojekte fließt → Evtl. in Verbindung mit der Einführung eines Labels denkbar (z.B. Titel „ein Stück Schwäbische Alb“) durch das Produkte ausgezeichnet werden, mit deren Kauf man ein Naturschutzprojekt unterstützt• Verkauf von einem Produkt mit minimalem Kostenaufwand, für das die Gäste aber gerne bereit sind etwas zu bezahlen (z.B. Papiertütchen mit Pflanzensamen von der Schwäbischen Alb)
Patenschaftsmodelle	<ul style="list-style-type: none">• Übernahme von Patenschaften für z.B. ein Schaf oder einen Streuobstbaum durch die Touristen• Verknüpfung mit einer Gegenleistung für die Touristen, wie z.B. einer Landschaftsführung im Jahr oder einem Essen in einem Gasthof vor Ort für alle Paten

In der folgenden Graphik wird die Anzahl der positiven Bewertungen dieser Möglichkeiten freiwilliger Finanzierungsinstrumente durch die Gesprächspartner (Mitglieder der Partner-Initiative sowie Bürgermeister) veranschaulicht:

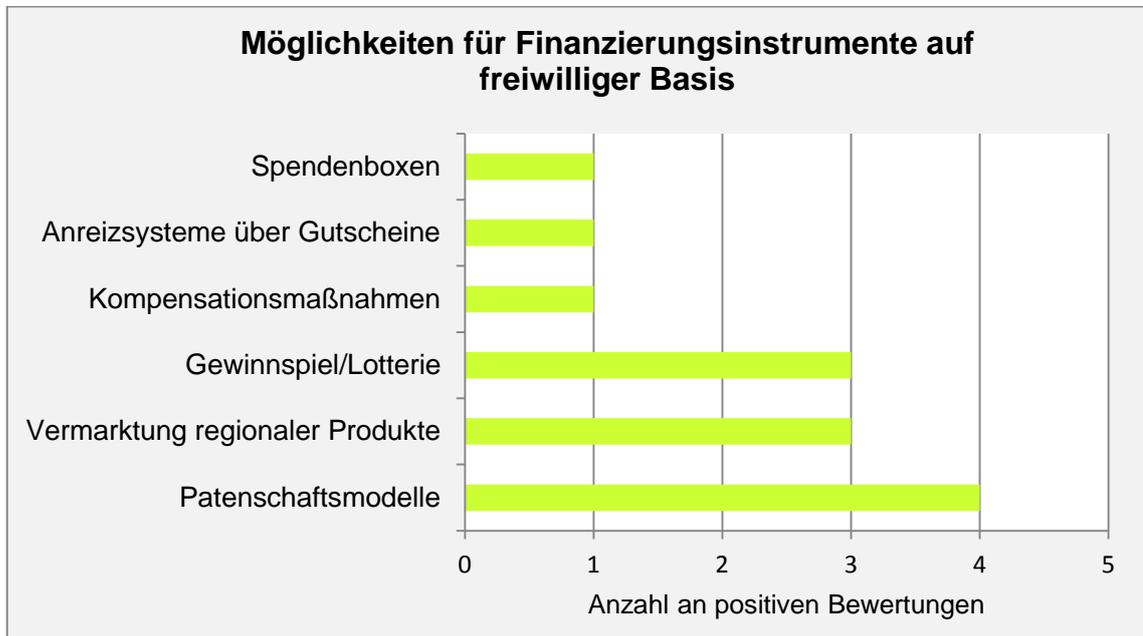


Abb.15: Übersicht möglicher Finanzierungsinstrumente auf freiwilliger Basis

7.4.3 Faktoren für den Erfolg freiwilliger Finanzierungsinstrumente

Damit freiwillige Finanzierungsinstrumente überhaupt erfolgreich im BGSA umgesetzt werden können, wurde in den Interviews eine Reihe von Faktoren genannt, die aus Sicht der Gesprächspartner unabdingbar sind.

Herr Münzing empfindet es für den Erfolg freiwilliger Modelle als ungemein wichtig, nicht nur die Touristen in den Fokus zu setzen, sondern auch bei den einheimischen Bürgern um eine finanzielle Beteiligung zu werben. Was zähle, sei lediglich die Identifikation mit dem BGSA, aber nicht ob es sich um Touristen oder Einheimische handele. Ebenso werden Maßnahmen, die mit einer einmaligen Zahlung verknüpft sind, von Herrn Münzing als eine bessere Möglichkeit angesehen als langfristige Verpflichtungen, vor denen sich die meisten Menschen scheuen (vgl. Interview MÜNZING 2015).

Darüber hinaus wäre es hilfreich, wenn ein attraktiver Anreiz für die finanzielle Beteiligung geboten würde. Frau Stollmeier sieht ein Geben und Nehmen für beide Seiten als wichtige Voraussetzung für die Spendenbereitschaft an (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

Auch die Verknüpfung des Finanzierungsinstruments mit der Unterstützung eines konkreten, klar definierten Projekts und eine aktive Vermarktung und Wer-

bung spielen eine große Rolle. Werbung könnte neben der Information durch Flyer, Plakate und Internetauftritte auch im Rahmen von Gästeführungen im Biosphärengebiet geschehen. Denn Führungen bieten eine gute Möglichkeit, den Gästen gleich vor Ort das zu unterstützende Projekt vorzustellen, die Hintergründe zu erläutern und im Anschluss daran für die finanzielle Unterstützung zu werben (vgl. Interview MÜNZING 2015).

Durch Herr Prof. Dr. Rein wird zur Förderung des Werbeerfolgs darüber hinaus der Vorschlag gemacht, das freiwillige Finanzierungsinstrument, wie beispielsweise ein Gewinnspiel, durch ein geeignetes Leittier zu vermarkten, welches Sympathien bei den Besuchern weckt. Als Vorbild hierfür wird zum Beispiel der Panda beim World Wide Fund For Nature (WWF) oder die Wildkatze beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) genannt (vgl. Interview REIN 2015).

7.4.4 Einschätzung der Realisierbarkeit im Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Für die Realisierbarkeit freiwilliger Finanzierungsinstrumente im Biosphärengebiet Schwäbische Alb spielen neben den in Kapitel 7.4.3 genannten Faktoren auch die generelle Zahlungsbereitschaft der Touristen sowie die Beteiligungsbereitschaft der ortsansässigen Unternehmen mit touristischem Bezug eine große Rolle.

Einschätzung der Zahlungsbereitschaft der Touristen:

Die freiwillige Zahlungsbereitschaft der Touristen wird von den Interviewpartnern unterschiedlich beurteilt.

Wenn den Gästen erklärt werde, für welche Art von Projekt und zu welchem Zweck die Spendengelder benötigt werden, seien laut Herrn Köhler viele Gäste dazu bereit einen freiwilligen Beitrag zur Erhaltung von Natur und Landschaft zu leisten (vgl. Interview KÖHLER 2015). Auch Frau Krüger ist dieser Meinung, insbesondere wenn die Gäste im Rahmen ihres Ausflugs die Landschaft vor Ort auf positive Weise erleben (vgl. Interview KRÜGER 2015).

Weitere, im Rahmen der Interviews beschriebene Erfahrungen mit den Touristen im Biosphärengebiet, sprechen ebenso für diese Vermutung.

Frau Kraiser schätzt die Zahlungsbereitschaft und das Interesse der Besucher gerade in Hinblick auf regionale Produkte sehr hoch ein. Beim Verkauf in ihrem Laden entscheiden sich die Gäste oftmals ganz bewusst für regionale Qualitätsprodukte und sind auch gerne bereit, hierfür einen höheren Preis zu bezahlen. Sie berichtet darüber hinaus davon, dass viele Reisende, die bei FLOMAX einkaufen, sehr begeistert von der Landschaft auf der Schwäbischen Alb sind.

Dies lasse den Schluss zu, dass sie sicher auch bereit wären, sich auf freiwilliger Basis an der Finanzierung der Landschaftserhaltung zu beteiligen, wenn man sie darum bittet (vgl. Interview KRAISER 2015).

Auch Herr Sobkowiak vertritt die Einschätzung, dass unter den Touristen sicherlich einige Menschen vorhanden sind, die beim richtigen Konzept für eine freiwillige Finanzierungsmaßnahme bereit wären, Geld für die Unterstützung von Landschaftspflege- und Naturschutzprojekten zu spenden. Gerade auch bei der Touristenattraktion „Hohler Fels“ in Schelklingen wurde oft die Erfahrung gemacht, dass die Besucher gerne einen kleinen Beitrag spenden würden, um dadurch ihre Wertschätzung auszudrücken, und dies obwohl aktuell keine geeigneten Strukturen dafür vorhanden sind (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

Trotzdem wurden während der Interviews auch einige Stimmen laut, die befürchten, dass auf Grund des fehlenden Bewusstseins der Touristen für die Notwendigkeit der Unterstützung der Landschaftspflege auf der Schwäbischen Alb die Zahlungsbereitschaft sehr gering ausfallen wird (vgl. Interviews BAUMANN 2015; HARTMAIER 2015; STRAßER 2015).

Beteiligungsbereitschaft von Seiten der Tourismusunternehmen:

Insgesamt betrachtet wird die Beteiligungsbereitschaft der interviewten Mitglieder der Partner-Initiative des Biosphärengebietes an der Umsetzung und Bewerbung von freiwilligen Finanzierungsinstrumenten als recht hoch eingestuft.

Sowohl Frau Kraiser als auch Frau Krüger wären zu einer Beteiligung bereit, wenn durch das Biosphärengebiet freiwillige Finanzierungsinstrumente auf den Weg gebracht würden. Frau Kraiser bekräftigt dahingehend nochmals, dass die Bereitschaft der Spendengenerierung für den Naturschutz ohnehin schon eines der Kriterien für eine Mitgliedschaft bei der Partner-Initiative ist (vgl. Interviews KRAISER 2015; KRÜGER 2015).

Obgleich er sich von freiwilligen Finanzierungsmaßnahmen nicht viel verspricht, hält auch Herr Straßer eine Beteiligung für vorstellbar (vgl. Interview STRAßER 2015).

Ebenso schätzt Herr Hoffrichter die Chancen für die Beteiligung des Haupt- und Landgestüts an Finanzierungsmodellen auf freiwilliger Basis als sehr gut ein. Tatsächlich würde sich auch bisher schon an Naturschutzprojekten beteiligt, welche keinen direkten Profit für das Gestüt bedeuten. Beispielsweise wird aktuell auf den Ländereien des Gestüts eine Pflegemaßnahme zusammen mit dem Forst durchgeführt, im Rahmen derer eine Fläche freigeschnitten wird, um der früher dort vorkommenden Küchenschelle (*Pulsatilla vulgaris*) ihren Lebensraum zurück zu geben (vgl. Interview HOFFRICHTER 2015).

Herr Sobkowiak sieht es insgesamt als wichtig an, dass sich die Unternehmen mit Tourismusbezug im BGSA gemeinsam für die Realisierung von freiwilligen Fördermaßnahmen organisieren. Hierbei sei es unabdingbar, dass alle Betriebe an einem Strang ziehen und gemeinsam Werbung betreiben, da sonst Maß-

nahmen dieser Art nicht erfolgreich sein werden (vgl. Interview SOBKOWIAK 2015).

7.5 Weitere Finanzierungsmöglichkeiten

Neben den in den Kapiteln 7.2 bis 7.4 behandelten Finanzierungsmöglichkeiten durch die Touristen wurden durch die Interviewpartner noch weitere Vorschläge für eine Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismussektor im BGSA gemacht.

Unternehmens-Sponsoring:

Herr Prof. Dr. Rein macht den Vorschlag, Großunternehmen, nach Möglichkeit auch mit Bezug zur Schwäbischen Alb beziehungsweise zum Tourismus, als Sponsoringpartner für Landschaftspflege- und Naturschutzprojekte zu gewinnen. Auch von Seiten der im Biosphärengebiet ansässigen Tourismusanbieter könnte durch Kooperationen mit dem Schutzgebiet eine finanzielle Beteiligung an der Landschaftserhaltung erfolgen (vgl. Interview REIN 2015).

Ein Beispiel für bereits realisierte Projekte auf Sponsorenbasis wird von Herrn Baumann erläutert. Auf einem Teilstück des „Besinnungswegs“, der sich auf der Gemarkung der Stadt Ehingen befindet, sind verschiedene begehbare Kunstwerke installiert, die fast ausschließlich durch Sponsoring von regional ansässigen Unternehmen finanziert wurden. Ein ähnliches Konzept wäre demnach auch für die Landschaftspflege und -erhaltung denkbar. Herr Baumann ist überzeugt, dass in diesem Bereich großes Potenzial besteht, da ortsansässige Unternehmen oft einen starken persönlichen Bezug zur Region haben und deshalb motiviert sind, sich finanziell an der Bewahrung ihrer Heimat zu beteiligen (vgl. Interview BAUMANN 2015).

Lizenzgebühren:

Frau Stollmeier vertritt die Auffassung, dass nicht nur die Touristen einen Beitrag zur Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz im BGSA leisten sollten, sondern auch die Personen, die am Tourismus verdienen. Um dies umzusetzen, könnte beispielsweise von den Tourismusführern und ähnlichen Anbietern ein bestimmter Betrag als Gebühr für die Landschaftserhaltung eingezogen werden.

Allerdings befürchtet sie bei dieser Maßnahme wiederum ein Akzeptanzproblem bei den Tourismusanbietern. Aus diesem Grund wäre gegebenenfalls auch eine Umsetzung auf freiwilliger Basis denkbar, bei der die Unternehmen eine Gegenleistung in Form von positiver Öffentlichkeitsdarstellung erhalten (vgl. Interview STOLLMEIER 2015).

Hierfür bringt Frau Kraiser die Idee einer Art „Biosphärengebiet-Logo“ ein. Unternehmen, die eine Lizenzgebühr für Landschaftspflege und Naturschutz im Biosphärengebiet bezahlen, könnten im Gegenzug das Logo erwerben und damit Werbung machen (vgl. Interview KRAISER 2015).

Volunteer-Tourismus

Von Herrn Münzing wird auch ein Ausbau des Volunteer-Tourismus als eine Möglichkeit mit Potenzial für das BGSA angesehen. Hierfür wäre denkbar, in Zukunft ein gemeinsames Konzept für die Bewerbung von Freiwilligenprogrammen im Landschaftspflege- und Naturschutzbereich ins Leben zu rufen (vgl. Interview MÜNZING 2015).

Eine hiermit verwandte Idee stellt die Durchführung von sogenannten Managerseminaren dar, die bereits mit großem Erfolg durch die Stadt Münsingen angeboten werden. In diesen Seminaren helfen beispielsweise Unternehmensmitarbeiter in Führungspositionen beim Pferchen der Schafe und der Pflege der Wacholderheiden und können somit ihre Führungsqualitäten und ihre Fähigkeiten zur Teamarbeit unter Beweis stellen (vgl. ebd.).

Auch das Haupt- und Landgestüt Marbach wird dieses Jahr mit Seminaren zum Thema „pferdgestützte Kompetenzentwicklung“ für Führungskräfte beginnen. Auf Grund dessen wird es als durchaus erfolgversprechend angesehen, ähnliche Programme mit Landschaftspflegebezug auch auf das gesamte Biosphärengebiet auszuweiten (vgl. Interview HOFFRICHTER 2015).

7.6 Verwendung der Finanzmittel

Im Falle der Einführung eines oder mehrerer der vorangehend beschriebenen Finanzierungsinstrumente im BGSA stellt sich die Frage, für welche Art von Maßnahmen oder Projekten es am nötigsten beziehungsweise sinnvollsten wäre, das eingenommene Geld zu verwenden.

Durch den zeitlich begrenzten Rahmen dieser Bachelorarbeit kann auf diese Thematik nicht näher eingegangen werden.

Dennoch wurden während der durchgeführten Interviews von Seiten der Gesprächspartner diverse Vorschläge gemacht, die im nachfolgenden Diagramm zumindest genannt werden sollen:

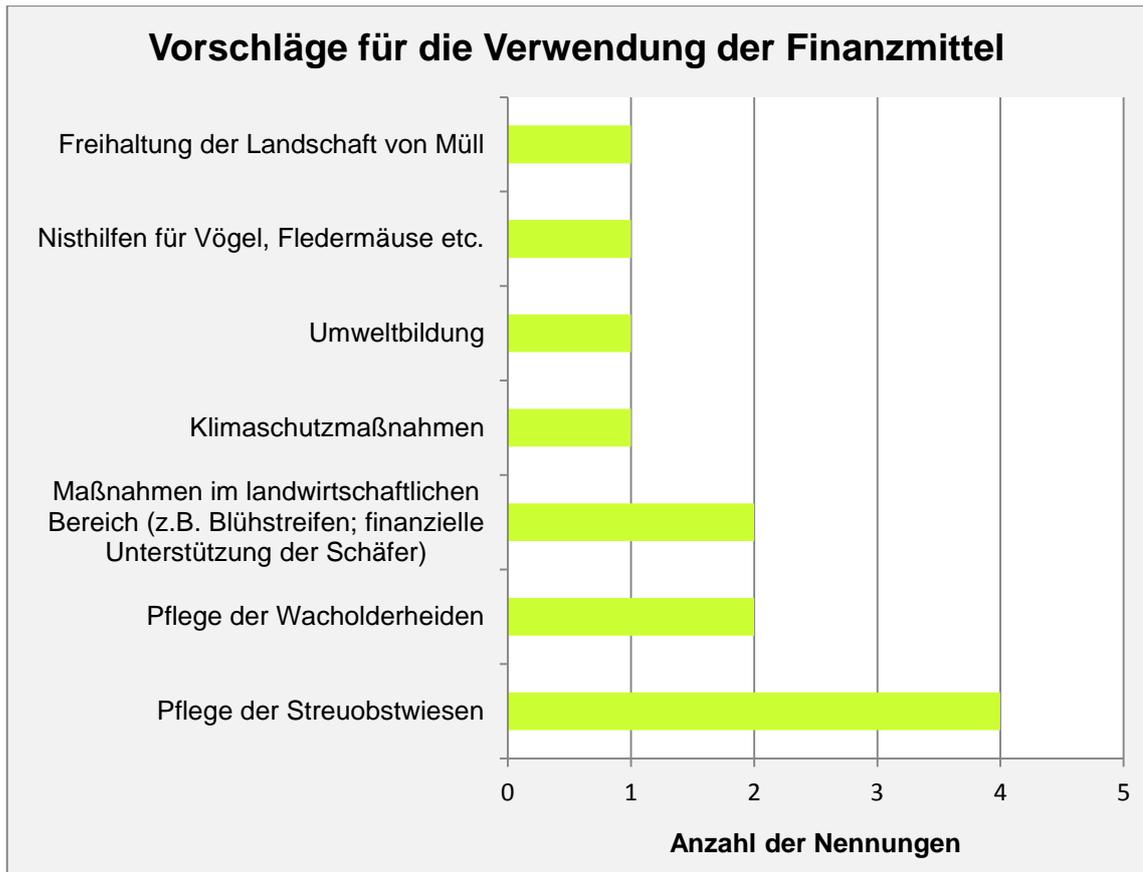


Abb.16: Übersicht der Vorschläge für die Verwendung der Finanzmittel

7.7 Analyse der Finanzierungsoptionen für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus im Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Wie im vorangehenden Kapitel veranschaulicht, wird gerade die Pflege der Wacholderheiden und Streuobstwiesen im BGSA von den Interviewpartnern als besonders förderungsbedürftig angesehen. Dies lässt den Schluss zu, dass die in Kapitel 2.2 erläuterte These, laut der die Landwirtschaft in ihrer heutigen Form bei der Erhaltung der Kulturlandschaft finanzielle Einbußen verzeichnet und diese deshalb nicht mehr in ausreichendem Maße aufrecht erhalten kann (vgl. BAUR 2006), auch für das BGSA zutrifft.

Auch geht aus den im Rahmen dieser Bachelorarbeit durchgeführten Interviews eine recht große Akzeptanz für die Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus im BGSA hervor. Bei den Interviewpartnern herrscht weitestgehend Einigkeit darüber, dass die attraktive Natur und Landschaft eine Hauptmotivation für die Touristen bedeutet, um die Schwäbische Alb zu besuchen und deshalb einen hohen Stellenwert einnimmt. Dahingehend

stimmen die Interviewergebnisse, welche ungemein wichtige Rolle Natur und Landschaft bezogen auf den Tourismus auf der Schwäbische Alb spielen, ebenfalls mit den in Kapitel 3.1 dargestellten allgemeinen Feststellungen zu dieser Thematik überein.

Die Ermittlung eines geeigneten Finanzierungsinstrumentes für die Unterstützung von Naturschutz und Landschaftspflege gestaltet sich dagegen als äußerst schwierig, da in diesem Fall die Meinungen sehr weit auseinander gehen. In der nachfolgenden Tabelle sind nochmals die zentralen Argumente der Interviewpartner für oder gegen die Einführung der verschiedenen Finanzierungsinstrumente im BGSA veranschaulicht:

Tab. 6: Pro und Contra Argumente der Interviewpartner bezüglich der Einführung von Finanzierungsinstrumenten im BGSA

Finanzierungsinstrument	Pro	Contra
Naturtaxe	<ul style="list-style-type: none"> • hat ebenso wie eine Kurtaxe ihre Berechtigung • organisatorisch recht einfach umzusetzen 	<ul style="list-style-type: none"> • einseitige Belastung der Übernachtungsgäste • schwer vermittelbar gegenüber den Gästen • Widerstand der Beherbergungsbetriebe • bezieht u.U. auch gewerbliche Übernachtungsgäste mit ein
Eintrittsgebühren	<ul style="list-style-type: none"> • alle Touristengruppen (auch Tagestouristen) werden mit einbezogen 	<ul style="list-style-type: none"> • könnte von den Touristen negativ aufgefasst werden • Gefahr dass Besucher auf andere Gebiete ausweichen • benötigt kostenaufwändige Infrastruktur • Landschaft ist Allgemeingut

Nutzungsgebühren	<ul style="list-style-type: none"> • alle Touristengruppen (auch Tagestouristen) werden mit einbezogen • organisatorisch recht einfach umzusetzen 	<ul style="list-style-type: none"> • benötigt kostenaufwändige Infrastruktur • fehlende Akzeptanz der Touristen
Finanzierungsinstrumente auf freiwilliger Basis	<ul style="list-style-type: none"> • Hintergrund und Zweck der Maßnahme besser vermittelbar • Vermittlung eines positiven Gefühls bei den Touristen • Möglichkeit zur Einbeziehung aller Touristengruppen • Positive öffentliche Wahrnehmung der teilnehmenden Betriebe 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine lohnenden Beiträge • Nutzen wiegt Kosten und Aufwand der Maßnahmen nicht auf • Einnahmen sind schwer kalkulierbar • Großer logistischer Aufwand für teilnehmende Betriebe

Betrachtet man die Resonanz der Interviewpartner auf die verschiedenen Finanzierungsinstrumente, so fällt auf, dass keine der untersuchten Möglichkeiten eine klare Zustimmung erhält. Bei einer Naturtaxe und Finanzierungsinstrumenten auf freiwilliger Basis sind die Meinungen relativ ausgeglichen, wobei die kritischen Einschätzungen leicht überwiegen. Hinsichtlich der Einführung von Eintritts- oder Nutzungsgebühren beurteilt sogar eine deutliche Mehrheit der Gesprächspartner dies als problematisch.

In Kapitel 4.1 wurde auf der Grundlage verschiedener Besucherumfragen erläutert, dass generell durchaus eine Zahlungsbereitschaft der Touristen für die Erhaltung von Natur und Landschaft in den Urlaubsregionen vorhanden ist (vgl. HAMPICKE et al. 2005). In Bezug auf das BGSA kann auf Basis der durchgeführten Interviews hierzu keine eindeutige Aussage getroffen werden.

Bei jedem der untersuchten Finanzierungsinstrumente wurden Stimmen laut, welche Widerstand beziehungsweise fehlende Akzeptanz von Seiten der Touristen befürchten oder bei freiwilligen Maßnahmen davon ausgehen, dass die Besucher aus freiwilligen Stücken keine relevanten Geldbeträge für die Unterstützung der Landschaftserhaltung spenden werden. Es zeigt sich, dass es weniger die Zweifel an der Sinnhaftigkeit und Berechtigung einer Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus sind, die bei eini-

gen Interviewpartnern Ablehnung gegenüber den Finanzierungsmaßnahmen hervorrufen. Stattdessen ist die Sorge um fehlende Akzeptanz und Widerstand der Touristen, sowie die damit einhergehende Abschreckung potentieller neuer Besucher, der Hauptgrund für die Zweifel am Erfolg der untersuchten Finanzierungsinstrumente im BGSA.

Überraschender Weise fällt auf, dass in einigen Fällen Interviewpartner ihre Zustimmung für Maßnahmen ausdrücken, die für sie Gewinneinbußen beziehungsweise einen erhöhten Arbeitsaufwand bedeuten würden.

Beispielsweise stammt der Vorschlag, Lizenzgebühren von Unternehmen die am Tourismus verdienen für die Unterstützung der Landschaftserhaltung einzufordern, von Frau Stollmeier und Frau Kraiser, die selbst ein solches Unternehmen betreiben. Ferner stimmt auch Herr Hartmaier als Geschäftsführer eines Beherbergungsbetriebes der Einführung einer Naturtaxe für Übernachtungsgäste zu.

Auf Grund dessen kann gesagt werden, dass die Interviewpartner sich bemüht haben eine rein fachliche Einschätzung zum Thema zu liefern und sich dabei möglichst wenig von ihren persönlichen Geschäftsinteressen leiten zu lassen.

Darüber hinaus bekräftigt diese Beobachtung die vorangehende Feststellung, dass an und für sich die Landschaftserhaltung von vielen Interviewpartnern als äußerst wichtig und nötig eingestuft wird und nicht dies die Ursache der häufigen Skepsis gegenüber den Finanzierungsinstrumenten ist. Denn wenn dem nicht so wäre, hätte sich wohl kaum ein Teil der Gesprächspartner darum bemüht, weitere Möglichkeiten zur Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismussektor aufzuzeigen, die sie selbst betreffen.

Auch die in Kapitel 4.1 aufgestellte These, dass eine Beteiligung des Tourismussektors an der Erhaltung von Natur und Landschaft notwendig ist und eine Berechtigung hat, wird hierdurch in Bezug auf das BGSA unterstützt.

8 Vorschläge und Handlungsempfehlungen für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Aufbauend auf den in Kapitel 7 beschriebenen sowie analysierten Einschätzungen der Interviewpartner zum Thema Finanzierungsmöglichkeiten von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus werden nun Empfehlungen für das weitere Vorgehen im BGSA gegeben.

Hierfür ist die Beantwortung der zentralen Forschungsfrage dieser Bachelorarbeit „**Welche Möglichkeit der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus kommt für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb in Frage?**“ von entscheidender Bedeutung.

Die Interviewergebnisse können nach Ansicht der Verfasserin keine eindeutige Antwort auf diese Frage geben. Doch es sind verschiedene Möglichkeiten denkbar, die in den nachstehenden Abschnitten näher erläutert werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Ergebnisse nur bedingt auf die Meinung aller Mitglieder der befragten Personengruppen schließen lassen, da es sich um eine qualitative Befragung von vierzehn Einzelpersonen handelt. Darauf wird auch in Kapitel 9 noch weiter eingegangen werden.

8.1 Möglichkeit 1 – Einführung einer Naturtaxe

Die Einführung einer Naturtaxe wird als eine mögliche Option für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb erachtet.

Begründung

Die relativ einfache Umsetzbarkeit einer Naturtaxe wird als großer Vorteil dieses Finanzierungsinstruments angesehen. Es wird keine gesonderte Infrastruktur zur Sammlung der Gelder benötigt, sondern die Taxe kann bei der Bezahlung der Übernachtungskosten auf unkomplizierte Weise auf die Rechnung aufgeschlagen werden.

Durch die Interviewpartner wurden zwar einige Argumente gegen die Einführung einer Naturtaxe im BGSA hervorgebracht, die aber bei einer sorgfältigen Konzeption der Naturtaxe als überwindbar eingeschätzt werden.

Für eine solche erfolgreiche Umsetzung werden jedoch bestimmte Rahmenbedingungen als wichtig erachtet, die weiterführend näher beschrieben werden:

Kooperation mit den Beherbergungsbetrieben

Durch mehrere Interviewpartner wurden Bedenken geäußert (siehe Kapitel 7.2.1), dass die Beherbergungsbetriebe im Biosphärengebiet zum Großteil nicht hinter einer Naturtaxe stehen würden. Da sie aber die ersten Ansprechpartner der Touristen sind, wenn es um die Bezahlung der Taxe geht, wird es von der Verfasserin als nötig angesehen, eine möglichst breite Akzeptanz für eine Naturtaxe durch die Beherbergungsbetriebe zu erhalten.

Deshalb wird vorgeschlagen, durch gemeinsame Treffen zwischen der Biosphärengebietsverwaltung und den Beherbergungsbetrieben, beispielsweise im Rahmen sogenannter „Runder Tische“, die Bedenken der Betriebe auszuloten, sowie die Hintergründe zur Einführung einer Naturtaxe verständlich zu machen. So wäre denkbar, dass es zu einer gemeinsamen Einigung auf ein Konzept der Naturtaxe kommen könnte, das auch für die Beherbergungsbetriebe tragbar ist.

Strittiger Punkt bleibt hierbei die von einigen Interviewpartnern vorgeschlagene Entlastung bestimmter Gästegruppen, wie gewerblicher Kundschaft oder sozial schwächerer Personengruppen, bei der Zahlung einer Naturtaxe (siehe Kapitel 7.2.3). Dies könnte durchaus zur Akzeptanzförderung, sowohl bei den Touristen als auch bei den Beherbergungsbetrieben beitragen. Es muss aber beachtet werden, dass durch eine solche Einschränkung der Naturtaxe auch die Höhe der Einnahmen geschmälert würde.

Förderung der Akzeptanz bei den Touristen

Eine möglichst positive Einstellung der Touristen zu erreichen, ist für den Erfolg einer Naturtaxe im BGSA ebenfalls von zentraler Wichtigkeit (siehe Kapitel 7.2.3). Deshalb wird insbesondere die konkrete Umsetzungsweise der Naturtaxe für bedeutend gehalten. Empfohlen wird, die Taxe in einer Weise zu gestalten die das Verständnis der Gäste, weshalb sie für die Erhaltung von Natur und Landschaft bezahlen sollen, fördert und die ihnen die Wichtigkeit der Landschaftspflege für das Biosphärengebiet deutlich macht.

Ein bedeutender Faktor hierfür ist die Transparenz gegenüber den Besuchern, welche bestimmten Maßnahmen und Projekte durch die eingenommenen finanziellen Mittel unterstützt werden.

Zur Unterstützung dessen wird als langfristige Vorgehensweise vorgeschlagen, Flächen, auf denen bereits Projekte mit Hilfe der Naturtaxe durchgeführt wurden, durch das Aufstellen von Informationstafeln zu kennzeichnen. Dadurch würde den Touristen die Möglichkeit gegeben, sich die durch ihre Gelder geförderten Maßnahmen vor Ort anzuschauen. Mit Blick in die Zukunft wäre sogar die Ausweisung einer Art „Landschaftspflege-Wanderweg“ denkbar, der an den Maßnahmenflächen entlang führt und die Besucher auf den Wert der Natur und Landschaft im BGSA aufmerksam macht.

Die Werbung und Vermarktung wird ebenfalls als zentrales Element für die Akzeptanz der Naturtaxe bei den Besuchern angesehen. Darüber hinaus bietet auch eine gute Werbestrategie gleichzeitig die Chance, die Touristen für den Wert der Biodiversität und der einzigartigen Kulturlandschaft im BGSA zu sensibilisieren und dadurch einen Beitrag zur Umweltbildung zu leisten.

Es wird empfohlen, den Sinn und Zweck der Naturtaxe durch die Verteilung von Informationsflyern in den Hotels, Gasthäusern, Läden und Informationszentren im Biosphärengebiet, sowie durch den Aushang von Plakaten mit Informationen zur Naturtaxe an touristisch hochfrequentierten Orten bekannt zu machen.

Ebenso wird die Gestaltung eines ansprechenden Internetauftritts zu diesem Thema auf der Homepage des Biosphärengebietes mit einer Übersicht über die bereits geförderten Maßnahmen hierfür als wichtig erachtet.

Einführung einer eigenständigen Naturtaxe

Auch für die genaue Gestaltung des Rahmens einer Naturtaxe im BGSA soll eine Empfehlung abgegeben werden. Obwohl sich einige Interviewpartner für die Integration einer Naturtaxe in die Kurtaxe ausgesprochen haben (siehe Kapitel 7.2.4.), wird eine eigenständige Naturtaxe als die sinnvollere Lösung angesehen.

Zwar sind zwei Taxen am selben Ort keine ideale Lösung, da hierdurch bei den Besuchern schnell der Eindruck einer Überfrachtung mit Gebühren entstehen kann. Da im BGSA von 29 Städten und Gemeinden jedoch lediglich die drei Kurorte Bad Urach, Gomadingen und Hayingen eine Kurtaxe einfordern (vgl. BAD URACH TOURISMUS, online), ist eine Kombinationslösung für das gesamte Biosphärengebiet schlecht möglich.

Darüber hinaus hat die Einführung einer eigenständigen Naturtaxe aus Sicht der Verfasserin immense Vorteile hinsichtlich gezielter Werbemöglichkeiten und der Bewusstseinsförderung für die Wichtigkeit von Naturschutz und Landschaftspflege bei den Touristen.

8.2 Möglichkeit 2 – Einführung von Parkgebühren

Von den diversen Variationen an Eintritts- und Nutzungsgebühren wird lediglich die Einführung von Parkgebühren als eine Möglichkeit angesehen, die unter Umständen für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb geeignet sein kann.

Begründung

Wie schon in Kapitel 4.2 erläutert, zählen Eintrittsgelder weltweit zu den beliebtesten und am weitesten verbreiteten Möglichkeiten einer finanziellen Beteiligung des Tourismus an der Finanzierung von Naturschutz- und Management-

kosten in Schutzgebieten (vgl. FONT et al. 2004; WWF DEUTSCHLAND 2014). Auf Grundlage der in Kapitel 7.3.1 erläuterten vielfältigen Bedenken der Interviewpartner gegenüber Eintrittsgebühren werden diese aber als unpassend für das BGSA erachtet.

Zwar wäre es prinzipiell möglich, die Fläche des Biosphärengebietes darauf zu untersuchen, ob es bestimmte Bereiche oder Sehenswürdigkeiten gibt, für die die Einführung von Eintrittsgebühren mit der damit zusammenhängenden Infrastruktur möglich wäre. Es wird jedoch aus Sicht der Verfasserin nicht als sinnvoll angesehen, da die Akzeptanz der Touristen, insbesondere bezüglich der Einschränkung ihres freien Betretungsrechts der Landschaft, wahrscheinlich sehr schlecht wäre.

Auch Nutzungsgebühren werden auf Grundlage fehlender Umsetzungsmöglichkeiten im BGSA als schwer realisierbar eingeschätzt. Gebühren für Naturschutz und Landschaftspflege beim Verleih von Sportgeräten oder Ähnlichem zu verlangen, macht eventuell in anderen Tourismusdestinationen mit einer hohen Nachfrage an Leihgeräten Sinn, aber nicht im BGSA. Die wenigen dort ansässigen Betriebe mit einer zusätzlichen Gebühr zu belasten würde voraussichtlich die Besucher noch mehr dazu veranlassen ihre Freizeitausrüstung selbst mitzubringen, was schlussendlich eine Verminderung der Wertschöpfung aus dem Tourismus für das Biosphärengebiet verursachen würde.



Abb. 17: Verkehrshinweis am Eingang des Großen Lautertals

Die von einigen Interviewpartnern vorgeschlagene Einführung einer Maut in stark zur Durchfahrt genutzten Regionen im Biosphärengebiet, wie beispielsweise dem Großen Lautertal (siehe Abb. 17), wird von der Verfasserin zwar prinzipiell als gut befunden, aber für schlecht umsetzbar gehalten. Eine solche Maßnahme könnte eventuell auf Straßen eingeführt werden, die in einer Sackgasse enden und keine dauerhaft bewohnten Ortschaften erschließen. Für die Straßen im BGSA, die nicht nur für den Freizeitverkehr genutzt werden sondern als reguläre Verkehrswege, ist dies nicht realisierbar.

Darüber hinaus würden der enorme bürokratische Aufwand und die Kosten, die mit der Infrastruktureinrichtung für eine solche Maut – insbesondere Schranken und Kassenautomaten – verbunden wären, den Nutzen voraussichtlich bei Weitem übersteigen.

Einzig die Einführung von Parkgebühren wird auf Grundlage der in Kapitel 7.3.2 genannten Argumente der Interviewpartner als eine denkbare Form der Nutzungsgebühren für das BGSA angesehen.

Zum jetzigen Zeitpunkt sind hierfür zwar noch keine ausreichenden alternativen Anreisemöglichkeiten mit dem öffentlichen Nahverkehr vorhanden. Jedoch ist im Rahmenkonzept des Biosphärengebietes Schwäbische Alb eine Verbesserung der Erreichbarkeit und Vernetzung mit öffentlichen Verkehrsmitteln als Leitprojekt vorgesehen (vgl. BIOSPHÄRENGEBIET SCHWÄBISCHE ALB RAHMENKONZEPT o.J. b, S. 127 ff.).

Falls sich die Bedingungen für autofreie Mobilität im Biosphärengebiet also in Zukunft zum Positiven ändern sollten, wäre die Einführung von Parkgebühren, welche zur Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz verwendet werden, durchaus eine Möglichkeit. Zum Aufstellen von Parkautomaten würden sich insbesondere Wanderparkplätze, sowie Parkplätze an Sehenswürdigkeiten (z.B. Schauhöhlen) und anderen touristisch stark frequentierten Orten (z.B. Gasthöfen und Museen) eignen.



Abb. 18: Parkplatz in Wimsen (Gasthof Friedrichshöhle und Wimsener Höhle)

Für eine Verbesserung der Akzeptanz der Besucher gegenüber Parkgebühren wird empfohlen, keine „anonymen“ Gebühren einzufordern. Stattdessen sollten die Gäste auch bei dieser Maßnahme gezielt auf die Verwendung der Gelder für Naturschutz und Landschaftspflege im Biosphärengebiet hingewiesen werden. Eine relativ einfache Möglichkeit würde das Bedrucken der Parkscheinautomaten mit Informationen zu dieser Thematik bieten.

Parkgebühren werden auch deshalb als Finanzierungsmöglichkeit vorgeschlagen, weil sie den entscheidenden Vorteil haben, sowohl Übernachtungsgäste als auch Tagestouristen, die einen großen Teil der Besucher im BGSA ausmachen, mit einzubeziehen. So wird ermöglicht, dass die Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz nicht nur auf eine Besuchergruppe konzentriert wird. Nicht bezahlen müssen nur diejenigen Touristen, welche anstelle der Anfahrt mit dem privaten PKW ein umweltfreundlicheres Fortbewegungsmittel wählen und damit wiederum einen Beitrag zum Umweltschutz leisten.

8.3 Möglichkeit 3 – Einführung freiwilliger Finanzierungsmaßnahmen in Kombination mit verbindlichen Finanzierungsinstrumenten

Finanzierungsmaßnahmen auf freiwilliger Basis werden als eine sinnvolle Möglichkeit erachtet, die insbesondere großes Potenzial bietet, um bei den Besuchern des Biosphärengebietes einen positiven Bezug zum Thema Landschaftserhaltung zu erzielen.

In Hinblick auf eine langfristige, gesicherte Unterstützung von Naturschutz und Landschaftspflege durch den Tourismus werden sie allerdings nur in Kombination mit der Einführung verbindlicher Finanzierungsinstrumente, wie einer Naturtaxe oder Parkgebühren, als erfolgversprechend beurteilt.

Begründung

Dem Ausbau von Finanzierungsmaßnahmen auf freiwilliger Basis werden für das BGSA durchaus Chancen und Potenzial eingeräumt.

Gerade die Vermarktung regionaler Produkte in Kombination mit einem Aufpreis für Landschaftspflege und Naturschutz sowie die Bewerbung eines Patenschaftsmodells kommen auf Grundlage der Interviewergebnisse für das Biosphärengebiet gut in Frage. Auch die Umsetzung eines Gewinnspiels oder einer Lotterie mit attraktiven Preisen in Form von regionalen Produkten oder Unternehmungen im Biosphärengebiet wird als sinnvolle Möglichkeit erachtet (siehe Kapitel 7.4.2).

Als größter Vorteil einer Finanzierung durch freiwillige Beteiligung wird gesehen, dass diese – im Unterschied zu verbindlichen Finanzierungsinstrumenten – von Seiten der Touristen mit keinen negativen Assoziationen verbunden werden. Stattdessen wird den Besuchern ermöglicht, sich aus eigenem Antrieb heraus für die Landschaftserhaltung einzusetzen. Dadurch kann die Identifikation der Besucher mit dem Biosphärengebiet auf positive Art und Weise gestärkt werden.

Sie bieten darüber hinaus eine Möglichkeit um die Besucher des BGSA zu erreichen, die keine Übernachtungsgäste sind, ohne Auto anreisen, oder denen es ein Bedürfnis ist die Landschaftserhaltung über die Zahlung eines festgesetzten Betrags hinaus zu unterstützen.

Trotzdem wird, auf Grund der Einschätzungen der Interviewpartner in Kapitel 7.4.1, die alleinige Durchführung von freiwilligen Finanzierungsinstrumenten im BGSA als zu wenig gewinnbringend und zu schwer kalkulierbar eingeschätzt. Diese Problematik wird auch in Bezug auf andere Schutzgebiete festgestellt, wie beispielsweise in einer vom WWF in Auftrag gegebenen Studie zum Thema „Wie kann der Tourismus finanziell zum Schutz des Wattenmeeres beitragen?“. Dort wird ebenfalls darauf hingewiesen, dass die Einnahmen aus freiwilligen

Beträgen und Spenden in Hinblick auf Höhe, Häufigkeit und Anzahl der eingehenden Zahlungen oftmals so stark variieren, dass sie schwer einzuschätzen sind (vgl. WWF DEUTSCHLAND 2014, S. 18).

Auf der Grundlage dieser Überlegungen kam die Verfasserin zu dem Ergebnis, dass eine Unterstützung rein auf freiwilliger Basis wahrscheinlich nicht ausreicht, um einen relevanten Beitrag für Landschaftspflege und Naturschutz zu leisten. Trotzdem können freiwillige Maßnahmen durchaus eine wertvolle Ergänzung zur Einführung von einer Naturtaxe oder von Parkgebühren im Biosphärengebiet darstellen.

Im Folgenden werden nun Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Umsetzung gegeben:

Verwendung der Geldmittel für die Touristen transparent gestalten

Um durch freiwillige Finanzierungsmaßnahmen einen möglichst großen Zuzugewinn für Landschaftspflege und Naturschutz zu erhalten, wird – wie auch schon für eine Naturtaxe angeraten – die Unterstützung eines konkreten, klar definierten Projekts für wichtig gehalten. Dies muss nicht langfristig dasselbe Projekt bleiben, sondern es könnte beispielsweise jede Saison eine neue Maßnahme im Biosphärengebiet ausgewählt werden, für deren Realisierung die eingenommenen Gelder verwendet werden. Wichtig ist nur, dass es den Besuchern ermöglicht wird, sich mit dem Projekt, für das sie spenden, zu identifizieren.

Darüber hinaus spielt eine durchdachte Werbestrategie bei Finanzierungsmaßnahmen auf freiwilliger Basis aus Sicht der Verfasserin sogar eine noch größere Rolle als bei einer Naturtaxe. Denn ohne dass die Besucher auf die Wichtigkeit ihrer finanziellen Unterstützung aufmerksam gemacht werden, wird der Gewinn wahrscheinlich sehr gering ausfallen.

Attraktive Anreize zur Förderung der Spendenbereitschaft setzen

Genauso wird es für eine Förderung der Spendenbereitschaft als zentral angesehen, dass ein attraktiver Anreiz für die freiwillige finanzielle Unterstützung geboten wird (siehe Kapitel 7.4.3).

Touristen, die qualitativ hochwertige Produkte regionaler Herkunft – beispielsweise Schafwollpullover oder Alblinsen – erwerben und dadurch indirekt einen Beitrag zur Landschaftserhaltung leisten, erhalten schon allein durch das Produkt an sich einen Gewinn. Für die finanzielle Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz im BGSA durch Maßnahmen wie Spendenboxen oder Patenschaften sollten aber ebenso Preise beziehungsweise Belohnungen für die Beteiligung eingeführt werden. Denn ganz ohne Gegenleistung werden wahrscheinlich nur die wenigsten Touristen bereit sein, freiwillig Geld für die Erhaltung von Natur und Landschaft zu spenden.

Eine interessante Möglichkeit hierfür bietet auch die in Kapitel 7.4.2 erwähnte Idee (siehe Tab. 5), die Spenden der Touristen für Landschaftspflege und Naturschutz mit dem Verkauf eines Produkts, das nur minimalen Kostenaufwand verursacht, zu kombinieren.

Eine Variante für ein solches Modell ist das Aufstellen von Souvenirautomaten. An der Wimsener Höhle auf der Schwäbischen Alb können sich Besucher etwa gegen einen kleinen Betrag von einem Automaten eine Souvenir-Medaille aus einer Kupfermünze prägen lassen (siehe Abb. 19). Vorgeschlagen wird, ein ähnliches Konzept auch für die Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz im BGSA einzuführen. Verkauft werden könnten in den Automaten z.B. Papiertütchen mit Pflanzensamen von der Schwäbischen Alb, Postkarten oder Schlüsselanhänger.



Abb. 19: Souvenir-Medaillen Automat an der Wimsener Höhle

Eine weitere Möglichkeit, durch die ein solcher Anreiz zur finanziellen Unterstützung der Landschaftserhaltung gesetzt werden könnte, bietet die Planung und Vorbereitung touristischer Aktivitäten. Beispielsweise könnte eine Art Naturralley für Familien mit Kindern im BGSA konzipiert werden. Die dazugehörigen Unterlagen, wie Wegbeschreibungen, sowie Spiele und Rätsel, die auf der Strecke zu lösen sind, könnten mit einem integrierten Aufpreis für die Erhaltung der Natur und Landschaft im Biosphärengebiet zum Verkauf angeboten werden.

Durchführung von Pilotprojekten

Um aus den Möglichkeiten einer freiwilligen Finanzierung – die von den Interviewpartnern als potenziell passend für das BGSA ausgewählt wurden – jene zu finden, die die größte Beteiligung bei den Touristen erreicht, wird empfohlen, diese in Pilotprojekten zu testen.

Potenzial dafür bietet, worauf auch von den Interviewpartnern hingewiesen wurde, dass sich die Mitglieder der Partner-Initiative des Biosphärengebietes im Zusammenhang mit ihrer Mitgliedschaft zur Beteiligung an der Spendensammlung für Naturschutzprojekte bereit erklärt haben (vgl. BIOSPHÄRENGEBIET SCHWÄBISCHE ALB o.J. c, online). Deshalb wird vorgeschlagen, im Rahmen der Partner-Initiative in einem bestimmten Zeitraum für jeweils eine der freiwilligen Finanzierungsmaßnahmen zu werben und dadurch Gewissheit zu erhalten, wie hoch die Beteiligung der Touristen daran ist.

Zu hoffen wäre, dass sich bei einer erfolgreichen Maßnahmendurchführung im Rahmen einer solchen Testaktion weitere Betriebe und Unternehmen im Biosphärengebiet, die nicht zur Partner-Initiative gehören, für die Unterstützung

freiwilliger Finanzierungsinstrumente begeistern können. Im Anschluss daran könnte dann über die permanente Etablierung eines Finanzierungsinstruments auf freiwilliger Basis im gesamten Biosphärengebiet nachgedacht werden.

8.4 Allgemeine Handlungsempfehlungen

Die nachfolgend erläuterten Vorschläge beziehen sich nicht nur auf eine der drei oben genannten Möglichkeiten, sondern gelten für die Einführung von Finanzierungsinstrumenten im BGSA im Allgemeinen.

Sie werden als nötige Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Planung und spätere Umsetzung solcher Finanzierungsmodelle erachtet.

Durchführung von Besucherumfragen

Wie schon in Kapitel 7.7 aufgezeigt wurde, sind die Hauptkritikpunkte der Interviewpartner an Finanzierungsinstrumenten für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus die Angst vor dem Widerstand der Touristen beziehungsweise die Zweifel an deren Zahlungsbereitschaft. Gerade auch die beiden interviewten Bürgermeister äußerten große Skepsis gegenüber der Einführung von verbindlichen Finanzierungsinstrumenten im Biosphärengebiet.

Jedoch wurden im BGSA bislang noch keine Erhebungen zu dieser Thematik durchgeführt, weshalb die Einschätzungen der Reaktion der Touristen auf bloßen Annahmen beruhen.

Bevor also bezüglich einer konkreten Maßnahmenrealisierung an die Gemeinden und touristischen Betriebe herangetreten wird, empfiehlt es sich, Besucherumfragen durchzuführen, um die reale Zahlungsbereitschaft der Touristen für freiwillige Finanzierungsmaßnahmen sowie deren Akzeptanz gegenüber der Einführung einer Naturtaxe oder Parkgebühren zu erheben. Hierfür würden sich z.B. Umfragen in den Sommermonaten an touristisch stark frequentierten Orten im Biosphärengebiet anbieten.

Zwar können auch die Ergebnisse direkter Besucherbefragungen nicht zwingend Gewissheit über die tatsächliche Spendenbereitschaft und Akzeptanz der Besucher bringen. Denn es kommt vor, dass Touristen auf Grund von Taktik oder Selbstdarstellung in Umfragesituationen anders antworten, als sie in Wirklichkeit reagieren würden (vgl. WALSER et al. 2009 in CLIVAZ et al. 2013).

Trotzdem können konkrete Daten zu Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft dabei helfen, die Gemeinden und Betriebe mit Tourismusbezug im Biosphärengebiet davon zu überzeugen, dass die Erprobung von Finanzierungsmöglichkeiten für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus sinnvoll ist.

Denn wenn aus den Umfragen beispielsweise hervorgeht, dass die Touristen einer Naturtaxe gegenüber aufgeschlossen sind, so wären wahrscheinlich auch

die Gemeinden und Betriebe im Biosphärengebiet eher gewillt, der Einführung einer solchen Maßnahme zuzustimmen und sie entsprechend zu vermarkten.

Moderate Höhe der verlangten Geldbeträge

Ein Aspekt, der von den Interviewpartnern immer nur am Rande angesprochen wurde, ist die Höhe der Geldbeträge, die im Rahmen von Finanzierungsinstrumenten für Landschaftspflege und Naturschutz von den Touristen verlangt werden. Dieser wird jedoch auch als wesentlich für die Akzeptanz solcher Maßnahmen bei den Besuchern des BGSA erachtet.

Anzunehmen ist, dass die Touristen umso gewillter sein werden, zur Finanzierung der Landschaftserhaltung beizutragen, je geringer die verlangten Geldbeträge in Form einer Naturtaxe oder Parkgebühren sind. Auch bezüglich einer freiwilligen Beteiligung wird es als wichtig angesehen – zum Beispiel beim Verkaufspreis von Lotterielosen oder dem Aufpreis auf regionale Produkte – die Höhe des Betrags mit Bedacht zu wählen. Es muss eine Balance gefunden werden zwischen einer Summe, welche die Touristen nicht abschreckt und einem Betrag, der die Generierung von Geldern für Naturschutz und Landschaftspflege in einer lohnenswerten Höhe ermöglicht.

Die in Kapitel 4.1 dargestellten Ergebnisse von verschiedenen Besucherbefragungen zur Zahlungsbereitschaft von Touristen veranschaulichen, dass Touristen durchschnittlich bereit sind circa 1 € je im Gebiet verbrachter Übernachtung für die Erhaltung der dortigen Natur und Landschaft beizusteuern. Trotzdem wird auch hierfür empfohlen, durch Erhebungen im BGSA die diesbezügliche Meinung der Besucher vor Ort zu ermitteln.

Entwicklung eines Gesamtkonzepts für das Biosphärengebiet

Unabhängig davon, welches Finanzierungsinstrument für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus schließlich für das BGSA ausgewählt wird, wird es für das weitere Vorgehen als wichtig erachtet, dass dies mit einem gemeinsamem Konzept für das gesamte Biosphärengebiet geschieht.

Es sollte nicht durch einzelne Betriebe oder Gemeinden eine Finanzierungsmaßnahme im Alleingang eingeführt werden, sondern flächendeckend im Biosphärengebiet erfolgen. Nicht nur, dass die kollektive Umsetzung von Finanzierungsinstrumenten das Gemeinschaftsgefühl im BGSA weiter stärken könnte. Für die Touristen würde auch ein Zusammenhang für das gesamte Biosphärengebiet erkennbar werden und somit die Maßnahme an Glaubwürdigkeit gewinnen. Zudem könnte die Durchführung von Finanzierungsinstrumenten als Kollektiv helfen, die „Marke“ BGSA bekannter zu machen und verstärkt ins Bewusstsein der Besucher zu rücken. Die Beschränkung der Einführung einer Naturtaxe auf Gemeinden mit einer starken Hotelinfrastruktur, wie in Kapitel 7.2.4 vorgeschlagen, wird in diesem Fall nicht für den richtigen Weg gehalten, da dies der Etablierung eines gemeinsamen Konzepts widersprechen würde.

9 Diskussion der Grenzen und möglichen Schwachstellen der Untersuchung

Die 14 durchgeführten Interviews im Rahmen dieser Bachelorarbeit stellen ein Stimmungs- und Meinungsbild von Stellvertretern verschiedener Personengruppen zur untersuchten Thematik dar, auf Grundlage dessen eine erste Einschätzung der Realisierbarkeit von Finanzierungsmöglichkeiten für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus im BGSA vorgenommen werden konnte.

Diese kann als Entscheidungsgrundlage dienen, ob die Einführung solcher Finanzierungsmöglichkeiten für das BGSA überhaupt weiter verfolgt werden sollte. Darüber hinaus ist sie ein hilfreicher und notwendiger Schritt, um weiterführend die konkrete Umsetzung und Gestaltung von Finanzierungsinstrumenten planen zu können.

Wie schon in Kapitel 8 erwähnt, muss an dieser Stelle jedoch nochmals angemerkt werden, dass die Interviewergebnisse nur bedingt die Einstellung aller Mitglieder der betroffenen Personengruppen widerspiegeln.

Auch konnte die Meinung von Gastronomie, Hotellerie, Tourenanbietern etc., die nicht Mitglied der Partner-Initiative sind, sich aber trotzdem innerhalb der Kulisse des Biosphärengebietes befinden, aus Zeitgründen nicht im Rahmen der Interviewstichprobe erfragt werden. Nur durch die Interviews mit den Bürgermeistern von Münsingen und Ehingen (Donau), sowie mit Herrn Sobkowiak von der Stadtverwaltung Schelklingen fanden sie indirekt Berücksichtigung.

Um eine wirklich repräsentative Einschätzung von allen Beteiligten zu erhalten, müsste im Rahmen zusätzlicher Umfragen und Interviews oder durch „Runde Tische“ die Meinung von weiteren Stakeholdern im BGSA abgefragt werden. Hierzu gehören sowohl weitere Mitglieder der Partner-Initiative sowie andere im Biosphärengebiet ansässige Betriebe, regionale Tourismusunternehmen und alle Bürgermeister der betroffenen Gemeinden.

Ferner wäre es für die konkrete Ausgestaltung der Instrumente zur Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz und die Diskussion über die sinnvolle Verwendung der gewonnenen Finanzmittel interessant zu erfahren, welche Meinung die Personen und Betriebe zu der Thematik haben, die die Landschaftspflege im BGSA durchführen. Dazu gehören unter anderem Landwirte, Schäfer, Landschaftspflegegruppen, sowie ehrenamtliche Verbände.

Ein Schwachpunkt der angewandten Methodik ist mit Sicherheit auch, dass bei Interviews sowie deren Auswertung, egal wie sehr sich der Interviewende sowie die Gesprächspartner um Objektivität bei der Betrachtung der Thematik bemühen, immer auch persönliche, subjektive Einstellungen mit einfließen. Trotzdem wird die gewählte Untersuchungsweise durch qualitative Interviews als das richtige Mittel angesehen, da die Einführung von Finanzierungsinstrumenten ein

hochemotionales Thema ist, dem man durch quantitative Umfragen nicht gerecht werden kann.

Ein weiterer Aspekt ist, dass die Touristen, wie schon in den Kapiteln 4.2 und 7.5 angesprochen, neben der direkten finanziellen Unterstützung von Naturschutz und Landschaftspflege auch durch Volunteer-Tourismus einen Beitrag leisten können. Diese Möglichkeit kann für die Kooperation zwischen Tourismus und Naturschutz im BGSA durchaus relevant sein. Es wurde sich aber gegen eine tiefgreifende Untersuchung in dieser Arbeit entschieden. Denn mit Ausnahme kostenpflichtiger Arbeitseinsätze fällt diese Unterstützungsform nur bedingt in den Themenbereich der Finanzierungsmöglichkeiten.

Insgesamt konnten in dieser Forschungsarbeit nicht alle Finanzierungsmöglichkeiten für Naturschutz und Landschaftspflege durch den Tourismus in gleichem Umfang für das BGSA untersucht werden.

Daher wurde beschlossen, den Fokus auf eine monetäre Unterstützung von Seiten der Touristen zu legen. Der Grund, weshalb der Schwerpunkt nicht eher auf finanzielle Beiträge der Betriebe und Anbieter der Tourismus-Branche gelegt wurde, ist die Annahme, dass diese ohnehin wieder auf die Preise des entsprechenden Betriebes aufgeschlagen werden. In der Endsumme würden also immer die Touristen die Unterstützung der Landschaftserhaltung bezahlen, unabhängig davon ob der Betrag direkt von ihnen oder über einen Umweg über die Tourismusbetriebe generiert würde. Infolgedessen war es in den Augen der Verfasserin sinnvoll, sich im Rahmen dieser Arbeit vor allem auf Möglichkeiten der direkten Finanzierung durch Touristen zu konzentrieren. Durch diese kann bestmöglich gewährleistet werden, dass es für die Touristen erkennbar und nachvollziehbar bleibt, wohin und zu welchem Zweck ihr Geld fließt.

Auch das sogenannte Unternehmenssponsoring, welches ebenfalls Möglichkeiten für die Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz eröffnet, konnte nur am Rande behandelt werden. Grund hierfür war neben der zeitlichen Eingeschränktheit auch, dass sich Sponsoring nicht zwangsläufig nur auf Betriebe mit touristischem Hintergrund bezieht und damit nur teilweise in den Bereich von Finanzierungsmöglichkeiten durch den Tourismus fällt.

Abschließend soll gesagt werden, dass die Bewahrung der Artenvielfalt sowie der landschaftlichen Diversität den Einsatz aller Beteiligten erfordert. Der Tourismussektor ist hierfür, wie diese Bachelorarbeit veranschaulicht, in besonderem Maße relevant, da seine Existenz auf der Bewahrung einer intakten Natur beruht. Trotzdem bezieht sich das Argument des Verursacherprinzips nicht allein auf die Abhängigkeit von der Erhaltung von Natur und Landschaft, sondern betrifft auch andere Wirtschaftsbereiche und Einzelpersonen, die natürliche Ressourcen nutzen beziehungsweise negativen Einfluss auf sie haben (vgl. WWF DEUTSCHLAND 2014). Auf Grund des enormen Umfangs dieser Thematik musste sich in der vorliegenden Bachelorarbeit jedoch auf den Tourismus als zentralen Sektor konzentriert werden.

10 Fazit

*„We use nature because it's valuable,
but we lose it because it's free.”*
(Pavan Sukhdev (TEEB))

Das Ziel der Arbeit war, mit Fokus auf das BGSA zu untersuchen, ob eine Beteiligung des Tourismus an der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz sinnvoll ist und welche Möglichkeiten gegebenenfalls hierfür in Frage kommen.

Die auf Grundlage von Interviews mit verschiedenen Stakeholdern gewonnenen Ergebnisse für das BGSA sind jedoch nicht ohne Weiteres auch auf andere Schutzgebiete übertragbar. Auch innerhalb Deutschlands sind in jedem Schutzgebiet unterschiedliche Grundvoraussetzungen gegeben, weshalb jeweils individuelle Lösungen für eine Beteiligung des Tourismus an Landschaftspflege und Naturschutz gefunden werden müssen.

Grundsätzlich geht aus dieser Bachelorarbeit jedoch hervor, dass Finanzierungsinstrumente durch den Tourismus, richtig durchdacht und ausgearbeitet, eine zukunftsfähige Unterstützungsmöglichkeit für die Erhaltung der Natur und Landschaft in Deutschland darstellen können.

Auch das Beispiel der Ferienregion Münstertal-Staufen im Südschwarzwald, in der schon seit einigen Jahren ein geringer Betrag für die Landschaftspflege von der Kurtaxe abgezweigt wird, zeigt, dass solche Finanzierungsmodelle erfolgreich umgesetzt werden können (vgl. COCH & LIESEN o.J.). Da über dieses einzige Beispiel hinaus die Thematik der Einführung einer Naturtaxe in Deutschland noch weitgehend neu und unerprobt ist, besteht allerdings großer Bedarf an weiteren Untersuchungen und Pilotprojekten in verschiedenen Tourismusdestinationen.

Es wäre wünschenswert, wenn auch das BGSA auf Grundlage der Ergebnisse dieser Bachelorarbeit motiviert wird, daran in Zukunft einen Anteil zu haben und in Kooperation mit den Stakeholdern vor Ort ein gemeinsames Konzept ausgearbeitet werden kann. Denn nach dem Zitat des deutschen Politikers Gustav Heinemann: *„Wer nichts verändern will, wird auch das verlieren, was er bewahren möchte.“*, müssen, wie schon in Kapitel 2 erläutert, auch bei der Bewahrung von Natur und Landschaft neue Wege erprobt werden.

Für mich möchte ich sagen, dass die vergangenen Monate sehr lehrreich waren. Durch diese Arbeit im Spannungsfeld zwischen Tourismus und Naturschutz wurde mir eine ganz andere Sichtweise als im bisherigen Studium, mit dem Fokus auf die klassischen Aufgaben der Landschaftsplanung, ermöglicht. Gerade auch die Einarbeitung in die für mich neue Methodik der qualitativen Inhaltsanalyse zur Auswertung der Interviews gestaltete sich zwar komplizierter als erwar-

tet, empfinde ich aber als bereichernd für meinen persönlichen Erfahrungsschatz. Ebenso hat die Durchführung der Interviews mit Gesprächspartnern unterschiedlichster Hintergründe, die im Allgemeinen alle sehr kooperativ und aufgeschlossen waren, das Thema für mich besonders praxisnah und interessant gemacht.

Auch habe ich das Gefühl, obwohl ich mein Leben lang in Baden-Württemberg lebe und schon viele Male auf der Schwäbischen Alb war, im Verlauf dieser Bachelorarbeit einen viel engeren Bezug zu der Region bekommen zu haben als bisher. Mir persönlich wurde dadurch der im ersten Teil dieser Arbeit diskutierte „Kapitalwert“ der Natur und Landschaft auf der Schwäbischen Alb nochmals in aller Deutlichkeit bewusst.

11 Zusammenfassung

Am Beginn dieser Bachelorarbeit stehen theoretische Vorüberlegungen, weshalb ein Anspruch von Seiten des Naturschutzes und der Landschaftspflege besteht, durch den Tourismussektor eine finanzielle Unterstützung zu erfahren. Es zeigt sich, dass gerade der Tourismus ein Bereich ist, der in besonderem Maße auf die Bewahrung einer intakten Natur und Landschaft angewiesen ist. Denn diese sind sowohl als Kapitalgrundlage für die Tourismuswirtschaft als auch für die Freizeitgestaltung, Erholung und Gesundheit der Touristen von großer Wichtigkeit.

In vielen Fällen profitieren sowohl der Wirtschaftszweig Tourismus als auch die Touristen selbst kostenlos von Natur und Landschaft als einem öffentlichen Gut, obwohl deren Erhaltung Kosten und Aufwand, insbesondere auf Seiten der Landwirtschaft und der Landschaftspflege, verursacht.

Darüber hinaus stellt der Tourismus gleichzeitig oftmals eine große Belastung für die Natur und Landschaft in den Urlaubsgebieten dar. Neben Trittschäden an der Vegetation durch Sport- und Freizeitaktivitäten sowie die Störung ansässiger Arten durch die Anwesenheit von Menschen verursachen vor allem Ausbau und Nutzung der touristischen Infrastruktur schwerwiegende negative Folgen für die biologische Vielfalt im Urlaubsgebiet.

Dieses Ungleichgewicht in der Beziehung zwischen Tourismus und Naturschutz verdeutlicht, dass es durchaus ein Anliegen des Tourismussektors sein sollte, in Form einer finanziellen Honorierung zur Erhaltung einer intakten Natur und Landschaft als eine seiner wichtigsten Grundlagen beizutragen.

Eine solche Unterstützung von Naturschutz und Landschaftspflege durch den Tourismus kann durch diverse Finanzierungsinstrumente ermöglicht werden, welche schon in verschiedenen Regionen weltweit Anwendung finden:

- Taxen
- Eintrittsgebühren und Nutzungsgebühren
- Konzessionen und Lizenzen
- Verkauf von Dienstleistungen und Produkten
- Freiwillige Beiträge und Spenden
- Freiwillige Mitarbeit

Im Rahmen der vorliegenden Bachelorarbeit wird untersucht, ob – und wenn ja – welche Möglichkeiten der Finanzierung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus speziell für das Biosphärengebiet Schwäbische Alb (BGSA) in Frage kommen. Um Aussagen zu erhalten, wurden 14 Leitfadeninterviews mit Gesprächspartnern aus den folgenden Personengruppen durchgeführt:

- Mitglieder der Partner-Initiative des Biosphärengebiets Schwäbische Alb
- Bürgermeister von Gemeinden innerhalb des Biosphärengebiets Schwäbische Alb
- GeoPark Schwäbische Alb
- Externe Experten und Praxisbeispiele aus anderen Regionen

Die Interviewauswertung erfolgte nach der Methodik der sogenannten qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING. Nacheinander wurden die Einschätzungen der Interviewpartner bezüglich der Sinnhaftigkeit und Realisierbarkeit solcher Finanzierungsinstrumente, insbesondere von einer Naturtaxe, Eintritts- beziehungsweise Nutzungsgebühren sowie Finanzierungsmodellen auf freiwilliger Basis, ausgewertet und beschrieben.

Aus der anschließenden Analyse geht eine relativ große Akzeptanz der interviewten Gesprächspartner für die Unterstützung von Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus im BGSA hervor. Die attraktive Natur und Landschaft wird als die Hauptmotivation für einen Besuch der Touristen auf der Schwäbischen Alb eingeschätzt.

Bezüglich der Ermittlung der geeignetsten Finanzierungsmöglichkeit für das Biosphärengebiet erhält jedoch keines der Finanzierungsinstrumente eine klare Zustimmung. Die Sorge um fehlende Akzeptanz und Widerstand von Seiten der Touristen, sowie die damit einhergehende Abschreckung potentieller neuer Besucher sind der Hauptgrund für die Zweifel am Erfolg der untersuchten Finanzierungsinstrumente im BGSA.

Dennoch werden, nach Abwägung der Einschätzungen der Interviewpartner, drei Finanzierungsmöglichkeiten für Landschaftspflege und Naturschutz durch den Tourismus als passend für eine Umsetzung im BGSA angesehen:

Möglichkeit 1: Naturtaxe

Möglichkeit 2: Parkgebühren

Möglichkeit 3: freiwillige Finanzierungsmaßnahmen in Kombination mit verbindlichen Finanzierungsinstrumenten

Überdies betont die Arbeit bezüglich des weiteren Vorgehens bei der Einführung von Finanzierungsinstrumenten die Wichtigkeit eines gemeinsamen Konzepts für das gesamte BGSA. Auch die Durchführung von Besucherbefragungen zu dieser Thematik ist eine wesentliche Empfehlung, da bislang die Einschätzungen bezüglich der Meinung der Touristen lediglich auf bloßen Annahmen beruhen.

12 Quellen- und Literaturverzeichnis

Literaturquellen:

ATTESLANDER, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., Berlin: Walter de Gruyter 2003

AUBE (AKADEMIE FÜR UMWELTFORSCHUNG UND -BILDUNG IN EUROPA e.V.) (Hrsg.): Nationalparke als Wirtschaftsfaktor für eine nachhaltige Regionalentwicklung – Ergebnisse der Befragung der Nationalparke in Deutschland und Erwartungen für einen potentiellen Nationalpark, Senne 2003

BAUR, P.: Notwendigkeit, Möglichkeiten und Grenzen marktwirtschaftlicher Anreize zur Förderung der Artenvielfalt in der Agrarlandschaft – Das Beispiel der Schweiz, In: HAMPICKE, U. & ARBEITSGRUPPE LANDSCHAFTSÖKONOMIE GREIFSWALD (PROJEKTLÉITUNG): Anreiz – Ökonomie der Honorierung ökologischer Leistungen. BfN-Skripten 179, Bonn-Bad Godesberg 2006. S. 50-51

BFN (BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ) (Hrsg.): Biodiversität und Tourismus – Konflikte und Lösungsansätze an den Küsten der Weltmeere, Berlin: Springer 1997

BIOSPHEREGEBIET SCHWÄBISCHE ALB RAHMENKONZEPT: Band 2: Unsere Strategie – Leitbilder, Entwicklungsziele, Leitprojekte (Kurzfassung), o.J. a

BIOSPHEREGEBIET SCHWÄBISCHE ALB RAHMENKONZEPT: Band 3: Unser Weg – Leitprojekte, Projekte und Projektideen, o.J. b

BLÖCHLIGER, H.: Der Wert von Natur- und Kulturlandschaften, In: LANGER, G. (Hrsg.): Tourismus und Landschaftsbild: Nutzen und Kosten der Landschaftspflege, 2.Aufl., Innsbruck: LAGO-Eigenverlag 2002. S.139

BNATSCHG: Gesetz über Naturschutz und Landschaftspflege vom 29.Juli 2009 (BGBl. I S. 2542), in Kraft getreten am 01. März 2010, zuletzt geändert durch Gesetz vom 07.08.2013 (BGBl. I S. 3154) m.W.v. 15.08.2013

BUCKLEY, R.: Pay to play in parks: An Australian policy perspective on visitor fees in public protected areas. Journal of Sustainable Tourism 11: 1, 2003

BMU (BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT) (Hrsg.): Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt, 1.Aufl., Paderborn: Bonifatius 2007

BMW i (BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE) (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland – Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, München: PRpetuum GmbH 2012

CLIVAZ, C., RUPF, R., SIEGRIST, D. (Hrsg.): Visiman. Beiträge zu Besuchermonitoring und Besuchermanagement in Parks und naturnahen Erholungsgebieten. Schriftenreihe des Instituts für Landschaft und Freiraum. HSR Hochschule für Technik Rapperswil, Nr. 10. Rapperswil 2013

COCH, T. & LIESEN, J.: Finanzielle Unterstützung des Landschaftserhalts durch die Kurtaxe – Erfahrungen aus der Ferienregion Münstertal-Staufen (Naturpark Südschwarzwald), o.J.

DRL (DEUTSCHER RAT FÜR LANDSCHAFTSPFLEGE): Honorierung von Leistungen der Landwirtschaft für Naturschutz und Landschaftspflege. Heft 71-2000 der Schriftenreihe des DRL, Meckenheim 2000

EMERTON, L., BISHOP, J., THOMAS, L.: Sustainable financing of protected areas: A global review of challenges and options. IUCN: Gland, Switzerland and Cambridge, UK 2006

FATHEUER, T.: Eine neue Ökonomie der Natur, In: Ökologisches Wirtschaften (29) 2.2014, 2014. S. 19

FLICK, U.: Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung, 6. Aufl., Hamburg: Rowohlt Verlag 2014

FONT, X., COCHRANE, J., TAPPER, R.: Tourism for protected area financing: Understanding tourism revenues for effective management plans, Leeds (UK): Leeds Metropolitan University 2004

GARBE, C., KRUKENBERG, E., REIN, H., RÖSLER, C.: Umweltgerechte Gestaltung von Freizeit, Naherholung und Tourismus – Handlungsansätze für Kommunen, Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (Hrsg.) 1998

GRIMM, B., SCHMÜCKER, D., ZIESEMER, K.: Nachfrage und Kundenpotenziale für den ländlichen Tourismus, In: REIN, H. & SCHULER, A. (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum, Wiesbaden: Springer Gabler 2012. S. 29

HAMPICKE, U.: Naturschutz - Ökonomie, 1. Aufl., Stuttgart: Ulmer 1991

HAMPICKE, U.: Möglichkeiten und Grenzen der Bewertung und Honorierung ökologischer Leistungen in der Landschaft, In: DRL (DEUTSCHER RAT FÜR LANDSCHAFTSPFLEGE): Honorierung von Leistungen der Landwirtschaft für Naturschutz und Landschaftspflege. Heft 71-2000 der Schriftenreihe des DRL, Meckenheim 2000. S. 44

HAMPICKE, U. & ARBEITSGRUPPE LANDSCHAFTSÖKONOMIE GREIFSWALD (PROJEKTL EITUNG): Anreiz – Ökonomie der Honorierung ökologischer Leistungen. BfN-Skripten 179, Bonn-Bad Godesberg 2006

HAMPICKE, U., LITTERSKI, B., WICHTMANN, W. (Hrsg.): Ackerlandschaften – Nachhaltigkeit und Naturschutz auf ertragsschwachen Standorten, 1. Aufl., Berlin Heidelberg: Springer 2005

HOFREITHER, M.: Landwirtschaft, Landschaftspflege und Tourismus. Diskussionspapier Nr. 22-W-93, Wien 1993

ILF (INSTITUT FÜR LANDSCHAFT UND FREIRAUM): Biodiversität und Tourismus – Finanzierungsinstrumente im Tourismus zur Förderung der Biodiversität und Landschaft. Ressortforschungsprojekt im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt (BAFU), Rapperswil 2014

IÖR (LEIBNIZ-INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE RAUMENTWICKLUNG) (Hrsg.): Praxisleitfaden – Tourismus und biologische Vielfalt in Zeiten des Klimawandels, Dresden/Freiburg im Breisgau 2014

JEDICKE, E.: Tourismus und Naturschutz – gegen- oder miteinander?, In: Naturschutz und Landschaftsplanung 42 (11), 2010. S. 321

KONOLD, W. & REIDL, K.: Kulturlandschaft in Baden-Württemberg, In: LUBW (Hrsg.): Fachdienst Naturschutz – Naturschutz-Info 1/2006, Karlsruhe 2006. S. 44-45

KÜNKELE, G.: Naturerbe Biosphärengebiet Schwäbische Alb – Streifzüge durch eine außergewöhnliche Landschaft, 1. Aufl., Tübingen: Silberburg-Verlag 2008

LKN-SH/NATIONALPARKVERWALTUNG (Hrsg.): Mehrwert Natur – Ein Gewinn für alle: Nationalpark, Weltnaturerbe und Tourismus, Tönning 2014

MACY, J. & BROWN M.Y.: Die Reise ins lebendige Leben – Strategien zum Aufbau einer zukunftsfähigen Welt, 3. Aufl., Paderborn: Junfermannsche Verlagsbuchhandlung 2011

MAYER, H. O.: Interview und schriftliche Befragung – Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung, 6. Aufl., München: Oldenbourg 2013

MEMORANDUM VON BAUMGÄRTNER et al.: Ökonomie für den Naturschutz – Wirtschaften im Einklang mit Schutz und Erhalt der biologischen Vielfalt, Greifswald, Leipzig, Bonn 2009

MIEG, H.A. & NÄF, M.: Experteninterviews in den Umwelt- und Planungswissenschaften, 2. Aufl., Institut für Mensch-Umwelt-Systeme (HES), ETH Zürich 2005

MLR (MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ BADEN-WÜRTTEMBERG) (Hrsg.): Land investiert noch mehr Geld in Ländlichen Raum und Landwirtschaft, Pressemitteilung vom 14.07.2014, 2014a

MLR (MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ Baden-Württemberg) (Hrsg.): Naturschutzstrategie Baden-Württemberg. Biologische

Vielfalt und naturverträgliches Wirtschaften – für die Zukunft unseres Landes, 2.Aufl., Stuttgart 2014b

NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE: Der Wert der Natur für Wirtschaft und Gesellschaft – Eine Einführung. München, ifuplan; Leipzig, Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung – UFZ; Bonn, Bundesamt für Naturschutz. Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag GmbH 2012

Ö.T.E. (ÖKOLOGISCHER TOURISMUS IN EUROPA e.V.) (Hrsg.): Nachhaltiger Tourismus in Deutschland – Überregionale und modellhafte Initiativen von Politik, Wirtschaft und Verbänden im Spiegel der Umsetzung des Arbeitsprogramms „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (CSD), Bonn 2009

Ö.T.E. (ÖKOLOGISCHER TOURISMUS IN EUROPA e.V.) (Hrsg.): Tourismus und Naturschutz: Gemeinsam für den Erhalt der biologischen Vielfalt, Bonn 2011

REBANKS, J.: World Heritage Tourism: The potential for a new fundraising model for World Heritage destinations. Rebanks Consulting Ltd. 2012

REITER, K.: Stellungnahme zum Marktentlastungs- und Kulturlandschaftsausgleichsprogramm, In: JARRE, J. (Hrsg.): Die Honorierung ökologischer Leistungen der Landwirtschaft: Fallbeispiele, Probleme, Zukunftsperspektiven. Locumer Protokolle 1993. S. 30-31

REVERMANN, C. & PETERMANN, T.: Tourismus in Großschutzgebieten – Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung, Berlin: edition stigma 2003

RICHTER, E.: Pachtpreise bremsen Öko-Landbau, In: Esslinger Zeitung vom 09.02.2015, 2015. S. 25

RUPF, R.: Interessenkonflikt zwischen Naturschutz und Tourismus. Projekt Visiman, Wädenswil 2009

SAT (SCHWÄBISCHE ALB TOURISMUS): Pressemitteilung – 2013 mehr als 4 Millionen Übernachtungen auf der Schwäbischen Alb, Bad Urach 2014

SCHMOLL, F. & VOGT, J.: Alb-Ansichten. Spaziergänge übers schwäbische Hausgebirge, Tübingen: Silberburg-Verlag 2002

SPITTLER, R.: Nachhaltiger Tourismus in Großschutzgebieten: Verhältnis Tourismus und Naturschutz, o.J.

TSCHURTSCHENTHALER, P.: Umwelt und Tourismus – ein Allokations- und Distributionsproblem bei der Nutzung knapper Ressourcen, In: LANGER, G. (Hrsg.): Tourismus und Landschaftsbild: Nutzen und Kosten der Landschaftspflege, 2.Aufl., Innsbruck: LAGO-Eigenverlag 2002. S. 21-29

UNESCO: Antrag auf Anerkennung eines UNESCO-Biosphärenreservates Schwäbische Alb (Entwurf). Ministerium für Ernährung und ländlichen Raum Baden-Württemberg, Rottenburg, München 2007

UNESCO: Madrid Action Plan for Biosphere Reserves (2008 – 2013), 2008

WESTERMANN SCHULATLAS: Grosse Ausgabe, 3. Aufl., Braunschweig: Westermann Verlag 1970

WÖHLER, K.: Internalisierungsbereitschaft externer Kosten umweltverträglicher Angebote bei Urlaubern, In: LANGER, G. (Hrsg.): Tourismus und Landschaftsbild: Nutzen und Kosten der Landschaftspflege, 2.Aufl., Innsbruck: LAGO-Eigenverlag 2002. S. 215-216

WWF DEUTSCHLAND (Hrsg.): REISEN UND SCHÜTZEN: Wie kann Tourismus finanziell zum Schutz des Wattenmeeres beitragen?, Berlin 2014

Internetquellen:

ATMOSFAIR, aufgerufen am 26.03.2015: Was macht Atmosfair?

URL: https://www.atmosfair.de/was_macht_atmosfair

BAD URACH TOURISMUS, aufgerufen am 12.04.2015.

URL:<http://www.badurach-tourismus.de/Praktische-Infos/Uebernachten/Gaestekarte>

BERGWALDPROJEKT, aufgerufen am 23.02.2015.

URL: <http://www.bergwaldprojekt.de>

BFN (BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ), aufgerufen am 15.02.2015: Das Übereinkommen über die biologische Vielfalt (CBD).

URL: http://www.bfn.de/0304_cbd.html

BIOSPHEREGEBIET SCHWÄBISCHE ALB, aufgerufen am 02.03.2015a: Basisinformationen.

URL:<http://biosphaerengebiet-alb.de/index.php/lebensraum-biosphaerengebiet/basisinformationen>

BIOSPHEREGEBIET SCHWÄBISCHE ALB, aufgerufen am 02.03.2015b: Partner-Initiative.

URL:<http://biosphaerengebiet-alb.de/index.php/lebensraum-biosphaerengebiet/partner>

BIOSPHEREGEBIET SCHWÄBISCHE ALB, aufgerufen am 31.03.2015c: Partner-Initiative – Kriterien & Bewerbung.

URL:<http://biosphaerengebiet-alb.de/index.php/lebensraum-biosphaerengebiet/partner/partner-werden/bewerbung>

BORKUM, aufgerufen am 21.02.2015: Der Kurbeitrag.

URL: <http://www.borkum.de/DE/buchen/kurbeitrag/>

CBD (CONVENTION ON BIOLOGICAL DIVERSITY), aufgerufen am 15.01.2015: Text of the CBD.

URL: <http://www.cbd.int/convention/text/>

DOC (DEPARTMENT OF CONSERVATION), aufgerufen am 18.02.2015: Running your business or activity on DOC land.

URL: <http://www.doc.govt.nz/getting-involved/apply-for-permits/business-or-activity/>

DESTINATIONS BELIZE, aufgerufen am 18.02.2015: Whale Sharks in Belize.

URL: <http://www.destinationsbelize.com/tours-and-attractions/belize-whale-sharks.html>

EHRENSACHE NATUR, aufgerufen am 12.03.2015: Freiwillige in Parks.

URL: <http://www.ehrensache-natur.de/>

GEOPARK SCHWÄBISCHE ALB, aufgerufen am 24.02.2015a: Die Geologie der Schwäbischen Alb.

URL: <http://www.geopark-alb.de/de/geopark-wissen/geologie/>

GEOPARK SCHWÄBISCHE ALB, aufgerufen am 07.03.2015b: GeoPark – Über uns.

URL: <http://www.geopark-alb.de/de/info-service/ueber-uns/>

GEOPARK SCHWÄBISCHE ALB, aufgerufen am 07.03.2015c: GeoPark – Was ist das?

URL: <http://www.geopark-alb.de/de/geopark-wissen/geopark-was-ist-das.php>

KRUGER NATIONAL PARK, aufgerufen am 18.02.2015: Conservation Fees.

URL: http://www.krugerpark.co.za/Kruger_Park_Travel_Advisory-travel/conservation-fees.html

LANDZUNGE, aufgerufen am 21.02.2015: Lustvoll schlemmen und dabei viel Gutes tun. Werden Sie Pate für ein LandZunge-Weiderind!

URL: <http://www.landzunge.info/index.php?plink=patenschaft>

LEL (LANDESANSTALT FÜR ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DER LÄNDLICHEN RÄUME SCHWÄBISCH GMÜND), aufgerufen am 27.02.2015: Naturräume Baden-Württembergs: Schwäbische Alb.

URL: <https://www.landwirtschaft-bw.info/pb/MLR.LEL,Lde/Startseite/Laendliche+Entwicklung+und+Landschaft/Schwaebische+Alb>

LINDEMANN-MATTHIES, P., aufgerufen am 15.02.2015: Wahrnehmung und Wertschätzung biologischer Vielfalt. Vortragsreihe „Vielfalt des Lebens – Biodiversität im Alltag“. Marburg, 11. November 2010.

URL:http://www.sub-marburg.de/pdf/Lindemann_Wahrnehmung_und%20Wertschaetzung.pdf

RÜGEN, aufgerufen am 21.02.2015: Kurtaxe auf der Insel Rügen.
URL: <http://www.ruegen.de/service/kurtaxe.html>

SCHRADE, M., aufgerufen am 12.03.2015: Gegen die Fastfood-Fraktion, in: Reutlinger General-Anzeiger vom 16.10.2010.
URL:<http://www.gea.de/region+reutlingen/ueber+die+alb/gegen+die+fastfood+fraktion.1603036.htm>

SCI (SERVICE CIVIL INTERNATIONAL), aufgerufen am 23.02.2015.
URL: <http://www.sci-d.de/cms/index.php?index>

TEEB, aufgerufen am 27.01.2015: About The Economics of Ecosystems and Biodiversity.
URL: <http://www.teebweb.org/about/>

THEMENPARK UMWELT, aufgerufen am 24.02.2015a: Klima der Schwäbischen Alb.
URL:<http://www.themenpark-umwelt.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/12581/?path=4422;6114;&part=14081&partId=6>

THEMENPARK UMWELT, aufgerufen am 02.03.2015b: Biosphärengebiet Schwäbische Alb.
URL:<http://www.themenpark-umwelt.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/17069/?path=4422;6350;&part=21436&partId=0>

TOURISMUS BW, aufgerufen am 01.03.2015: Schwäbische Alb.
URL: <http://www.tourismus-bw.de/Regionen/Schwaebische-Alb>

UNWTO, aufgerufen am 16.02.2015: Understanding Tourism: Basic Glossary.
URL: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

VISIT GIVE PROJECT, aufgerufen am 21.02.2015: Nurture Lakeland – Visit Give Project.
URL:<http://www.nurturelakeland.org/images/stories/pdfs/nlvppbrochurefinal.pdf>

YELLOWSTONE NATIONAL PARK LODGES, aufgerufen am 21.02.2015.
URL: <https://shop.yellowstonenationalparklodges.com/shop/>

Interviewprotokolle:

Die vollständigen Interviews sind in Anhang IV zu finden.

Interview mit Herrn KÖHLER, Hotel Köhlers Krone am 04.02.2015

Interview mit Frau KRÜGER, Wanderreitbetrieb am 04.02.2015

Interview mit LANDZUNGE am 06.02.2015

Interview mit Herrn ROTH, Geopark Schwäbische Alb am 09.02.2015

Interview mit Herrn SOBKOWIAK, Hauptamtsleiter Stadt Schelklingen am 09.02.2015

Interview mit Frau STOLLMEIER, Schwäbische Landpartie am 09.02.2015

Interview mit Herrn STRAßER, Brennerei und Hofladen Straßer am 09.02.2015

Interview mit Herrn HOFFRICHTER, Haupt- und Landgestüt Marbach am 10.02.2015

Interview mit Herrn Prof. Dr. REIN, Studiengangleiter M.A. Nachhaltiges Tourismusmanagement HNE Eberswalde und BTE Tourismus- und Regionalberatung am 17.02.2015

Interview mit Herrn TRESS, Gasthof Friedrichshöhle und Wimsener Höhle am 01.03.2015

Interview mit Herrn BAUMANN, Oberbürgermeister Ehingen (Donau) am 03.03.2015

Interview mit Frau KRAISER, FLOMAX Naturmode GmbH am 04.03.2015

Interview mit Herrn HARTMAIER, Hofgut Hopfenburg am 06.03.2015

Interview mit Herrn MÜNZING, Bürgermeister Münsingen am 19.03.2015