



Ökologische Nachhaltigkeit in Beherbergungsbetrieben in regionalen Naturparks in der Deutschschweiz

Environmental sustainability in tourist accommodation businesses in
regional nature parks in German-speaking Switzerland

Master-Arbeit im Studiengang Nachhaltigkeitswissenschaft
Leuphana Universität Lüneburg
Sommersemester 2014

Vorgelegt von:

Nathalie Hutter
Matrikelnr: 3015079
Scheideggstraße 124
CH-8038 Zürich
nathaliehutter@gmail.com

Eingereicht bei:

Erstprüferin: Dr. phil. Anja Thiem
Zweitprüferin: Prof. Dr. soc. Tanja Mölders

Zürich, 13. September 2014

Foto Titelblatt: © Wladyslaw, CC-BY-SA-3.0,
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/00/Santa_Maria_Val_Muestair.JPG

Masterarbeit

Ökologische Nachhaltigkeit in Beherbergungsbetrieben in regionalen Naturparks in der Deutschschweiz

Environmental sustainability in tourist accommodation businesses in
regional nature parks in German-speaking Switzerland

Sommersemester 2014

Leuphana Universität Lüneburg

Master-Studiengang Nachhaltigkeitswissenschaft

Vorgelegt von:

Nathalie Hutter

Matrikelnr: 3015079

Scheideggstraße 124

CH-8038 Zürich

nathaliehutter@gmail.com

Eingereicht bei:

Erstprüferin: Dr. phil. Anja Thiem

Zweitprüferin: Prof. Dr. soc. Tanja Mölders

Zürich, 13. September 2014

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	i
Tabellenverzeichnis	iii
Abkürzungsverzeichnis	iv
Abstract	v
Vorwort	vii
1 EINLEITUNG	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Forschungsstand	2
1.3 Erkenntnisinteresse und Ziele	4
1.4 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	5
2 REGIONALE NATURPARKS	7
2.1 Entwicklung der Schutzgebietskonzepte	7
2.2 Entstehung der Naturparks in der Schweiz	8
2.3 Gesetzliche Grundlagen und deren Umsetzung	9
2.3.1 Natur- und Heimatschutzgesetz	9
2.3.2 Pärkeverordnung	10
2.3.3 Vollzug der Pärkeverordnung	12
2.3.4 Parklabel	12
2.4 Übersicht über die regionalen Naturparks in der Schweiz	13
3 NACHHALTIGE REGIONALENTWICKLUNG	16
3.1 Das Konzept der nachhaltigen Regionalentwicklung	16
3.1.1 Eigenständige Regionalentwicklung	16
3.1.2 Weiterentwicklung zur nachhaltigen Regionalentwicklung	17
3.2 Nachhaltige Regionalentwicklung in Naturparks	18
3.3 Die Rolle der Beherbergungsbranche in Naturparks	19
3.3.1 Regionales Wertschöpfungspotenzial	19
3.3.2 Problembereiche der Beherbergungsbranche	20
3.3.3 Lösungsansätze	22
3.4 Beitrag der Beherbergungsbranche zu den Zielen von Naturparks	23
3.4.1 Der HGF-Ansatz	23
3.4.2 Der strategische Zielrahmen	25
3.4.3 Die Handlungspotenziale im strategischen Zielrahmen	26
3.4.4 Schwerpunktsetzung durch den Zielrahmen	29
3.5 Zwischenfazit	30

4	HANDLUNGSBEREICHE VON BEHERBERGUNGSBETRIEBEN	32
4.1	Identifikation der Handlungsbereiche	32
4.1.1	Handlungsbereiche in Labels und Studien	32
4.1.2	Ableitung der zu untersuchenden Bereiche	34
4.2	Beschreibung der Handlungsbereiche	35
4.2.1	Energienutzung	35
4.2.2	Wasserverbrauch	36
4.2.3	Abfall und Recycling	37
4.2.4	Einkauf	38
4.2.5	Sensibilisierung	39
4.2.6	Umweltmanagement	40
5	ANREIZE UND HEMMNISSE	41
5.1	Anreize	41
5.2	Hemmnisse	46
6	UNTERSUCHUNGSDESIGN	50
6.1	Untersuchungsmodell	50
6.2	Eingrenzung der Untersuchungsobjekte	51
6.3	Methodenwahl	53
6.4	Fragebogengenerierung	54
6.4.1	Block A: Problembewusstsein	54
6.4.2	Block B: Handlungsbereiche der Betriebe	55
6.4.3	Block C: Anreize und Hemmnisse	59
6.4.4	Block D: Betriebseigenschaften	60
6.4.5	Block E: Soziodemografische Merkmale	61
6.4.6	Pretest	61
6.5	Durchführung der Befragung	62
6.6	Datenaufbereitung und -auswertung	62
6.6.1	Repräsentativität	62
6.6.2	Statistische Maße und Verfahren	63
7	ERGEBNISSE	66
7.1	Betriebseigenschaften	66
7.1.1	Naturparks	66
7.1.2	Betriebsart	67
7.1.3	Betriebsgröße	67
7.1.4	Gründungsjahr	68
7.2	Soziodemografische Merkmale	68

7.3	Handlungsbereiche	68
7.3.1	Energienutzung	68
7.3.2	Wasserverbrauch	69
7.3.3	Abfall und Recycling	70
7.3.4	Einkauf	70
7.3.5	Sensibilisierung	71
7.3.6	Umweltmanagement	72
7.3.7	Übersicht über alle Handlungsbereiche	74
7.3.8	Zeitliche Veränderung	77
7.4	Anreize und Hemmnisse	79
7.4.1	Anreize	79
7.4.2	Hemmnisse	81
7.5	Problembewusstsein	83
7.6	Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	86
8	DISKUSSION	87
8.1	Handlungsbereiche	87
8.1.1	Beurteilung einzelner Maßnahmen	87
8.1.2	Zusammenhang mit der Betriebsgröße und -art	90
8.1.3	Zusammenhang mit dem Bestehen von Naturparks	92
8.1.4	Zusammenhang mit der Bestehensdauer eines Betriebes	93
8.2	Anreize und Hemmnisse	93
8.2.1	Anreize	93
8.2.2	Hemmnisse	96
8.3	Problembewusstsein	98
8.4	Entwicklung über die Zeit	100
8.5	Limitationen der Untersuchung	101
9	EINBETTUNG DER ERKENNTNISSE UND MÖGLICHE ANSATZPUNKTE	103
9.1	Einbettung in den Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung	103
9.1.1	Beitrag zum strategischen Zielrahmen	103
9.1.2	Zusammenspiel der Nachhaltigkeitsdimensionen	104
9.1.3	Einfluss der Naturparks auf die Beherbergungsbetriebe	105
9.2	Ansatzpunkte zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit	105
10	FAZIT	112
10.1	Beantwortung der Forschungsfragen	112
10.2	Weiterer Forschungsbedarf	115
	Quellenverzeichnis	I
	Rechtsquellen	XIV
	Anhang	XV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Parklabels „Regionaler Naturpark“ und „Kandidatur Regionaler Naturpark“ (Quelle: BAFU 2010d)	13
Abbildung 2: Übersicht Parks und Parkprojekte (Quelle: Netzwerk Schweizer Pärke 2014, leicht verändert).....	14
Abbildung 3: Schematische Darstellung der Verknüpfung von Top-down- und Bottom-up-Ansatz im HGF-Konzept (in Anlehnung an Viebahn 2006, S. 318)	25
Abbildung 4: Untersuchungsmodell	51
Abbildung 5: Schematische Darstellung der Kennzahlenbildung (M = Mittelwert).....	64
Abbildung 6: Verteilung der Beherbergungsbetriebe in den Naturparks, in der Stichprobe und in der Grundgesamtheit	66
Abbildung 7: Anteil der Antworten in den jeweiligen Betriebsarten	67
Abbildung 8: Verteilung der teilnehmenden Betriebe nach Betriebsgröße	67
Abbildung 9: Ausbildung der Teilnehmer/-innen.....	68
Abbildung 10: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Energienutzung	69
Abbildung 11: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Wasserverbrauch..	70
Abbildung 12: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Abfall/Recycling....	70
Abbildung 13: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Einkauf	71
Abbildung 14: Anteil der Umsetzung in den teilnehmenden Betrieben im Bereich Sensibilisierung.....	72
Abbildung 15: Anteil der Umsetzung in den teilnehmenden Betrieben im Bereich Umweltmanagement	73
Abbildung 16: Anteil der Umsetzung in den teilnehmenden Betrieben bei den Zusatzfragen im Umweltmanagement.....	74
Abbildung 17: Übersicht der Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe in allen Handlungsbereichen.....	74
Abbildung 18: Unterschiede in den Mittelwerten der Handlungsbereiche zwischen Hotellerie und Para-hotellerie.....	75
Abbildung 19: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe nach Größenklassen.....	76
Abbildung 20: Streudiagramm zur Relation zwischen Betriebsgröße und Kennzahlensumme, korrigiert um den Ausreißer mit 270 Betten.....	76
Abbildung 21: Anteile der teilnehmenden Betriebe in den jeweiligen Kategorien der zeitlichen Veränderung	78

Abbildung 22: Mittelwerte der Kennzahlensumme der teilnehmenden Betriebe in den jeweiligen Kategorien der zeitlichen Veränderung	78
Abbildung 23: Zeitliche Veränderung der teilnehmenden Betriebe gemäß der Bestehensdauer der Naturparks	79
Abbildung 24: Einschätzung (Mittelwerte) der Anreize durch die teilnehmenden Betriebe	80
Abbildung 25: Mittelwerte der Einschätzung der Anreize in den Kategorien der Veränderung über die Zeit	81
Abbildung 26: Einschätzung (Mittelwerte) der Hemmnisse durch die teilnehmenden Betriebe	82
Abbildung 27: Mittelwerte der Einschätzung der Hemmnisse in den Kategorien der Veränderung über die Zeit	83
Abbildung 28: Grad der Zustimmung der teilnehmenden Betriebe zu den Aussagen im Bereich Problembewusstsein	84
Abbildung 29: Unterschiede in der Einschätzung von Hotellerie- und Parahotellerie- Betrieben im Bereich Problembewusstsein	85
Abbildung 30: Anteil von Hotellerie- und Parahotellerie-Betrieben in den jeweiligen Betriebsgrößenkategorien	91
Abbildung 31: Bewertung der Anreize (Mittelwerte) innerhalb der drei Dimensionen Persönlichkeit, Ökonomie und Politik/Gesellschaft	96
Abbildung 32: Bewertung der Hemmnisse (Mittelwerte) in den Dimensionen Persönlichkeit, Ökonomie und Politik/Gesellschaft	98

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Operative Ziele zum strategischen Ziel 1 (Quelle: BAFU 2008, S. 3)	27
Tabelle 2: Operative Ziele zum strategischen Ziel 2 (Quelle: BAFU 2008, S. 4)	28
Tabelle 3: Operative Ziele zum strategischen Ziel 3 (Quelle: BAFU 2008, S. 5)	28
Tabelle 4: Operative Ziele zum strategischen Ziel 4 (Quelle: BAFU 2008, S. 6)	29
Tabelle 5: Teilbereiche des Handlungsbereichs Energienutzung	36
Tabelle 6: Teilbereiche des Handlungsbereichs Wasserverbrauch.....	37
Tabelle 7: Teilbereiche des Handlungsbereichs Abfall und Recycling	38
Tabelle 8: Teilbereiche des Handlungsbereichs Einkauf.....	38
Tabelle 9: Teilbereiche des Handlungsbereichs Sensibilisierung	39
Tabelle 10: Teilbereiche des Handlungsbereichs Umweltmanagement	40
Tabelle 11: Kategorisierung der Anreize.....	45
Tabelle 12: Kategorisierung der Hemmnisse	49
Tabelle 13: Anzahl Betriebe mit E-Mail-Adressen in den Naturparks.....	53
Tabelle 14: Herleitung der Fragebogenelemente zum Problembewusstsein	55
Tabelle 15: Herleitung der Fragebogenelemente für den Bereich Energienutzung	57
Tabelle 16: Fragebogenelement zur zeitlichen Veränderung	58
Tabelle 17: Fragebogenelemente zu Anreizen und Hemmnissen	59
Tabelle 18: Übersicht über die Mittelwerte der einzelnen Maßnahmen.....	87

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Art.	Artikel
BAFU	Bundesamt für Umwelt
eE	erneuerbare Energien
Kap.	Kapitel
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
M	Mittelwert (arithmetisches Mittel)
MA	Mitarbeitende
N	Anzahl Fälle
NHG	Natur- und Heimatschutzgesetz
PäV	Pärkeverordnung
SD	Standardabweichung

Abstract

Im Jahr 2007 wurde in der Schweiz mit den regionalen Naturparks ein Instrument eingeführt, um in ländlichen Gebieten die nachhaltige Regionalentwicklung voranzutreiben. Regionale Naturparks sollen eine nachhaltig betriebene Wirtschaft fördern und gleichzeitig Maßnahmen zur Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft ergreifen. Der naturnahe Tourismus ist einer der Wirtschaftszweige, die in regionalen Naturparks explizit gefördert werden sollen. Anhand des Beispiels der Beherbergungsbranche wird in der vorliegenden Arbeit untersucht, inwiefern die Naturparks die an sie gestellten Anforderungen erfüllen können. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der ökologischen Nachhaltigkeit. Dazu wurde eine Online-Umfrage in Beherbergungsbetrieben der Hotellerie und der Parahotellerie in den zehn bereits bestehenden Deutschschweizer Naturparks durchgeführt. Untersucht wurde das Problembewusstsein, die ergriffenen Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz sowie Anreize und Hemmnisse, die ein Engagement fördern resp. behindern. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Beherbergungsbranche einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung leistet. Die 91 teilnehmenden Betriebe (Rücklaufquote: 25 %) verfügen über ein gut ausgeprägtes Problembewusstsein und haben bereits diverse Maßnahmen umgesetzt. Neben in der Persönlichkeit begründeten Anreizen und Hemmnissen sind es häufig ökonomische Gründe, die ein Engagement beeinflussen. In einigen Bereichen wurde jedoch auch Verbesserungspotenzial identifiziert, wie z. B. im systematischen Umweltmanagement oder in der Wahrnehmung bezüglich der Umweltwirkungen der Betriebe. Daraus wurden Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung der betrieblichen Nachhaltigkeit abgeleitet. Neben den Beherbergungsbetrieben selbst spielen dabei insbesondere die Trägerschaften der Naturparks eine wichtige Rolle. In der Umfrage wurden außerdem die vielfältigen Verflechtungen zwischen den unterschiedlichen Dimensionen von Nachhaltigkeit sowohl im Betrieb als auch in der Region sichtbar.

Stichworte: Regionale Naturparks – Beherbergungsbranche – ökologische Nachhaltigkeit – betrieblicher Umweltschutz – nachhaltige Regionalentwicklung

Abstract

In 2007, Switzerland introduced the concept of regional nature parks as an instrument to promote sustainable regional development in rural areas. One of the main goals of regional nature parks is the promotion of a sustainable economy, alongside measures to preserve and enhance nature and the cultural landscape. With particular focus on tourist accommodation, this paper seeks to investigate the extent to which regional nature parks live up to these claims. This was achieved through a web-based survey in which lodging (hotels, guest houses, bed and breakfasts etc.) in ten existing regional nature parks in the German-speaking part of Switzerland was analysed. The survey focused on environmental awareness, environmental protection measures taken by the companies, as well as incentives and barriers that further or hinder the commitment of a company. The results indicate that tourist accommodation businesses contribute considerably to sustainable regional development. The 91 businesses that took part in the survey (response rate: 25 %) show a distinctive level of environmental awareness with a variety of environmental measures undertaken so far. It was seen, amongst personal reasons, economic incentives or barriers were the largest influencer in a company's commitment to sustainable practice. Potential for improvement has been identified in some areas, such as environmental management or awareness relating to the negative influence on the environment. On this basis, starting points to develop operational sustainability have been deducted. In this respect, tourist accommodation businesses themselves as well as branch offices of regional nature parks play an important role. The survey also highlighted the various interconnections between the different dimensions of sustainability within the companies as well as within the region.

Keywords: regional nature parks – tourist accommodation businesses – environmental sustainability – environmental protection – sustainable regional development

Vorwort

Schon vor meinem Studium stellte sich mir die zentrale Frage, wie die Menschen dazu bewegt werden können, sich nachhaltiger zu verhalten. Obwohl viele Nachhaltigkeits- und insbesondere Umweltprobleme globale Auswirkungen haben, kann meiner Meinung nach jede und jeder Einzelne einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten. Doch wie ist das zu bewerkstelligen? Auf der Suche nach Antworten bin ich auf das Konzept der regionalen Naturparks in der Schweiz gestoßen. Deren Versuch, durch die Integration der unterschiedlichen Nachhaltigkeitsaspekte unter aktivem Einbezug der lokalen Bevölkerung eine nachhaltige Entwicklung in der Region anzustreben, empfand ich als zielführend. Da Naturparks häufig auch Projekte im Bereich des nachhaltigen Tourismus durchführen, sah ich hier eine Gelegenheit, mein im Auslandssemester erworbenes Wissen zu diesem Thema einzubringen. Daher beschloss ich, den Tourismus in Naturparks zu meinem Masterarbeitsthema zu machen. Das vorliegende Endprodukt ist ein wichtiger Meilenstein in meinem Werdegang und ich möchte mich an dieser Stelle bei den Personen bedanken, die mich dabei unterstützt haben.

Mein herzlicher Dank geht an Frau Dr. Thiem und Frau Prof. Dr. Mölders, den Betreuerinnen meiner Master-Arbeit, die mich bei der Vorbereitung unterstützten, mir wertvolle Denkanstöße gaben und für Fragen zur Verfügung standen.

Auch bei den Geschäftsstellen der Deutschschweizer Naturparks möchte ich mich bedanken. Sie haben mir meine Fragen zu deren Aktivitätsfeldern beantwortet und mich bei der Durchführung der Online-Umfrage unterstützt.

Ein Dankeschön geht zudem an die vielen Beherbergungsbetriebe, die sich die Zeit genommen haben, meine Umfrage zu beantworten und interessante Anregungen gaben. Ebenso möchte ich mich bei den Personen bedanken, die sich zu einer Durchsicht und zu einem Test des Fragebogens bereit erklärt haben.

Ein ganz besonderer Dank richtet sich an meine Eltern, die mich während des gesamten Studiums immer unterstützt haben. Nicht zuletzt danke ich Dani, der während der ganzen Studienzeit für mich da war und mich in anspruchsvollen Phasen unterstützt, aufgemuntert und zum Lachen gebracht hat.

1 Einleitung

Im einführenden Kapitel wird zunächst die Ausgangslage geschildert, welche die Motivation für die vorliegende Masterarbeit lieferte, und auf den aktuellen Forschungsstand eingegangen. Anschließend wird das daraus resultierende Erkenntnisinteresse dargestellt. Das Kapitel wird mit einer Beschreibung der Vorgehensweise und dem Aufbau der Arbeit abgeschlossen.

1.1 Ausgangslage

Der ländliche Raum nimmt in der Schweiz mit 77 % einen beträchtlichen Anteil an der Landesfläche ein. Viele dieser Regionen sind gekennzeichnet durch außergewöhnliche Landschaften und vielfältige Naturräume. Einige dieser Gebiete haben jedoch mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen und verzeichnen eine Abwanderung der Bevölkerung in andere Regionen (vgl. ARE 2012, S. 1 und 18; Berberat 2000). Um in solchen Gebieten eine wirtschaftliche Entwicklung zu fördern und gleichzeitig die Natur und Landschaft zu erhalten, wurde in der Schweiz das Konzept der regionalen Naturparks eingeführt (vgl. UVEK 2007, S. 1). Im Jahr 2007 trat auf Bundesebene eine Pärkeverordnung¹ (PäV) in Kraft, welche die Anforderungen für die Vergabe eines entsprechenden Parklabels festlegt. Ein Parklabel können Regionen beantragen, die hohe Natur- und Landschaftswerte aufweisen und Maßnahmen zur Erhaltung und Aufwertung ebendieser ergreifen. Gleichzeitig muss eine nachhaltig betriebene Wirtschaft gefördert werden (vgl. PäV Art. 20 und 21). Naturparks sollen ländliche Räume damit sowohl aufwerten als auch schützen und gelten als Modellregionen nachhaltiger Regionalentwicklung (vgl. Berberat 2000; Weissen 2013, S. 86). Seither hat das Konzept der Naturparks eine breite Umsetzung erfahren: Mittlerweile existieren bereits 14 regionale Naturparks in der Schweiz und zwei weitere tragen das Label „Kandidat“ (Stand Juni 2014). Die 14 bestehenden Naturparks umfassen insgesamt 4 605,5 Quadratkilometer, was rund 11 % der Fläche der Schweiz entspricht (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke 2013, S. 7). In Anbetracht dieser rasanten Entwicklung stellt sich die Frage, ob die Naturparks dem Anspruch, Natur und Landschaft zu erhalten und gleichzeitig eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung zu fördern, auch tatsächlich gerecht werden.

¹ In der Schweiz wird als Plural von Park in der Regel der Begriff Pärke verwendet.

Einer der Wirtschaftszweige, der in Naturparks explizit gefördert werden soll, ist der naturnahe Tourismus (vgl. PÄV Art. 21c). Dieser Wirtschaftszweig ermöglicht es, die Landschaft zu nutzen, um ein Einkommen zu generieren. Er hat zugleich ein Interesse daran, die Natur wo immer möglich zu schützen und zu erhalten, um die touristische Attraktivität zu bewahren. Viele Naturparks in der Schweiz haben folglich Initiativen im Bereich des nachhaltigen Tourismus gestartet. Hotels und andere Beherbergungsbetriebe wie Pensionen oder Bed & Breakfasts sind dabei ein wesentlicher Bestandteil des touristischen Produkts und generieren regionale Wertschöpfung (vgl. Pröbstl-Haider 2013, S. 29 ff.). Die Beherbergungsbetriebe verursachen jedoch zum Teil beträchtliche negative Auswirkungen auf die Umwelt, wie z. B. CO₂-Emissionen, Abfälle oder einen großen Wasserverbrauch. So erzeugen die Übernachtungen in Hotels neben der An- und Abreise beispielsweise oft den größten Klima-Fußabdruck in der touristischen Wertschöpfungskette (vgl. Büsser et al. 2010; WWF Deutschland 2009). Da in regionalen Naturparks dem Nachhaltigkeitsleitbild und insbesondere der Erhaltung der Natur ein besonderer Stellenwert eingeräumt wird, müssen solche negativen Auswirkungen auf die Umwelt wo immer möglich minimiert werden. Ob dies in den jeweiligen Beherbergungsbetrieben tatsächlich geschieht, ist bisher jedoch kaum untersucht worden. Es ist noch unzureichend erforscht, wie und in welchem Maß Beherbergungsbetriebe in Naturparks ökologische Nachhaltigkeit in ihrem Betrieb berücksichtigen und umsetzen. Ein fundiertes Wissen in diesem Bereich wäre jedoch nötig, um überprüfen zu können, inwiefern die Anforderungen an ein nachhaltiges Wirtschaften erfüllt werden. Außerdem wäre es anhand einer solchen Wissensbasis möglich, Schwachstellen aufzudecken und bei Bedarf die Umweltleistung der Beherbergungsbetriebe in Naturparks zu verbessern.

1.2 Forschungsstand

Die Rolle des Tourismus in der nachhaltigen Regionalentwicklung in Naturparks wurde in mehreren Untersuchungen betrachtet, wobei das Augenmerk vor allem auf der touristischen Wertschöpfung lag (vgl. z. B. Backhaus et al. 2013; Knaus 2012; Küpfer & Elsasser 2000; Mayer et al. 2010; Siegrist et al. 2006; Siegrist 2013). Unbestritten ist dabei, dass der Tourismus in Naturparks zu einer Regionalentwicklung beiträgt (vgl. z. B. Pröbstl-Haider 2013 oder Siegrist 2013). In welchem Maß diese Entwicklung als nachhaltig bezeichnet werden kann, wird allerdings noch diskutiert (vgl. z. B. Siegrist et al. 2007).

Auch das Thema „Nachhaltigkeit in der Beherbergungsindustrie“ und insbesondere dessen ökologische Dimension wird in der Fachliteratur schon seit Längerem behandelt. Es wurden diverse Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung in Hotels und Methoden zu deren Messung vorgeschlagen (vgl. z. B. Singh & Houdré 2013; Sloan, Legrand & Chen 2011; Burgos-Jiménez, Cano-Guillén & Céspedes-Lorente 2002). Mit qualitativen und quantitativen Fallstudien wurden die von Hotels ergriffenen Umweltmaßnahmen in bestimmten Untersuchungsgebieten betrachtet (z. B. Bohdanowicz 2006 in Schweden und Polen, Buckley & Araujo 1997 in Australien, Erdogan & Baris 2007 in Ankara, Garay & Font 2012 in Katalonien, Rahman, Reynolds & Svaren 2012 in den USA) und der Einfluss von bestimmten Aspekten, wie z. B. der Bestehensdauer des Betriebs, der Größe, der Eigentumsverhältnisse oder der Werte des Managements, auf die Nachhaltigkeitsleistung erforscht (vgl. z. B. Bohdanowicz 2005; Hobson & Essex 2001; López-Gamero, Molina-Azorín & Claver-Cortes 2011). Außerdem wurde als weiterer Aspekt in einigen Studien untersucht, welche Treiber und Hindernisse beim Ergreifen von Umweltmaßnahmen bestehen (vgl. z. B. Ayuso 2006; Bohdanowicz 2006; Chan 2011; Sampaio, Thomas & Font 2012; Tzschentke, Kirk & Lynch 2004 und 2008b). Studien zur ökologischen Nachhaltigkeit von Beherbergungsbetrieben, die sich in Schutzgebieten, Natur- oder Nationalparks befinden, sind hingegen rar. Genauer untersucht wurden bisher Hotels im Goreme Historical National Park in der Türkei, wo die Umweltleistungen in mehreren Bereichen betrachtet wurden (vgl. Erdogan & Tosun 2009). Des Weiteren wurde eine Studie zu kleinen und mittleren Tourismusunternehmen (Hotels, Campingplätze, Cafés, Restaurants, Geschäfte u. ä.) im Yorkshire Dales National Park in Großbritannien (vgl. Dewhurst & Thomas 2003) sowie eine größer angelegte Umfrage in mehreren europäischen Schutzgebieten durchgeführt (vgl. Font, Garay & Jones 2014). In beiden Studien wurde hauptsächlich untersucht, inwiefern sich Kleinbetriebe in Bezug auf ihr Umweltengagement von größeren touristischen Unternehmen unterscheiden und auf welchen Gründen ihr Umweltengagement basiert. Studien, die von Hotels ergriffene Maßnahmen und die jeweiligen Anreize und Hindernisse in Naturparks im deutschsprachigen Raum untersuchten, wurden jedoch keine gefunden. Hier besteht demnach ein Wissensdefizit, zu dessen Behebung die vorliegende Masterarbeit einen Beitrag leisten möchte.

1.3 Erkenntnisinteresse und Ziele

Das übergeordnete Erkenntnisinteresse dieser Masterarbeit ist die Frage, inwieweit regionale Naturparks die Anforderungen der Pärkeverordnung, Natur und Landschaft zu erhalten und gleichzeitig eine nachhaltig betriebene Wirtschaft zu stärken, erfüllen. Der nachhaltige Tourismus wird aufgrund seiner Verbreitung und seiner potenziellen Fähigkeit, die Erhaltung der Natur und Landschaft mit ökonomischen Tätigkeiten zu verbinden, als Beispiel aufgegriffen. Als Untersuchungsgegenstand dient die Beherbergungsbranche, da diese nach der Mobilität die größten negativen Auswirkungen auf die Umwelt erzeugt. Zudem ist sie im Gegensatz zur Mobilität ausschließlich vor Ort angesiedelt und daher für regionale Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung besser empfänglich. Da eine schlechte Leistung im Umweltschutz die Natur – also die Basis für den naturnahen Tourismus – beeinträchtigt, gilt den ökologischen Aspekten der Nachhaltigkeit ein besonderes Augenmerk.

Einen ersten Beitrag zum Erkenntnisinteresse leistet eine Bestandsaufnahme der Maßnahmen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit in der Beherbergungsbranche in regionalen Naturparks in der Deutschschweiz. Damit wird ein Überblick gewonnen, welche Schritte in welchen Bereichen bereits unternommen worden sind. Es ergibt sich daraus folgende Forschungsfrage, die durch Unterfragen weiter spezifiziert wird.

- 1) Wie weit ist die ökologische Nachhaltigkeit in den Beherbergungsbetrieben in regionalen Naturparks in der Deutschschweiz fortgeschritten?
 - In welchem Maß ist ein Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit in den betreffenden Beherbergungsbetrieben vorhanden?
 - Welche Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit sind bisher umgesetzt worden?
 - Ist das Engagement für eine ökologisch nachhaltige Ausrichtung von bestimmten Eigenschaften des Betriebes, wie z. B. der Art, der Größe oder des Standortes, abhängig?

Des Weiteren sollen Anreize und Hemmnisse für eine ökologisch nachhaltige Entwicklung in Beherbergungsbetrieben identifiziert werden. Dabei soll auch die Rolle der Parkträgerschaften der Naturparks untersucht werden. In Kombination mit den Ergebnissen der ersten Forschungsfrage kann in der Folge abgeleitet werden, welche Akteure (z. B. Geschäftsstelle Naturpark, Behörden, Gäste) in welchen Bereichen (z. B. energie-

tische Sanierung, Verwendung lokaler Produkte) und mit welchem Fokus ansetzen können, um eine ökologisch nachhaltige Entwicklung in den Beherbergungsbetrieben zu fördern. Dies ergibt folgende Forschungsfrage:

- 2) Wo kann angesetzt werden, um die ökologische Nachhaltigkeit in diesen Betrieben zu verbessern?
 - Was sind Anreize für ein Engagement im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit von Beherbergungsbetrieben in Naturparks (z. B. Kosteneinsparungen, rechtliche Regelungen, Kundennachfrage etc.)?
 - Was sind Hemmnisse für ökologische Nachhaltigkeit in diesen Betrieben (z. B. mangelnde Ressourcen, Unkenntnis, Desinteresse etc.)?

Die aus der Untersuchung der vorhergehenden Forschungsfragen gewonnenen Erkenntnisse müssen anschließend unter dem Blickwinkel der nachhaltigen Regionalentwicklung betrachtet werden. Um den Beitrag der Beherbergungsbetriebe zur nachhaltigen Regionalentwicklung herauszuarbeiten, werden die Wechselwirkungen zwischen den Anreizen sowie Hemmnissen und dem Engagement der Betriebe beleuchtet. Damit sollen die Verflechtungen zwischen den unterschiedlichen Nachhaltigkeitsdimensionen, die in den betrachteten Beherbergungsbetrieben zum Tragen kommen, sichtbar gemacht werden.

- 3) Wie spielen im Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsaspekte in den Beherbergungsbetrieben zusammen?
 - Welchen Bereichen (z. B. Ökonomie, Gesellschaft etc.) sind die Anreize und Hemmnisse zuzuordnen?

Nicht zuletzt soll diese Masterarbeit bei den Betreiberinnen und Betreibern von Beherbergungsbetrieben zur Bewusstseinsbildung beitragen und diese dazu anregen, über die Problematik und Handlungsoptionen nachzudenken.

1.4 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

Zur Beantwortung der aufgeworfenen Forschungsfragen werden Daten benötigt, die bisher noch nicht vorhanden sind und erst noch erhoben werden müssen. Um einen möglichst breiten Überblick zu erhalten, wird im Rahmen dieser Masterarbeit eine Umfrage in den Beherbergungsbetrieben aller zehn Naturparks in der Deutschschweiz durchgeführt. Die vier Naturparks in der Romandie können in dieser Masterarbeit aus

zeitlichen Gründen (Übersetzungsaufwand) nicht berücksichtigt werden. Durch das Einbeziehen mehrerer Naturparks können Zusammenhänge sichtbar gemacht werden, die bei einer Einschränkung auf ein einzelnes Untersuchungsgebiet nicht unbedingt erkennbar sind. So lässt sich z. B. untersuchen, ob die Bestehensdauer eines Parks einen Einfluss auf die Nachhaltigkeitsleistung hat oder welche Initiativen der Parkverwaltung besonders erfolgsversprechend sind.

Um die Erhebung durchführen zu können, ist zunächst eine Erarbeitung der theoretischen Grundlagen nötig. Als Erstes werden dazu in Kapitel 2 die regionalen Naturparks betrachtet. Darin wird erläutert, wie das Konzept der Naturparks in der Schweiz entstanden ist, welche Bedingungen ein Naturpark erfüllen muss und welche Naturparks bereits existieren resp. momentan aufgebaut werden. In Kapitel 3 werden die Zusammenhänge zwischen Naturparks, nachhaltiger Regionalentwicklung und Beherbergungsbetrieben beleuchtet. Im nächsten Schritt (Kapitel 4) folgt die Darlegung wesentlicher Handlungsbereiche zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung in der Beherbergungsbranche. Ob und in welchem Maß sich Beherbergungsbetriebe für ökologische Nachhaltigkeit engagieren, ist von einer Reihe von Faktoren abhängig. Mittels einer Literaturrecherche werden in Kapitel 5 die für Beherbergungsbetriebe in Naturparks relevanten Anreize und Hemmnisse identifiziert und beschrieben.

Nachdem die theoretischen Grundlagen erarbeitet worden sind, ist das Kapitel 6 dem Untersuchungsdesign gewidmet. Schwerpunkt des Kapitels bildet die Beschreibung der Konstruktion des Online-Fragebogens, der als Erhebungsinstrument gewählt wurde. Anschließend werden in Kapitel 7 die Ergebnisse der Befragung vorgestellt, die in der darauf folgenden Diskussion (Kapitel 8) interpretiert werden. In Kapitel 9 werden die gewonnenen Erkenntnisse in den Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung eingebettet und es werden Ansatzpunkte zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit hergeleitet. Die Arbeit wird mit einem Fazit (Kapitel 10) abgeschlossen, in dem die Forschungsfragen beantwortet werden und ein Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf gegeben wird.

2 Regionale Naturparks

Das folgende Kapitel dient der Annäherung an das Konzept der regionalen Naturparks. Ausgehend von einem kurzen Abriss über die Entwicklung der Schutzgebietskonzepte wird erläutert, wie die regionalen Naturparks in der Schweiz entstanden sind. Anschließend werden die Naturparks anhand der gesetzlichen Grundlagen charakterisiert. Abgeschlossen wird das Kapitel mit einer Übersicht der Parks in Betrieb und in Errichtung.

2.1 Entwicklung der Schutzgebietskonzepte

Der allererste Nationalpark, der Yellowstone National Park in den USA, wurde 1872 mit dem vorrangigen Ziel eingerichtet, die natürlichen Ressourcen in diesem Gebiet zu schützen und vor menschlichen Veränderungen zu bewahren (vgl. Vogt & Job 2003, S. 138). In der Alpenregion wurde der erste Nationalpark einige Jahrzehnte später im Jahr 1914 in der Schweiz in Betrieb genommen (vgl. Parc Naziunal Svizzer o.J.). Auch die Errichtung dieses Nationalparks basierte auf dem Ziel einer Erhaltung der unberührten Natur. Dieses Schutzgebietskonzept, das auch unter dem Begriff amerikanisches Total-schutzmodell bekannt ist, war bis in die 1970er-Jahre das vorherrschende Prinzip in der Schutzgebietseinrichtung (vgl. Vogt & Job 2003, S. 139). Danach fand zunehmend eine Neuausrichtung in der internationalen Schutzgebietsdiskussion statt. Das klassische Schutzkonzept, welches die lokale Bevölkerung wenig oder gar nicht berücksichtigt, wurde vermehrt hinterfragt. Im Zuge dieser Diskussion gab das von der UNESCO 1971 gestartete „Man and Biosphere“-Programm den Anstoß zum Modell der Biosphären-reservate, das den Naturschutz mit den Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung verbinden will (vgl. Job, Metzler & Vogt 2003, S. 5). Auch andere, ähnliche Konzepte, die Schutz und Nutzung integrieren wollen, wurden in zunehmendem Maße umgesetzt. So entstanden in den 60er- und 70er-Jahren in Frankreich die *parcs naturels régionaux*, in Italien die *parchi regionali* und in Österreich die Naturparks (vgl. Hammer 2003a, S. 14). Diese sogenannten integrativen oder auch dynamisch-innovativen Schutzkonzepte haben zum Ziel, den Natur- und Landschaftsschutz, die regionale Entwicklung und den Erhalt von extensiven und regionalen Nutzungs- und Produktionsformen zu integrieren. Es sollen hierbei gleichzeitig sowohl die Lebensräume der einheimischen Flora und Fauna erhalten als auch die Lebensgrundlage der lokalen Bevölkerung sichergestellt werden (vgl. Hammer 2003b, S. 8).

2.2 Entstehung der Naturparks in der Schweiz

In der Schweiz blieb eine mit Europa vergleichbare Entwicklung von integrativen Schutzkonzepten wie den oben erwähnten Naturparks relativ lange aus (vgl. Siegrist 2002, S. 158). Erst in den 1990er-Jahren entstanden in verschiedenen Landesregionen mehrere Initiativen zur Schaffung von neuen National- oder Landschaftsparks (vgl. Stulz 2003, S. 180; Vanoni 2009). Es wurde außerdem Kritik an der bisherigen Schutzgebietspolitik der Schweiz laut. Ein Kritikpunkt war, dass Schutzgebiete mehrheitlich von oben verordnet und die betroffenen Regionen nicht ausreichend miteinbezogen würden. Auch habe die bisherige Schutzgebietspolitik die ökonomische und soziokulturelle Komponente unzureichend berücksichtigt, da die Schutzgebiete nicht als Instrumente nachhaltiger Entwicklung gedacht und konzipiert waren (vgl. Stulz 2003, S. 180). Die Thematik der Schaffung von neuen Parks wurde in der Folge durch parlamentarische Vorstöße auf nationaler Ebene aufgegriffen. In den Jahren 1998 und 2000 wurden Motionen² eingereicht, welche die Schaffung und Erweiterung von Schutzgebieten und Regionalparks forderten. Als Begründung für die Vorstöße wurde der Entwicklungsschub in der Einrichtung von Schutzgebieten in Europa vorgebracht. Zudem wurde argumentiert, dass Schutzgebiete nicht nur ein wichtiges Instrument für den Naturschutz seien, sondern auch zur wirtschaftlichen Förderung von Randregionen beitragen können (vgl. Semadeni 1998; Berberat 2000; Siegrist 2002, S. 159).

Basierend auf diesen Entwicklungen und Diskussionen entstand eine neue Schweizer Parkpolitik, die auf den folgenden Prinzipien basiert (vgl. BAFU 2010a):

- Die Errichtung eines neuen Parks ist freiwillig.
- Die Errichtung von neuen Parks basiert auf breit getragenen, partizipativen und demokratischen Prozessen in der jeweiligen Region.
- Grundvoraussetzung für die Anerkennung als Park von nationaler Bedeutung sind hohe Natur- und Landschaftswerte, welche erhalten und aufgewertet werden müssen.
- Durch die Errichtung von Naturparks werden keine neuen Schutzbestimmungen geschaffen (Ausnahme: Kernzonen von National- und Naturerlebnisparks, s. Kap. 2.3.1 und 2.3.2).

² Mit einer Motion kann ein Parlamentsmitglied den Bundesrat beauftragen, einen Erlassentwurf (z. B. Gesetzesänderung) vorzulegen oder eine Maßnahme zu treffen (<http://www.parlament.ch/d/wissen/taetigkeiten/parlinstrvorstoesse/Seiten/default.aspx>, 03.06.2014).

Das Bundesamt für Umwelt (BAFU) betont außerdem die zentrale Rolle der Parks in der nachhaltigen Regionalentwicklung. Durch die Mitwirkung aller Anspruchsgruppen soll eine langfristige gesellschaftliche Perspektive für die lokale Bevölkerung entstehen. Die regionale wirtschaftliche Entwicklung soll dabei auf dem naturnahen Tourismus und auf Produkten mit regionaler Wertschöpfung basieren (vgl. BAFU 2010b).

Die Prinzipien der Schweizer Parkpolitik wurden in den gesetzlichen Grundlagen verankert.

2.3 Gesetzliche Grundlagen und deren Umsetzung

Die Regelungen zu den Parks von nationaler Bedeutung in der Schweiz finden sich im Wesentlichen im Natur- und Heimatschutzgesetz und in der darauf basierenden Verordnung über die Pärke von nationaler Bedeutung (Pärkeverordnung). Diese beiden Gesetzestexte werden nachfolgend kurz beschrieben. Außerdem wird auf den Vollzug sowie auf die Vergabe des Parklabels eingegangen.

2.3.1 Natur- und Heimatschutzgesetz

Die oben skizzierten Entwicklungen mündeten in einer Teilrevision des Natur- und Heimatschutzgesetz (NHG), welches den Naturschutz, den Heimatschutz und die Denkmalpflege in der Schweiz regelt. Zentrale Elemente der Revision waren die Definition von Schutzgebietskategorien, die Festlegung der Anforderungen an diese Schutzgebiete, die Anerkennung durch den Bund (Labelvergabe) sowie die Finanzierung (vgl. Berberat 2000; Siegrist 2002, S. 159–161). Im Zuge dieser Teilrevision wurde im 3. Abschnitt „Schutz der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt“ ein neuer Unterabschnitt 3b eingefügt, der den Parks von nationaler Bedeutung gewidmet ist. Neben der ursprünglich bereits bestehenden Kategorie des Nationalparks wurden die zwei neuen Kategorien Regionaler Naturpark und Naturerlebnispark geschaffen (Art. 23e NHG). Die drei Kategorien werden dabei wie folgt charakterisiert (vgl. Bundesrat 2005, S. 2152 und 2155–2156):

- **Nationalparks** sind Gebiete mit möglichst ursprünglichem Naturcharakter. Sie dienen vorrangig dem Naturschutz und sollen der Bevölkerung den Kontakt mit der Natur ermöglichen.
- **Regionale Naturparks** sind teilweise besiedelte, ländliche Gebiete mit besonderen Natur- und Landschaftswerten. Neben der Erhaltung und Aufwertung der Natur und Landschaft sollen sie explizit zu einer wirtschaftlichen Entwicklung

der Region und zur langfristigen Sicherung der Lebensgrundlage der Bevölkerung beitragen.

- **Naturerlebnisparks** sind naturnahe Ausgleichsräume in der Nähe von dicht besiedelten Gebieten. Der Eigenentwicklung der Natur wird in diesen kleinen bis mittelgroßen naturnahen Arealen Vorrang eingeräumt. Gleichzeitig sollen sie der Bevölkerung unverfälschte Naturerlebnisse im Naherholungsbereich ermöglichen.

Nationalparks und Naturerlebnisparks sind primär auf den Schutz der natürlichen Ökosysteme ausgerichtet und nehmen außerdem eine Bildungs-, Erholungs- und Naturerlebnisfunktion wahr. Regionale Naturparks fokussieren weniger stark auf den Naturschutz, es werden beispielsweise keine neuen Schutzzonen ausgewiesen. Sie sind vielmehr ein Instrument der nachhaltigen Regionalentwicklung und verbinden die Schutz- mit der Entwicklungsfunktion. Naturparks sollen günstige Voraussetzungen schaffen, um Natur-, Landschafts- und Kulturwerte zu erhalten und gleichzeitig eine wirtschaftliche und soziale Entwicklung in strukturschwachen Gebieten zu erzielen (vgl. Bundesrat 2005, S. 2155 f.; Paulsson 2011, S. 18). In Art. 23g NHG werden die regionalen Naturparks näher beschrieben. Dort wird festgehalten, dass mit der Errichtung eines Naturparks im Wesentlichen zwei Ziele verfolgt werden:

- a) Die Qualität von Natur und Landschaft soll erhalten und aufgewertet werden (Art. 23g Abs. 2 Abschnitt a).
- b) Die nachhaltig betriebene Wirtschaft soll gestärkt und die Vermarktung ihrer Waren und Dienstleistungen gefördert werden (Art. 23g Abs. 2 Abschnitt b).

Das revidierte Gesetz trat per 1. Dezember 2007 in Kraft.

2.3.2 Pärkeverordnung

In der Pärkeverordnung (PäV), die sich auf das NHG stützt, wird der oben beschriebene Art. 23g NHG weiter konkretisiert. Dies erfolgt im 3. Abschnitt in den Artikeln 19 bis 21, welche den Anforderungen an regionale Naturparks gewidmet sind.

In Art. 19 PäV wird festgehalten, dass die Fläche eines regionalen Naturparks mindestens 100 km² betragen muss und in der Regel gesamte Gemeindegebiete umfasst.

Art. 20 PäV präzisiert die Anforderung der Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft. Naturparks sind Gebiete mit hohen natürlichen und landschaftlichen Werten,

die bereits anerkannte und geschützte natürliche, landschaftliche und kulturelle Elemente enthalten (z. B. Landschafts- und Biotop-Inventare von nationaler Bedeutung). Neue Auflagen oder Nutzungseinschränkungen stehen daher nicht im Vordergrund. Stattdessen sollen von den Naturparks Ziele und Maßnahmen ausgearbeitet werden, welche „die Naturlandschaften und traditionellen Kulturlandschaften schützen, die biologische Vielfalt bewahren und Ruhe- und Erholungszone im Parkgebiet erhalten“ (UVEK 2007, S. 20 f.). Ebenso soll das typische bauliche Erbe bewahrt werden (vgl. UVEK 2007, S. 21). Dementsprechend müssen regionale Naturparks gemäß Art. 20 PÄV Maßnahmen in den folgenden vier Bereichen ergreifen:

- a. die Vielfalt der einheimischen Tier- und Pflanzenarten, die Lebensraumtypen und das Landschafts- und Ortsbild erhalten und verbessern,
- b. die schützenswerten Lebensräume einheimischer Tier- und Pflanzenarten aufwerten und vernetzen,
- c. bei neuen Bauten, Anlagen und Nutzungen den Charakter des Landschafts- und Ortsbildes wahren und stärken,
- d. bestehende Beeinträchtigungen des Landschafts- und Ortsbildes durch Bauten, Anlagen und Nutzungen vermindern oder beheben.

Art. 21 PÄV erläutert, wie eine nachhaltig betriebene Wirtschaft in regionalen Naturparks gestärkt werden soll. Im Zentrum stehen dabei eine hohe Ressourceneffizienz und geringe Umweltauswirkungen (vgl. UVEK 2007, S. 21). In Art. 21 PÄV werden folgende vier Gesichtspunkte aufgeführt, die in regionalen Naturparks beachtet werden müssen:

- a. lokale natürliche Ressourcen umweltschonend nutzen,
- b. die regionale Verarbeitung und Vermarktung von im Park erzeugten Produkten stärken,
- c. Dienstleistungen fördern, die sich auf einen naturnahen Tourismus und die Umweltbildung ausrichten,
- d. die Verwendung umweltverträglicher Technologien unterstützen.

Eine Stärkung einer nachhaltigen Wirtschaft soll erreicht werden, indem lokale Wirtschaftsbranchen und Produktionsketten gefördert und bestehende Betriebe besser vernetzt werden. Die Nutzung von lokalem Know-how sowie handwerklichen und innovativen Produktions- und Verarbeitungsmethoden können einen qualitativen Mehrwert für Produkte und Dienstleistungen aus der Parkregion schaffen. Dies eröffnet der

Bevölkerung eine Zukunftsperspektive und stärkt die Rolle des Einzelnen im sozioökonomischen Gefüge (vgl. UVEK 2007, S. 21 f.).

2.3.3 Vollzug der Pärkeverordnung

Für den Vollzug der Pärkeverordnung ist das Bundesamt für Umwelt zuständig. Dieses hat dazu einen Zielrahmen geschaffen, welcher die rechtlich verbindlichen Vorgaben der Pärkeverordnung so ausführt, dass sie für die Naturparks nutzbar werden (vgl. BAFU 2008, S. 1). Im Zielrahmen werden fünf strategische Ziele aufgeführt, wobei das letzte Ziel lediglich für Biosphärenreservate³ obligatorisch ist (vgl. BAFU 2008, S. 1). Es handelt sich um folgende Ziele:

- Strategisches Ziel 1: Erhaltung und Aufwertung der Qualität von Natur und Landschaft
- Strategisches Ziel 2: Stärkung einer nachhaltig betriebenen Wirtschaft
- Strategisches Ziel 3: Sensibilisierung und Umweltbildung
- Strategisches Ziel 4: Management, Kommunikation und räumliche Sicherung
- Strategisches Ziel 5: Forschung (BAFU 2008, S. 3–6)

Für jedes der strategischen Ziele wurden vom BAFU drei bis sechs operative Ziele definiert. Zum strategischen Ziel 2 wurde beispielsweise unter anderem das operative Ziel „Förderung nachhaltiger Tourismus- und Naherholungsformen“ festgelegt (vgl. BAFU 2008, S. 4). Die Parkträgerschaften müssen für alle operativen Ziele spezifische Projekte ausarbeiten, mit denen die Ziele erreicht werden sollen. Der Zielrahmen dient als Planungsinstrument für die Naturparks und soll sicherstellen, dass die rechtlichen Grundlagen in den Naturparks sinngemäß abgebildet werden (vgl. BAFU 2008, S. 1 f.).

2.3.4 Parklabel

Parkprojekte, welche die Anforderungen an einen regionalen Naturpark erfüllen, können beim BAFU das Parklabel „Park von nationaler Bedeutung“ beantragen. Neben den oben erwähnten Kriterien der hohen Natur- und Landschaftswerte und der Stärkung der nachhaltigen Wirtschaft müssen Parkprojekte räumlich und finanziell langfristig gesichert sein und ein Management aufweisen. Sind die Anforderungen erfüllt, wird das Parklabel für eine Dauer von zehn Jahren verliehen. Für die vorgelagerte Parkerrichtungsphase steht außerdem das Label „Kandidatur“ zur Verfügung (vgl. BAFU 2010c).

³ Zwei der eingerichteten regionalen Naturparks haben gleichzeitig den Status von Biosphärenreservaten.

Das Parklabel mit dem gemeinsamen Logo (s. Abb. 1) kann zu Vermarktungszwecken verwendet werden (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke 2013, S. 5).



Abbildung 1: Parklabels „Regionaler Naturpark“ und „Kandidatur Regionaler Naturpark“
(Quelle: BAFU 2010d)

2.4 Übersicht über die regionalen Naturparks in der Schweiz

Die Rahmenbedingungen für regionale Naturparks scheinen sehr attraktiv zu sein. Nachdem der Nationalpark seit seiner Gründung im Jahr 1914 lange Zeit der einzige Park der Schweiz war, entstanden seit dem Inkrafttreten des revidierten Gesetzes im Jahr 2007 in allen Regionen der Schweiz innerhalb kurzer Zeit Parkprojekte. Obwohl einige Projekte im Ideenstadium blieben oder an der Urne scheiterten, schafften es viele bis zur Umsetzung. Die Entwicklung verlief sehr dynamisch. Während 2008 lediglich ein einziger Park in Betrieb war (Biosphäre Entlebuch), waren es 2011 bereits fünf (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke 2013, S. 4). Mittlerweile existieren 14 regionale Naturparks, zwei weitere sind im Aufbau. Daneben existiert ein Naturerlebnispark und zwei weitere Nationalparks sind in Planung (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke 2014; s. Abb. 2).

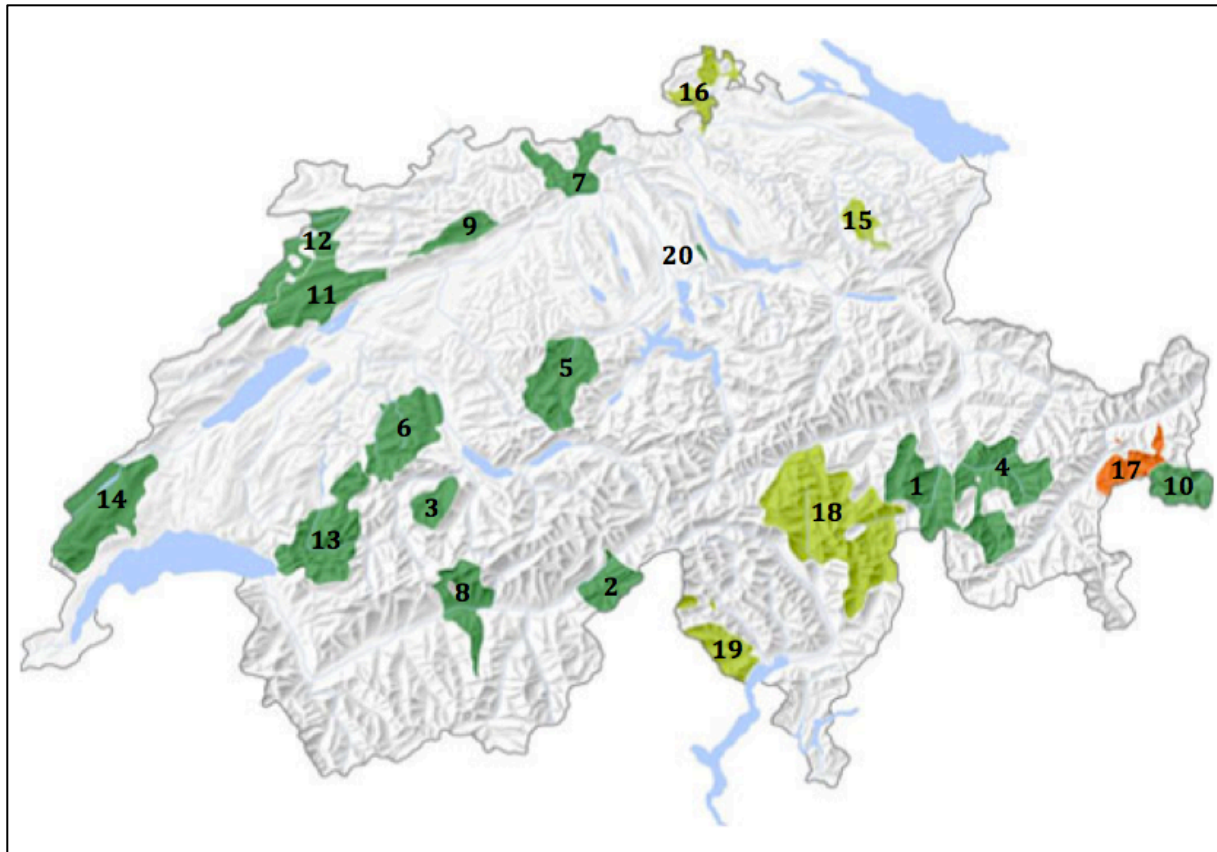


Abbildung 2: Übersicht Parks und Parkprojekte
(Quelle: Netzwerk Schweizer Pärke 2014, leicht verändert)

Regionale Naturparks

- 1 Naturpark Beverin
- 2 Landschaftspark Binnental
- 3 Naturpark Diemtigtal
- 4 Parc Ela
- 5 UNESCO Biosphäre Entlebuch
- 6 Naturpark Ganttrisch
- 7 Jurapark Aargau
- 8 Naturpark Pfyn-Finges
- 9 Naturpark Thal
- 10 UNESCO Biosfera Val Müstair
- 11 Parc régional Chasseral
- 12 Parc du Doubs
- 13 Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut
- 14 Parc Jura vaudois

Kandidaten

- 15 Naturpark Neckertal
- 16 Naturpark Schaffhausen

Nationalparks

- 17 Parc Naziunal Svizzer

Kandidaten

- 18 Parc Adula
- 19 Parco Nazionale del Locarnese

Naturerlebnispark

- 20 Wildnispark Zürich Sihlwald

Die Pärke in Betrieb und in Errichtung belegen mit rund 15 % einen beträchtlichen Teil der Fläche der Schweiz (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke 2013, S. 7). Das starke Wachstum wird sich allerdings in den nächsten Jahren voraussichtlich verlangsamen. Gesuche für die Errichtung oder den Betrieb von Parks können zukünftig nur noch alle vier Jahre

eingereicht werden. Weitere Parks werden deshalb frühestens 2016 in Betrieb gehen (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke 2013, S. 4).

Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich auf die bereits bestehenden zehn Deutschschweizer Naturparks (Nummern 1 bis 10 in Abb. 2). Im Anhang 1 befinden sich Porträts, in denen diese Parks kurz beschrieben werden.

3 Nachhaltige Regionalentwicklung

Im folgenden Kapitel werden die Zusammenhänge zwischen nachhaltiger Regionalentwicklung, Naturparks und Tourismus dargelegt. Dazu wird zuerst beschrieben, wie sich das Konzept der nachhaltigen Regionalentwicklung ausgebildet hat und was darunter zu verstehen ist. Danach wird erläutert, inwiefern die nachhaltige Regionalentwicklung Eingang in die Kategorie der regionalen Naturparks gefunden hat. Anschließend wird aufgezeigt, welche Rolle der Beherbergungsbranche im Naturpark-Tourismus zukommt und was sie zur nachhaltigen Regionalentwicklung in Naturparks beitragen kann. Das Kapitel wird mit einem Zwischenfazit abgeschlossen, das die bisherigen Erkenntnisse zusammenfasst.

3.1 Das Konzept der nachhaltigen Regionalentwicklung

Basis für das Konzept der nachhaltigen Regionalentwicklung ist die Politik der eigenständigen Regionalentwicklung. Daher wird im folgenden Unterkapitel zuerst die eigenständige Regionalentwicklung beschrieben, bevor auf die nachhaltige Regionalentwicklung eingegangen wird.

3.1.1 Eigenständige Regionalentwicklung

In den 1970er-Jahren wurde in Westeuropa Kritik an der bisherigen Regionalpolitik laut, die versuchte, über exogene Effekte, wie z. B. dem Ausbau industrienaheer Infrastruktur, strukturschwache Gebiete zu entwickeln und räumliche Ungleichentwicklung auszugleichen. Unter dem Begriff eigenständige oder endogene Regionalentwicklung entstand in der Folge ein Bündel von neuen Leitideen, das zuerst in Österreich diskutiert, aber bald auch in der Schweiz und in Deutschland aufgegriffen wurde (vgl. Mose 1989, S. 154; Mühlhngaus 2002, S. 127 f.). Ziel der eigenständigen Regionalentwicklung ist es, durch die Aktivierung endogener Potenziale eine selbstbestimmte und ganzheitliche Entwicklung zu schaffen und negative externe Abhängigkeiten zu vermindern. Unter ökonomischen Gesichtspunkten bedeutet dies, Entwicklungsstrategien auf der Basis regionaler Ressourcen und Fähigkeiten aufzubauen. Intraregionale Wirtschaftskreisläufe sollen geschaffen und gestärkt sowie qualitativ hochwertige Produkte hergestellt und exportiert werden. In politischer Hinsicht fordert die eigenständige Regionalentwicklung eine politische Dezentralisierung und damit einhergehend eine Stärkung der Kompetenzen auf regionaler Ebene. Besonders wichtig sind auch der Einbezug und die Partizipation der lokalen Bevölkerung in politischen Prozessen. Auf der soziokulturellen Ebene soll die eigenständige Regionalentwicklung schlussendlich eine Stärkung der regionalen

Identität und eine Förderung der regionalen Kultur bewirken. Lokale Gruppen und Akteure sollen motiviert werden, eine Bottom-up-Entwicklung in Gang zu setzen und eigenständige Projekte zu lancieren (vgl. Glatz & Scheer 1981, S. 336 ff.; Mose 1989, S. 158 ff.; Mühlingshaus 2002, S. 128 f.; Job, Metzler & Vogt 2003, S. 11 f.). Diese drei Stoßrichtungen wurden Mitte der 1980er-Jahre durch die ökologische Perspektive ergänzt. Der sparsame Umgang mit nicht-regenerativen Ressourcen und ökologisch verträgliche Bewirtschaftungs- und Produktionsmethoden wurden ebenso gefordert wie die Nutzung regionaler natürlicher Ressourcen und die Förderung regionaler Kreisläufe (vgl. Mose 1989, S. 160; Job, Metzler & Vogt 2003, S. 12).

3.1.2 Weiterentwicklung zur nachhaltigen Regionalentwicklung

Im Zuge der internationalen Diskussion über nachhaltige Entwicklung und insbesondere des Weltumweltgipfels in Rio de Janeiro im Jahr 1992 wurde das Modell der eigenständigen Regionalentwicklung vermehrt in Umsetzungsstrategien aufgegriffen. Durch das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung erfuhr die eigenständige Regionalentwicklung nochmals eine Verfeinerung zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung „ist ein normatives, ethisch begründetes Konzept“ (Michelsen 2010, S. 58), das durch den 1987 erschienenen Abschlussbericht „Our common future“ der UN-Kommission für Umwelt und Entwicklung (auch „Brundtland-Kommission“ genannt) einer breiten Öffentlichkeit näher gebracht wurde (vgl. Kopfmüller et al. 2001, S. 26). Die Kommission definiert in ihrem Bericht nachhaltige Entwicklung als eine „Entwicklung, die die Bedürfnisse der heutigen Generationen befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können“ (Hauff 1987, S. 46). Nachhaltige Entwicklung wird dabei als Prozess angesehen, um den Zielzustand der Nachhaltigkeit zu erreichen (vgl. Di Giulio 2004, S. 47). Konkretisiert wurde dieses Leitbild anhand der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales, in denen jeweils Ziele festgelegt wurden (vgl. Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ 1998, S. 17 ff.). Die drei Dimensionen dürfen aber nicht getrennt voneinander betrachtet werden, da viele Verflechtungen existieren und unterschiedliche dimensionale Nutzungsarten häufig miteinander konkurrieren. Daher ist eine integrative Sichtweise nötig, welche die unterschiedlichen Dimensionen vereint (vgl. z. B. Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ 1998, S. 17 f., weiterentwickelt durch Kopfmüller et al. 2001).

Die im Nachhaltigkeitsdiskurs postulierte inter- und intragenerative Gerechtigkeit führte zu einem expliziten Einbezug der Bedürfnisse zukünftiger Generationen und der langfristigen Sicherstellung der Lebensgrundlagen in die nachhaltige Regionalentwicklung (vgl. Ermann 1998, S. 8 f.; Job, Metzler & Vogt 2003, S. 12). Außerdem wurde die Gleichwertigkeit der drei klassischen Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft – nochmals betont und insbesondere deren Vernetzung bzw. Integration ins Zentrum der nachhaltigen Regionalentwicklung gestellt (vgl. Hammer 2002, S. 115 f.). Die nachhaltige Regionalentwicklung wird mittlerweile als hilfreiches Instrument angesehen, um strukturschwache Regionen zu sanieren und eine lokal verankerte und integrative nachhaltige Entwicklung zu lancieren (vgl. Sauerborn 1998, S. 51; Mose & Weixlbaumer 2003, S. 35; Weber 2013, S. 82).

3.2 Nachhaltige Regionalentwicklung in Naturparks

Lange galten Naturschutz und Regionalentwicklung als unvereinbar, doch in den letzten Jahren kam es zunehmend zu einer Synthese der beiden Bereiche (vgl. Hammer 2002, S. 115). Schutzgebiete werden vermehrt unter den Gesichtspunkten der Regionalentwicklung betrachtet und es wird versucht, die Schutzfunktion mit der Entwicklungsfunktion in Einklang zu bringen (vgl. Mose & Weixlbaumer 2006, S. 23; Hammer 2007, S. 21). Schutzgebiete sollen keine „schwarzen Löcher“ außerhalb des Wirtschaftsraums mehr darstellen, sondern aktiv zu einer regionalen Entwicklung beitragen (vgl. Job, Metzler & Mayer 2006, S. 24). Dies trifft insbesondere auf das Schutzgebietskonzept der Naturparks zu. Naturparks nehmen die Prinzipien der nachhaltigen Regionalentwicklung auf und versuchen explizit, Schutz und Nutzung zu integrieren, um sowohl den Naturschutz als auch die Regionalentwicklung voranzutreiben (vgl. Hammer 2007, S. 21). Diese integrative Denkweise wird auch in der Konzeption der regionalen Naturparks in der Schweiz sichtbar. Durch die nachhaltige Nutzung der regionalen Ressourcen versuchen sie, qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen hervorzubringen und regionale Wertschöpfungskreisläufe zu stärken (vgl. Art. 21 PÄV). Gleichzeitig sollen aber die einheimische Flora und Fauna bewahrt und deren Lebensräume erhalten und aufgewertet werden (vgl. Art. 20 PÄV). Durch die Förderung der regionalen Wirtschaft und die Erhaltung und Aufwertung des Landschafts- und Ortsbildes wird außerdem versucht, die regionale Identität zu stärken. Auch der Einbezug der lokalen Bevölkerung wird in Schweizer Naturparks durch das Prinzip der Freiwilligkeit und die partizipativen und demokratischen Prozesse bei der Errichtung sichergestellt (s. Kap.

2.2). Ganz im Sinne der nachhaltigen Regionalentwicklung versuchen Naturparks, ökologische, ökonomische und soziale Erfordernisse gleichermaßen zu berücksichtigen (vgl. Mose 2009, S. 12). Naturparks werden daher oft als Modelllandschaften nachhaltiger Regionalentwicklung im ländlichen Raum betrachtet (vgl. Mose & Weixlbaumer 2007, S. 15).

3.3 Die Rolle der Beherbergungsbranche in Naturparks

Nachfolgend werden einige zentrale Aspekte der Rolle, welche die Beherbergungsbetriebe in Naturparks spielen, beleuchtet. Es wird erläutert, wie die Beherbergungsbetriebe zur regionalen Wertschöpfung in Naturparks beitragen und welche Probleme sie verursachen können. Außerdem wird auf Lösungsansätze von Naturparks in anderen Ländern eingegangen.

3.3.1 Regionales Wertschöpfungspotenzial

Regionale Naturparks zeichnen sich vor allem durch besondere natur- und kulturlandschaftliche Qualitäten aus (vgl. Bundesrat 2005, S. 2152) und sind dementsprechend geeignet für die touristische Wertschöpfung. Da die peripheren Regionen, in denen sich die Naturparks in der Regel befinden, neben der Landwirtschaft oft wenig weitere Erwerbsmöglichkeiten aufweisen, spielt der Tourismus hier eine wichtige Rolle (vgl. Gurtner 2009, S. 125). Dementsprechend wird die Förderung eines naturnahen Tourismus auch als ein geeignetes Mittel zur Stärkung einer nachhaltig betriebenen Wirtschaft angesehen (vgl. Pröbstl-Haider 2013, S. 24; Weissen 2013, S. 87) und in der Pärkeverordnung explizit aufgeführt (Art. 21c PÄV).

Obwohl eine hochwertige Natur und Landschaft wesentliche Bestandteile der touristischen Attraktivität darstellen, erzeugen sie allein noch keine monetäre Wertschöpfung. Um Natur und Landschaft in lokale und regionale Wertschöpfung zu transformieren, sind Investitionen in eine touristische Infrastruktur nötig (vgl. Scheidegger 2009, S. 43). Übernachtungsbetriebe wie Hotels oder Berghütten sind dabei ein wesentliches Element des touristischen Produkts. Steht ein ausreichendes und attraktives Angebot an Beherbergungsbetrieben zur Verfügung, werden die Gäste zum Bleiben animiert oder ziehen eine Destination überhaupt erst in Betracht. Dies ist für die Wertschöpfung zentral, da Übernachtungsgäste durch ihre längere Verweildauer mehr Ausgaben in der Region tätigen (vgl. Pröbstl-Haider 2013, S. 25). Der Tourismus und damit auch die Beherbergungsbetriebe erzielen durch ihre Geschäftstätigkeiten vielfältige regionalwirtschaft-

liche Effekte (vgl. Pröbstl-Haider 2013, S. 29 f.). Es wird dabei zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten unterschieden. Direkte Effekte „entstehen unmittelbar dort, wo die touristischen Ausgaben getätigt werden“ (Küpfer & Elsasser 2000, S. 434). Diese Effekte kommen primär bei den touristischen Leistungsträgern wie z. B. der Hotellerie zustande. Indirekte Effekte basieren auf den wirtschaftlichen Verflechtungen in der Region. So müssen z. B. Hotels Güter und Dienstleistungen von Dritten beziehen, um ihre Leistungen erbringen zu können. Induzierte Effekte entstehen, indem das auf den direkten und indirekten Effekten basierende Einkommen in der Region ausgegeben wird (vgl. Küpfer & Elsasser 2000, S. 434 f.).

Mehrere Studien haben versucht, die regionalökonomischen Effekte des Tourismus in Naturparks zu erfassen. So schätzte z. B. eine Studie das touristische Wertschöpfungspotenzial im Schweizerischen Nationalpark auf 17,4 Mio. CHF, was als beträchtlich eingestuft wurde (vgl. Küpfer & Elsasser 2000). Auch andere regionalwirtschaftliche Studien ermittelten nicht vernachlässigbare touristische Wertschöpfungspotenziale in Naturparks, die sich in der Höhe aber deutlich voneinander unterscheiden können (vgl. z. B. Zusammenstellung in Pröbstl-Haider 2013, S. 25, oder in Weber 2013, S. 86 f.). Beherbergungsbetriebe leisten mit ihren Übernachtungsangeboten dabei einen wesentlichen Beitrag (vgl. z. B. Zusammenstellung in Pröbstl-Haider 2013, S. 25 und 30). Neben der Inanspruchnahme der Übernachtung an sich tätigen die Gäste auch weitere Ausgaben, die mit der Übernachtung verbunden sind. Beispiele dafür sind Ausgaben für Essen und Trinken oder auch Eintritte für Veranstaltungen sowie Exkursionen (vgl. Pröbstl & Wirth 2011, S. 168 f.).

3.3.2 Problembereiche der Beherbergungsbranche

Obwohl die Beherbergungsbranche viel zur Regionalentwicklung beitragen kann, sind auch einige Probleme mit ihr verbunden. Mit dem aufkommenden Diskurs über sanften (1970er-Jahre) und später nachhaltigen Tourismus (1990er-Jahre) wurde das Bewusstsein über negative Auswirkungen des Tourismus und der Beherbergungsbranche geweckt (vgl. Revermann & Petermann 2002, S. 129 ff.; Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 24). In den Industrieländern traten insbesondere die ökologischen Probleme in den Mittelpunkt der Diskussion (vgl. Revermann & Petermann 2002, S. 129 ff.). Der Tourismus ist auf eine intakte Umwelt angewiesen und es wurde rasch klar, dass sowohl die Touristinnen und Touristen als auch die Geschäftsaktivitäten der touristischen Betriebe selbst sich negativ auf die Umwelt auswirken können (vgl. Amstutz & Schegg 2004, S. 25; Hob-

son & Essex 2001, S. 134). Dies trifft auch auf die Beherbergungsbranche zu. Global betrachtet entfallen im Urlaub neben der An-/Abreise die meisten CO₂-Emissionen auf die Unterkunft (vgl. UNWTO & UNEP 2008, S. 33 f.). Liegt das Augenmerk auf Wanderferien in der Schweiz, ist gar das Hotel für den größten Teil der CO₂-Emissionen verantwortlich, da die Reise kurz ist (vgl. Büsser et al. 2010, S. 13). Das liegt daran, dass Hotels beträchtliche Mengen an natürlichen Ressourcen verbrauchen, denn der tägliche Verbrauch von Wasser und Energie sowie die täglich produzierte Abfallmenge pro Person liegen teilweise weit über denen eines typischen Haushalts (vgl. Hamele & Eckardt 2006, S. 3). Ein durchschnittliches Schweizer Hotel verbraucht beispielsweise pro Jahr 600 MWh Energie und emittiert dadurch rund 93 Tonnen CO₂. Damit liegt die Schweizer Hotellerie in Bezug auf die Energiekennzahlen von Wärme und Strom 20 % resp. 45 % über den SIA⁴-Normwerten für bestehende Bauten. Dies weist auf ein bedeutendes Energiesparpotenzial hin (vgl. Amstutz & Schegg 2004, S. 34 und 41).

Auch der Wasserverbrauch in der Hotellerie ist nicht unerheblich: Der durchschnittliche Wasserverbrauch europäischer Hotels beträgt rund 231 Liter pro Übernachtung (Halbpensionsgast), wobei die Zahlen je nach Hotel stark schwanken können. Vor allem bei höherklassigen Betrieben und zusätzlichen Dienstleistungen (z. B. Spa- und Wellnessangebote) kann der Verbrauch schnell auf 400 Liter und mehr pro Übernachtung ansteigen, wohingegen in sehr gut abschneidenden Betrieben auch 150 Liter pro Übernachtung möglich sind (vgl. Hamele & Eckardt 2006, S. 12 f.).

Eine weitere, direkt sichtbare negative Umweltauswirkung von Hotels ist der verursachte Abfall. Eine Studie in deutschen und österreichischen Hotels ergab eine durchschnittliche Abfallmenge pro Übernachtung von knapp 2 kg, wobei 50 % dem Restmüll zugerechnet werden (vgl. Hamele & Eckardt 2006, S. 14). Best-Practice-Beispiele haben gezeigt, dass sich diese Abfallmenge beträchtlich reduzieren ließe (vgl. Bohdanowicz 2005, S. 190). Dies ist z. B. möglich durch den Einsatz von wiederverwendbaren Behältern oder das Vermeiden von Verpackung beim Einkauf (vgl. Baker 2008, S. 213).

So verwenden beispielsweise die Partnerbetriebe des Naturparks Biosfera Val Müstair keine Portionsverpackungen beim Frühstück (vgl. Biosfera Val Müstair 2006).

⁴ Der SIA ist der Schweizerische Ingenieur- und Architektenverein, der für die schweizerische Bauwirtschaft maßgebliche Normen, Ordnungen, Richtlinien, Empfehlungen und Dokumentationen erarbeitet und publiziert (siehe auch <http://www.sia.ch/de/der-sia/der-sia/>, 19.06.2014).

Problematische Herstellungsmethoden und lange Transportwege von Produkten können ebenfalls negative Auswirkungen auf die Umwelt haben. Hotels verfügen über teils beträchtliche Einkaufsvolumen und können durch ihre Produktwahl und Einkaufskoordination die negativen Umweltwirkungen wesentlich beeinflussen. Eine Studie des Einkaufsverhaltens der deutschen Hotellerie hat ergeben, dass durchschnittlich 29 % der Gesamtkosten eines Hotels auf die Einkaufskosten entfallen (vgl. Prognos 2013). Um mit dem Einkauf die Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern, können beispielsweise lokale und mit entsprechenden Labels (Bio, FairTrade, FSC etc.) ausgezeichnete Produkte bevorzugt werden, wie dies das Öko-Hotel „River House“ in Andermatt vormacht (vgl. Schlenczek 2012).

3.3.3 Lösungsansätze

Die obigen Ausführungen zeigen, dass in der Beherbergungsbranche ein teilweise beträchtliches Potenzial zur Minimierung von negativen Umweltwirkungen besteht. Dies haben einige Akteure erkannt und es sind Initiativen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Natur- und Nationalpark-Hotellerie entstanden. So entwickelten z. B. die Naturparks in Frankreich ein Label namens „Hôtels au naturel“, das Hotels auszeichnet, welche die Auswirkungen auf die Umwelt minimieren. Ebenfalls in Frankreich beheimatet ist das Label „Gîtes Panda“. Um das Label zu erhalten, müssen sich die Unterkünfte in Natur- oder Nationalparks befinden und sich zum Umweltschutz verpflichten. Ebenso müssen sie die Besucherinnen und Besucher hinsichtlich der Naturschutzwerte sensibilisieren. Das Konzept der „Gîtes Panda“ hat in den letzten Jahren eine Ausweitung nach Italien und Belgien erfahren (vgl. Netzwerk alpiner Schutzgebiete 2004, S. 88 f.).

In Naturparks in der Schweiz lassen sich bisher trotz der Fokussierung auf nachhaltigen Tourismus vergleichsweise wenig parkweit oder gar parkübergreifend koordinierte Initiativen im Beherbergungsbereich ausmachen. So hat zwar mehr als die Hälfte der Naturparks in der Deutschschweiz Projekte lanciert, um den Einsatz regionaler Produkte in der Gastronomie zu fördern. Eine Ausdehnung auf weitere Bereiche, wie z. B. sparsamer Energieverbrauch oder Abfallvermeidung, fand hingegen nur in drei Naturparks statt. In einigen Parks bestehen zudem Initiativen zur Förderung energetischer Sanierungen. Diese richten sich jedoch nicht spezifisch an Beherbergungsbetriebe⁵.

⁵ Diese Informationen wurden im Rahmen einer E-Mail-Umfrage an die Parkträgerschaften Anfang Mai 2014 erhoben.

3.4 Beitrag der Beherbergungsbranche zu den Zielen von Naturparks

Wie oben beschrieben helfen Beherbergungsbetriebe einerseits, regionale Wertschöpfung zu erzielen, erzeugen andererseits aber auch Probleme, vor allem im Umweltbereich. Um zu bewerten, inwieweit die Beherbergungsbranche zu einer nachhaltigen Entwicklung in Naturparks beiträgt, ist eine Übersetzung des Leitbildes der Nachhaltigkeit in den konkreten Kontext nötig. Im Folgenden werden zwei mögliche Ansätze, die dafür verwendet werden können, vorgestellt.

3.4.1 Der HGF-Ansatz

Ein Ansatz, der eine Bewertung der nachhaltigen Entwicklung in einem Anwendungsfeld erlaubt, ist das integrative Nachhaltigkeitskonzept der Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren (HGF), das von 1998 bis 2002 im Rahmen des Projekts „Global zukunftsfähige Entwicklung – Perspektiven für Deutschland“ entwickelt wurde. Der HGF-Ansatz verzichtet bei der Konkretisierung des Leitbildes der nachhaltigen Entwicklung auf den klassischen Zugang über die Dimensionen der Nachhaltigkeit (s. Kap. 3.1.2), weil dieser zu Zielkonflikten führt, die schwer gegeneinander abzuwägen und zu integrieren sind (vgl. Kopfmüller et al. 2001, S. 119–125). Stattdessen stützt er sich auf drei konstitutive Elemente nachhaltiger Entwicklung, die aus dem Brundtland-Bericht und den Dokumenten der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung von 1992 (Rio-Konferenz) hergeleitet wurden. Es handelt sich dabei um die intra- und intergenerative Gerechtigkeit, die globale Orientierung und den anthropozentrischen Ansatz (vgl. Grunwald & Kopfmüller 2012, S. 61). Diese konstitutiven Elemente bilden die Basis für die Übersetzung in drei generelle, dimensionsübergreifende Ziele nachhaltiger Entwicklung (Kopfmüller et al. 2001, S. 164 f.):

- 1) die Sicherung der menschlichen Existenz,
- 2) die Erhaltung des gesellschaftlichen Produktivpotenzials,
- 3) die Bewahrung der Entwicklungs- und Handlungsmöglichkeiten der Gesellschaft.

Diese drei übergeordneten Ziele wurden im HGF-Ansatz in Form von je fünf Nachhaltigkeitsregeln verdeutlicht, die den eigentlichen Kern des Konzepts darstellen (vgl. Kopfmüller 2006, S. 28). Die Regeln enthalten Mindestanforderungen, auf die alle heutigen und künftig lebenden Menschen Anspruch haben sollen. Sie dienen sowohl als Leitorientierung für Entwicklungspfade als auch als Prüfkriterien für die Bewertung in Bezug auf das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung (vgl. Grunwald & Kopfmüller 2012, S. 62). Die

dimensionsübergreifenden Regeln erlauben es, unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte ohne den Umweg über die Dimensionen von Anfang an integriert zu betrachten (vgl. Grunwald 2006, S. 53). Da die Regeln relativ abstrakt formuliert sind, müssen sie in einem nächsten Schritt in Hinblick auf das Anwendungsfeld konkretisiert werden. An dieser Stelle wird dem bisher beschriebenen Top-down-Verfahren der deduktiven Ausdifferenzierung des Nachhaltigkeitsleitbildes ein problemorientierter Zugang im Rahmen eines Bottom-up-Ansatzes gegenübergestellt. Dieser dient dazu, auf die zentralen, im öffentlichen und wissenschaftlichen Diskurs behandelten Nachhaltigkeitsprobleme zu fokussieren und somit eine Komplexitätsreduktion zu erzielen (vgl. Kopfmüller et al. 2001, S. 317 und 328; Viebahn 2006, S. 318). An der Schnittstelle der beiden Ansätze werden die identifizierten Nachhaltigkeitsprobleme des konkreten Anwendungsfeldes den Nachhaltigkeitsregeln zugeordnet (s. Abb. 3).

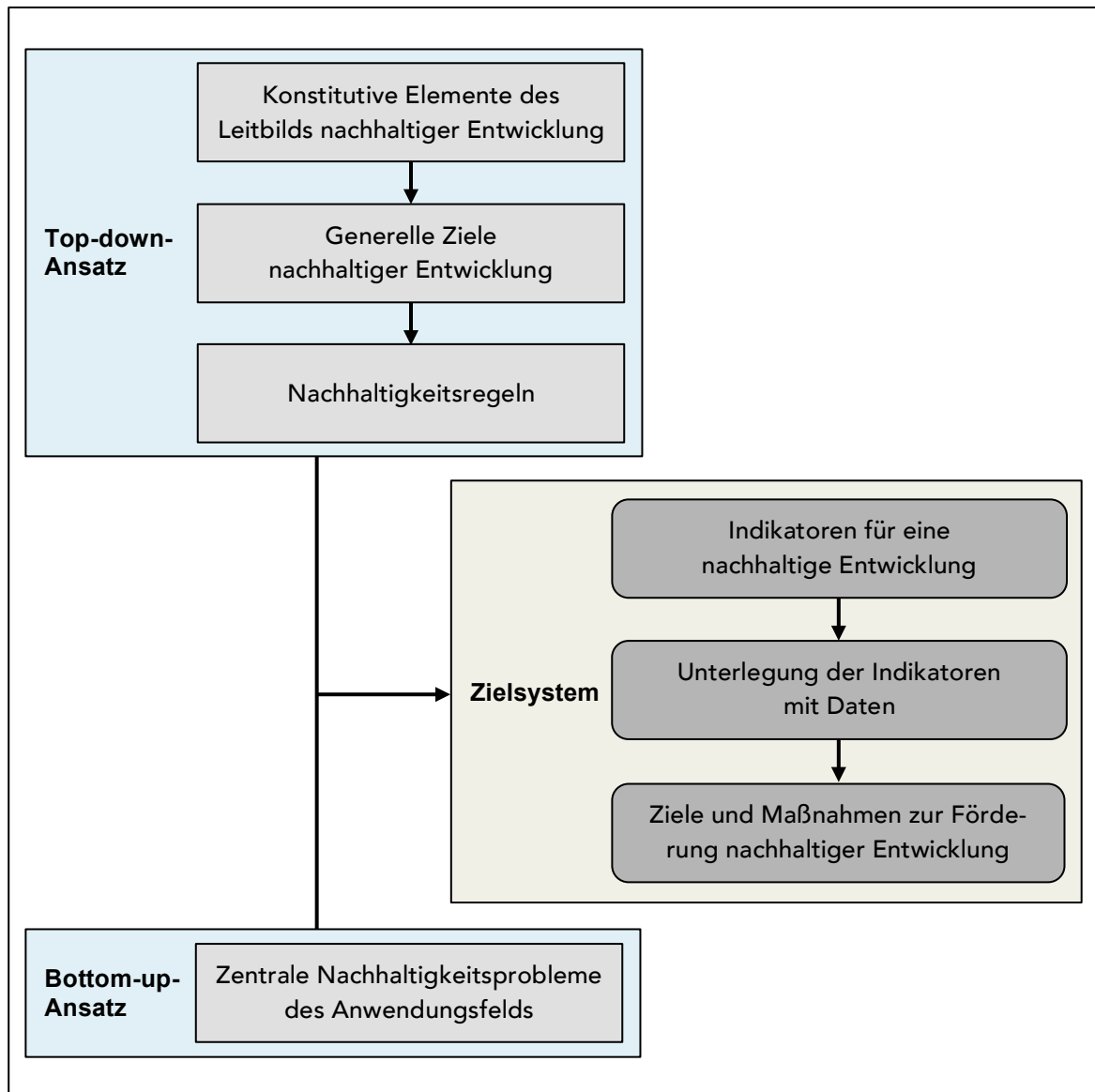


Abbildung 3: Schematische Darstellung der Verknüpfung von Top-down- und Bottom-up-Ansatz im HGF-Konzept (in Anlehnung an Viebahn 2006, S. 318)

Diese Zuordnung ist die Grundlage für die Indikatorenbildung, anhand derer die Nachhaltigkeitsregeln weiter konkretisiert werden können. Die Indikatoren müssen danach mit Daten unterlegt werden, was es erlaubt, den Grad der Nachhaltigkeit im jeweiligen Anwendungsfeld abzubilden und zu beurteilen. Darauf basierend können in der Folge Ziele und Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung abgeleitet werden (vgl. Viebahn 2006, S. 319 f.; Kopfmüller et al. 2001, S. 318).

3.4.2 Der strategische Zielrahmen

Eine weitere Möglichkeit, den Beitrag von Beherbergungsbetrieben zur nachhaltigen Entwicklung in Naturparks zu bewerten, ist der Zielrahmen des BAFU (s. Kap. 2.3.3). Der Zielrahmen konkretisiert die Ausführungen des NHG und der Päv und soll damit sicher-

stellen, dass die wesentlichen Prinzipien von regionalen Naturparks in die Praxis umgesetzt werden (vgl. BAFU 2008, S. 1). Der Zielrahmen richtet sich zwar in erster Linie an die Trägerschaften der Naturparks. Da er jedoch spezifische Handlungspotenziale in Naturparks aufzeigt, kann er auch eingesetzt werden, um einen möglichen Beitrag der Beherbergungsbranche zu den Zielen von Naturparks und damit zur nachhaltigen Entwicklung in der Region zu eruieren. Im Gegensatz zum HGF-Ansatz, der von seiner Konzeption her breit angelegt ist, ist der strategische Zielrahmen sehr spezifisch und weist bereits eine Konkretisierung auf das Anwendungsfeld der nachhaltigen Regionalentwicklung auf. Daher ist er für die Bewertung des Beitrags der Beherbergungsbetriebe zur nachhaltigen Regionalentwicklung gut geeignet. Dem strategischen Zielrahmen fehlt jedoch die Verbindung zwischen den Zielsetzungen und der konkreten Bewertung der Nachhaltigkeitsbemühungen der Akteure. Im HGF-Ansatz wird dies mithilfe der Kombination von Top-down- und Bottom-up-Verfahren sichergestellt. In der vorliegenden Arbeit wird daher eine Verknüpfung der beiden Ansätze angestrebt. Grundlage für die Bewertung ist der strategische Zielrahmen mit den jeweiligen operativen Zielen. Diese werden konkretisiert, indem die spezifischen Problemfelder in der Beherbergungsbranche identifiziert werden (Kap. 4). Darauf basierend werden Indikatoren abgeleitet, mit denen der aktuelle Stand der Nachhaltigkeit in der Beherbergungsbranche gemessen werden kann (Kap. 6). Anhand der Ergebnisse der Messung (Kap. 7) werden dann Maßnahmen zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung in der Beherbergungsbranche in Deutschschweizer Naturparks abgeleitet (Kap. 8 und 9).

3.4.3 Die Handlungspotenziale im strategischen Zielrahmen

Der strategische Zielrahmen des BAFU dient in der vorliegenden Arbeit somit als Ausgangspunkt, um den Beitrag der Beherbergungsbranche zu den Zielen der Naturparks zu bewerten. Nachfolgend werden daher im ersten Schritt die Handlungspotenziale der Beherbergungsbetriebe in Bezug auf die strategischen Ziele 1 bis 4 erläutert. Das strategische Ziel 5 (Forschung) ist für die Beherbergungsbetriebe nicht von Relevanz, weshalb nicht weiter darauf eingegangen wird.

Strategisches Ziel 1: Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft

Das erste strategische Ziel ist die Erhaltung und Aufwertung der Qualität von Natur und Landschaft. Zur Erreichung dieses Ziels sind vom BAFU sechs operative Ziele formuliert worden (vgl. BAFU 2008, S. 3):

Tabelle 1: Operative Ziele zum strategischen Ziel 1 (Quelle: BAFU 2008, S. 3)

Operative Ziele	
1.1	Qualität und Vielfalt der Natur- und Kulturlandschaften in ökologischer und ästhetischer Hinsicht erhalten und aufwerten
1.2	Qualität des Siedlungsraums und der Ortsbilder erhalten und aufwerten
1.3	Landschaftlich, historisch und kulturell bedeutende Einzelobjekte erhalten und aufwerten
1.4	Vielfalt an Lebensräumen und Arten erhalten und allenfalls vergrössern ⁶
1.5	Aufwertung und Vernetzung von Lebensräumen
1.6	Umwelt- und gesundheitsschädigende Einflüsse reduzieren

Zu den Zielen 1.1 bis 1.5 können Beherbergungsbetriebe ausser in Ausnahmefällen (z. B. Umbau, Neubau oder Gebäudesanierung) naturgemäß wenig beitragen. Massnahmen in diesen Bereichen erfordern Strukturen und Mittel, die über die Möglichkeiten von Beherbergungsbetrieben hinausgehen. Ausserdem gehören Massnahmen dieser Art nicht zu den Tätigkeitsfeldern von Beherbergungsbetrieben. Ziel 1.6, die Reduktion von umwelt- und gesundheitsschädigenden Einflüssen, hingegen liegt im Einflussbereich von Beherbergungsbetrieben. Hier sind viele Beiträge im Betrieb denkbar, wie z. B. die Reduktion von Abfallmengen, ein vermehrtes Recycling, die Reduktion von CO₂- oder Feinstaubemissionen oder die Bevorzugung umweltfreundlicher Produkte im Beschaffungswesen. Massnahmen in diesen Bereichen können indirekt auch zu den Zielen 1.1 und 1.4 beitragen, indem beispielsweise die korrekte Abfallentsorgung die Ökosysteme nicht beeinträchtigt.

Strategisches Ziel 2: Stärkung einer nachhaltig betriebenen Wirtschaft

Das zweite strategische Ziel betrifft die Stärkung einer nachhaltig betriebenen Wirtschaft. Folgende operative Ziele wurden dazu formuliert (vgl. BAFU 2008, S. 4):

⁶ In der Schweiz wird das ß nicht verwendet, stattdessen wird ein ss geschrieben.

Tabelle 2: Operative Ziele zum strategischen Ziel 2 (Quelle: BAFU 2008, S. 4)

Operative Ziele	
2.1	Förderung der Wertschöpfung durch nachhaltig produzierte regionale Produkte
2.2	Förderung nachhaltiger Tourismus- und Naherholungsformen
2.3	Verbesserung des Dienstleistungsangebots (ausserhalb Tourismus)
2.4	Förderung der Nutzung erneuerbarer Energieressourcen / Förderung von Energie und Ressourcen schonenden [sic] Technologien
2.5	Förderung einer nachhaltigen Mobilität

In diesem Bereich verfügen die Beherbergungsbetriebe über vielfältige Möglichkeiten, zu den Zielsetzungen der regionalen Naturparks beizutragen. Unter Ziel 2.2 wird explizit die Förderung nachhaltiger Tourismusformen aufgeführt, was die Beherbergungsbetriebe mit einschließt. Diese können sich selbst im Bereich der nachhaltigen Betriebsführung und Angebotsgestaltung engagieren (was dies genau beinhaltet, wird durch die anderen operativen Ziele des Zielrahmens verdeutlicht) oder andere nachhaltige Tourismusangebote, wie z. B. Wanderungen, Lehrpfade oder Exkursionen mit entsprechenden Themenschwerpunkten, unterstützen, indem sie ihre Gäste darüber informieren. Häufig werden engagierte Betriebe von den Geschäftsstellen der Naturparks auch gezielt gefördert und vermarktet. Des Weiteren können Beherbergungsbetriebe beim Einkauf regional hergestellte Produkte bevorzugen (Ziel 2.1) und – wo möglich – erneuerbare Energien (z. B. für Heizung und Strom) nutzen (Ziel 2.4). Auch zum Ziel 2.5 können sie einen Beitrag leisten, indem sie ihre Gäste über die Möglichkeiten des öffentlichen Verkehrs informieren oder Fahrten durch eine gute Koordination minimieren.

Strategisches Ziel 3: Sensibilisierung und Umweltbildung

Die Sensibilisierung und Umweltbildung sind Gegenstand des strategischen Ziels 3.

Hierzu gehören folgende operative Ziele (vgl. BAFU 2008, S. 5):

Tabelle 3: Operative Ziele zum strategischen Ziel 3 (Quelle: BAFU 2008, S. 5)

Operative Ziele	
3.1	Sensibilisierung der Bevölkerung für die ökologischen, kulturellen, historischen und wirtschaftlichen Besonderheiten des Parkgebiets
3.2	Praxisbezogene Umweltbildung für verschiedene Zielgruppen innerhalb und ausserhalb des Parks
3.3	Pflege und Weiterentwicklung des kulturellen Lebens

Im Kontext von Beherbergungsbetrieben ist insbesondere das Ziel 3.2 relevant. Beherbergungsbetriebe können sowohl ihre Gäste als auch ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über relevante Themen im betrieblichen Umweltschutz informieren, sie zu einem nachhaltigeren Verhalten motivieren und direkt einbinden.

Strategisches Ziel 4: Management, Kommunikation und räumliche Sicherung

Das strategische Ziel 4 beschäftigt sich mit dem Management, der Kommunikation und der räumlichen Sicherung. Dazu wurden die folgenden drei operativen Ziele formuliert (vgl. BAFU 2008, S. 6):

Tabelle 4: Operative Ziele zum strategischen Ziel 4 (Quelle: BAFU 2008, S. 6)

Operative Ziele	
4.1	Management Aufbau und kontinuierliche Verbesserung eines effektiven und effizienten Managements
4.2	Kommunikation Aufbau und kontinuierliche Verbesserung einer zielgruppenspezifischen internen und externen Kommunikation
4.3	Räumliche Sicherung Erarbeitung bzw. Anpassung der raumplanerischen Instrumente (Richt- und Nutzungsplanungen)

Die operativen Ziele in diesem Bereich dienen dazu, die Voraussetzungen zu schaffen, um die Ziele 1 bis 3 zu erreichen. Dies können die Beherbergungsbetriebe bewerkstelligen, indem sie gezielt Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung in ihrem Betrieb einleiten und den Stand der Umsetzung laufend beobachten (Ziel 4.1). Außerdem können sie Gäste, Mitarbeitende und Lieferbetriebe über ihre Bemühungen informieren und mit ihnen in einen Dialog treten (Ziel 4.2, hier bestehen teilweise Synergien mit dem Ziel 3.2 der Umweltbildung). Das letzte Ziel 4.3 ist für Beherbergungsbetriebe nicht von Bedeutung.

3.4.4 Schwerpunktsetzung durch den Zielrahmen

Die oben beschriebenen Handlungspotenziale haben gezeigt, dass die Beherbergungsbetriebe zu vielen der operativen Ziele von Naturparks einen Beitrag leisten können. Es wird allerdings auch ersichtlich, dass mögliche Maßnahmen vor allem im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit angesiedelt sind. Das liegt einerseits daran, dass bereits in den gesetzlichen Grundlagen der Schwerpunkt auf die zwei Bereiche Erhalt von Natur

und Landschaft sowie Stärkung der nachhaltig betriebenen Wirtschaft gelegt wird (s. Kap. 2.3.1). Dies spiegelt sich auch im Zielrahmen wieder. Andererseits bestehen in Beherbergungsbetrieben naturgemäß vor allem Handlungsspielräume in Bezug auf die ökologischen und ökonomischen Aspekte von Nachhaltigkeit. Wie oben aufgezeigt, existieren hier für die Betriebe zahlreiche Ansatzpunkte. Soziale (z. B. langfristige Sicherung der Lebensgrundlagen) und kulturelle Gesichtspunkte (z. B. Stärkung der regionalen Identität) können von den Beherbergungsbetrieben häufig nur indirekt beeinflusst werden. Dies bedeutet aber nicht, dass diese Nachhaltigkeitsaspekte in der Beherbergungsbranche nicht zum Tragen kommen. So kann beispielsweise ein Hotel durch den Kauf und den Einsatz regionaler Produkte im Betrieb die regionale Identität bei Produzenten, Lieferbetrieben und Hotelmitarbeitenden stärken. Beherbergungsbetriebe können auch zusammen mit Partnerbetrieben Pauschalangebote initiieren und damit regionalen Unternehmen neue Perspektiven und Einkommensquellen eröffnen (z. B. ein Package mit Übernachtung, geführter Wanderung und Betriebsbesichtigung). Solche Effekte ergeben sich oft aus der Existenz und Weiterentwicklung des Beherbergungsbetriebes an sich und können selten mit bewussten Maßnahmen gesteuert werden.

Wie bereits in Kapitel 1.3 erläutert, möchte die vorliegende Arbeit untersuchen, inwiefern die Anforderungen der Pärkeverordnung, Natur und Landschaft zu erhalten und gleichzeitig eine nachhaltig betriebene Wirtschaft zu stärken, erfüllt werden. Der Zielrahmen des BAFU konkretisiert die rechtlichen Grundlagen und sorgt für Anknüpfungspunkte für die Umsetzung. Deshalb soll sich die vorliegende Untersuchung inhaltlich am Zielrahmen ausrichten. Da der Zielrahmen vor allem ökologische Handlungspotenziale von Beherbergungsbetrieben aufzeigt, wird auch der Fokus der Untersuchung vorwiegend auf die ökologischen Aspekte von Nachhaltigkeit gelegt. Die oben erwähnten Verknüpfungen mit anderen Gesichtspunkten von Nachhaltigkeit werden in einem späteren Schritt weiter ausgearbeitet.

3.5 Zwischenfazit

Nachhaltige Regionalentwicklung hat zum Ziel, durch die Aktivierung von endogenen Potenzialen eine selbstbestimmte und ganzheitliche Entwicklung in einer strukturschwachen Region zu erzeugen. Dabei sollen regionale Wirtschaftskreisläufe geschaffen und gefördert, regionale natürliche Ressourcen genutzt, ökologisch verträgliche Bewirtschaftungs- und Produktionsmethoden eingesetzt und die regionale Identität und Kultur gestärkt werden. Die Bedürfnisse zukünftiger Generationen werden explizit miteinbe-

zogen und damit die langfristige Sicherstellung der Lebensgrundlagen angestrebt. Zentral dabei ist, dass die Initiative von der lokalen Bevölkerung ausgeht und von dieser getragen wird. In regionalen Naturparks in der Schweiz ist die nachhaltige Regionalentwicklung ausdrücklich Bestandteil des Konzepts. Schutz und Nutzung sollen integriert und ökologische, ökonomische und soziokulturelle Erfordernisse gleichwertig berücksichtigt werden. Daher werden Naturparks auch als Modellregionen nachhaltiger Regionalentwicklung betrachtet.

Ein Wirtschaftszweig, der auf der Attraktivität von Natur und Landschaft aufbaut und diese in regionale Wertschöpfung umzuwandeln vermag, ist der Tourismus. Aufgrund seiner Fähigkeit, Schutz und Nutzung zu kombinieren, ist er eine wesentliche potenzielle Einnahmequelle in Naturparks und kann zur Förderung einer nachhaltigen regionalen Wirtschaft beitragen. Unterkünfte sind ein wichtiges Element des touristischen Produkts, sorgen sie doch für eine Steigerung des Anteils der Gäste, die mehr als einen Tag bleiben. Damit werden zusätzliche Einnahmen in die Region gebracht, da Übernachtungsgäste tendenziell mehr Ausgaben tätigen. Beherbergungsbetriebe können allerdings auch beträchtliche negative Auswirkungen auf die Umwelt haben. Werden diese wo immer möglich minimiert, können Beherbergungsbetriebe viel zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung in Naturparks beitragen.

4 Handlungsbereiche von Beherbergungsbetrieben

Wie im vorherigen Kapitel erläutert, haben Beherbergungsbetriebe eine große Bandbreite an Möglichkeiten, um zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung beizutragen. Zur Konkretisierung der eher allgemein gehaltenen Ziele des BAFU werden im Folgenden spezifische Handlungsbereiche identifiziert und genauer beschrieben.

4.1 Identifikation der Handlungsbereiche

Auf der Basis von bisherigen Studien sowie Labels im Bereich des nachhaltigen Tourismus werden nachfolgend im ersten Schritt mögliche Handlungsbereiche in der Beherbergungsbranche identifiziert. Danach wird erläutert, welche Bereiche für die vorliegende Untersuchung von Relevanz sind und betrachtet werden sollen.

4.1.1 Handlungsbereiche in Labels und Studien

Um die ökologischen Nachhaltigkeitsaspekte in Beherbergungsbetrieben untersuchen zu können, wird deren Umweltorientierung evaluiert. Darunter wird betriebliches Handeln zum Zweck der Reduktion der Umweltbelastungen und die Integration von Umweltschutzaspekten in die Unternehmenspolitik verstanden. Der Begriff der Umweltorientierung schließt sowohl nicht-strategisches und nicht-systematisches Umweltschutzhandeln in isolierten Einzelmaßnahmen als auch das betriebliche Umweltmanagement und die Einrichtung von Umweltmanagementsystemen mit ein (vgl. Möller 2001, S. 5). Im Fokus stehen dabei die ergriffenen Maßnahmen zur Reduktion von Umweltbelastungen und wie diese in den Managementprozess des Unternehmens integriert werden (vgl. Burgos-Jiménez, Cano-Guillén & Céspedes-Lorente 2002, S. 208). Einen Ansatz zur Evaluation ökologischer Nachhaltigkeitsaspekte können Labels liefern, welche die Nachhaltigkeit von Unterkünften mess- und nachvollziehbar machen sollen. Dabei wird durch eine Zertifizierung die Einhaltung bestimmter Standards von einer unabhängigen Instanz nachgewiesen und in regelmäßigen Abständen kontrolliert (vgl. Barth & Weber 2011, S. 4 f.). Im Bereich Tourismus existiert eine Vielzahl von Labels, die sich hinsichtlich ihrer Abdeckung und Transparenz jedoch beträchtlich voneinander unterscheiden. In einer Studie der Hochschule Luzern wurden aus mehreren Hundert Labels diejenigen, die für Schweizer Beherbergungsbetriebe relevant sind, herausgefiltert, kategorisiert und evaluiert (vgl. Barth & Weber 2011). Zusammengefasst dargestellt umfassen diese Labels die folgenden Themenbereiche (eine detaillierte Auflistung pro Label findet sich in Anhang 2):

- Strategie und Management
- Bau
- Energie
- Wasser
- Abfall und Recycling
- Einkauf
- Speisen und Getränke
- Chemikalien
- Sensibilisierung Mitarbeitende
- Sensibilisierung Gäste
- Transport
- Raumklima
- Flora/Fauna/Ökosysteme
- Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung
- Arbeitsbedingungen
- Kulturelles Erbe
- Ökonomische Entwicklung

Viele Labels umfassen die gleichen Kernbereiche. Unterschiede bestehen vor allem im Detailgrad der einzelnen Bereiche, in denen die einzelnen Labels unterschiedlich weit gehen. Zudem beschränken sich einige Labels praktisch ausschließlich auf die ökologische Dimension, wie z. B. Green Key oder das EU-Umweltzeichen, während andere auch weitere Nachhaltigkeitsdimensionen einschließen. So wird z. B. bei ibex fairstay explizit auch die ökonomische Entwicklung des Betriebes einbezogen oder bei Green Globe werden die lokale Bevölkerung und die Rechte und der Schutz der Angestellten berücksichtigt.

Der Großteil der oben genannten Bereiche wurde auch in den bisherigen Studien, welche die Nachhaltigkeit von Unterkünften untersucht haben, einbezogen. In praktisch allen in dieser Arbeit berücksichtigten Studien wurde versucht, die Leistung der Betriebe in den Bereichen Energienutzung, Wasserverbrauch sowie Abfall und Recycling zu bewerten (vgl. z. B. Bohdanowicz 2006; Erdogan & Tosun 2009; Buckley & Araujo 1997). Ebenfalls häufig untersucht wurden die ergriffenen Maßnahmen in den Bereichen Einkauf und Sensibilisierung der Gäste und Mitarbeitenden (vgl. z. B. Hobson & Essex 2001; Mensah & Blankson 2013; Carlsen, Getz & Ali-Knight 2001). Organisatorische Maßnahmen wie z. B. das Festhalten von Umweltzielen oder ein Monitoring der wichtigsten Indikatoren wurden ebenfalls wiederholt betrachtet (vgl. z. B. López-Gamero, Molina-Azorín & Claver-Cortes 2011; Park, Kim & McCleary 2014). Eher selten im Fokus standen der Einsatz von schädlichen Chemikalien (vgl. z. B. Carlsen, Getz & Ali-Knight 2001; Carmona-Moreno, Céspedes-Lorente & Burgos-Jiménez 2004; Rahman, Reynolds & Swarn 2012), Maßnahmen in Verkehr und Transport (vgl. z. B. Erdogan & Tosun 2009; Hobson & Essex 2001; Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b) sowie in der Umgebungsgestaltung (vgl. López-Gamero, Molina-Azorín & Claver-Cortes 2011; Erdogan & Tosun 2009). Nur vereinzelte Studien gingen schließlich den Maßnahmen in den Berei-

chen Lärm (vgl. López-Gamero, Molina-Azorín & Claver-Cortes 2011) und Spenden (vgl. Mensah & Blankson 2013) nach.

4.1.2 Ableitung der zu untersuchenden Bereiche

Für die Untersuchung der ökologischen Nachhaltigkeitsleistung von Beherbergungsbetrieben in den Deutschschweizer Regionalparks sollen vor allem Maßnahmen betrachtet werden, die für die Schweiz relevant sind, bei denen eine Umsetzung verhältnismäßig einfach möglich ist und die eine möglichst große Wirkung verursachen. Dies ist insbesondere bei Maßnahmen im Bereich der Energienutzung, des Wasserverbrauchs, des Abfalls und Recyclings sowie beim Einkauf der Fall. Außerdem erzeugt die Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeitenden eine Multiplikatorwirkung über den Beherbergungsbetrieb hinaus, weshalb diesen Maßnahmen eine große Bedeutung zukommen kann. Ebenfalls von Interesse ist, ob in den Unterkünften ein formelles Umweltmanagement vorhanden ist. Dies weist darauf hin, dass Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeitsleistung systematisch und mit einer langfristigen Sicht eingeführt werden. Zusammenfassend dargestellt sollen damit folgende Handlungsbereiche untersucht werden:

- Energienutzung,
- Wasserverbrauch,
- Abfall und Recycling,
- Einkauf,
- Umweltmanagement,
- Sensibilisierung.

Maßnahmen im Bereich der Chemikalien können dem Bereich Einkauf zugeordnet werden, da in den Beherbergungsbetrieben primär der Bezug von möglichst umweltfreundlichen Garten-, Reinigungs- und Hygieneprodukten von Relevanz ist. Ebenso können Maßnahmen bezüglich Speisen und Getränken dem Einkauf hinzugerechnet werden, da hier vor allem der Kauf von ökologischen und saisonalen Lebensmitteln im Vordergrund steht. Maßnahmen im Bereich Transport werden in den beiden Bereichen Einkauf (Transport und Lieferung von Gütern) und Sensibilisierung der Gäste (An- und Abreise sowie Mobilität vor Ort) mitberücksichtigt. In die Untersuchung nicht eingeschlossen werden Maßnahmen in Bau und Design, da dieser Bereich im vorliegenden Kontext lediglich eine marginale Rolle spielt. Das Gleiche gilt für die Bereiche Lärm, Spenden und Bepflanzung (vgl. dazu auch Bitzer 1997, S. 63). Ebenfalls nicht betrachtet werden die Bereiche, welche sich speziell auf die ökonomische oder gesellschaftliche Dimension

beziehen, da sich dieser Schritt der Untersuchung primär den ökologischen Aspekten widmet.

4.2 Beschreibung der Handlungsbereiche

Im Folgenden werden die oben identifizierten und für die Untersuchung ausgewählten Handlungsbereiche beschrieben und wo sinnvoll anhand von konkreten Praxisbeispielen in Teilbereiche untergliedert. Für jeden Handlungsbereich werden die identifizierten Teilbereiche in Tabellenform zusammengefasst.

4.2.1 Energienutzung

Der Energieverbrauch in der Schweizer Hotellerie ist verhältnismäßig hoch und liegt gemäß einer Studie im Durchschnitt 20 % (Wärme) resp. 45 % (Strom) über den SIA-Kennwerten für bestehende Bauten in der Schweiz (vgl. Amstutz & Schegg 2004, S. 3). Eine Berechnung von Perincioli kommt zum Schluss, dass das durchschnittliche Sparpotenzial in der Schweizer Hotellerie für den Stromverbrauch 57 % und für den Wärmeverbrauch 43 % beträgt (vgl. Perincioli 2010, S. 13 f.). Hier besteht demnach ein großer Spielraum für Verbesserungsmaßnahmen.

Maßnahmen bezüglich der Verbesserung der Energienutzung lassen sich in zwei Bereiche gliedern: Maßnahmen zur Senkung des Energiebedarfs und der Einsatz von regenerativen Energiequellen wie Wasserkraft oder Solarenergie (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 39 f.; s. Tabelle 5). Eine Senkung des Energiebedarfs kann erzielt werden, indem Beleuchtung oder elektrische Geräte bei Nichtgebrauch ausgeschaltet werden, sei es manuell oder mithilfe von Sensoren oder Zeitschaltuhren. Des Weiteren kann der Verbrauch durch den Einsatz energieeffizienter Leuchtmittel und Geräte reduziert werden (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 58; Baker 2008, S. 33 ff.). Außerdem kann eine energetische Sanierung, z. B. Fassadendämmung oder Ersatz von alten, undichten Fenstern, den Energieverbrauch wesentlich mindern (vgl. Perincioli 2010, S. 13 f.). Weiterhin benötigte Energie für Strom und Wärme lässt sich durch regenerative Energien gewinnen, die von einem geeigneten Anbieter bezogen oder selbst produziert werden können, z. B. mithilfe von Photovoltaik-Anlagen oder Wärmepumpen (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 44 ff.).

Tabelle 5: Teilbereiche des Handlungsbereichs Energienutzung

Energienutzung	
Senkung Energiebedarf	Umstellung auf regenerative Energie
<ul style="list-style-type: none"> • Beleuchtung und Geräte bei Nichtgebrauch ausschalten • Energieeffiziente Beleuchtung und Geräte einsetzen • Energetische Sanierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Bezug von Anbieter • Eigene Produktion

4.2.2 Wasserverbrauch

Obwohl die Schweiz (bisher) kaum zu den Regionen mit Wassermangel gehört, ist es trotzdem sinnvoll, sparsam mit Wasser umzugehen. Der Bezug von Trinkwasser ist mit Kosten verbunden und für die Erwärmung des Wassers wird Energie verbraucht. Auch die Abwasserbehandlung ist energie- und kostenintensiv (vgl. Baker 2008, S. 95; Rahman, Reynolds & Svaren 2012, S. 720). Dementsprechend kann der sparsame Umgang mit Wasser auch in der Schweiz die Nachhaltigkeitsleistung eines Beherbergungsbetriebs verbessern. Best Practices haben ein teilweise beträchtliches Einsparpotenzial aufgezeigt, so z. B. in einem Hotel in Wiesbaden, wo der Trinkwasserverbrauch durch entsprechende Maßnahmen um rund 20 % gesenkt werden konnte (vgl. von Camphausen 2013, S. 13).

Um den Wasserverbrauch in der Beherbergungsbranche zu minimieren, kann im Wesentlichen an drei Stellen angesetzt werden (s. Tabelle 6). Ein erster Ansatzpunkt ist die Vermeidung von unnötigem Wasserverbrauch. So können beispielsweise Handtücher und Bettwäsche über mehrere Tage hinweg gebraucht und nur gewechselt werden, wenn die Gäste dies verlangen (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 101). Das weiterhin benötigte Wasser soll möglichst sparsam verwendet werden. In diesem Bereich können wassersparende Armaturen wie z. B. Duschbrausen und Wasserhähne oder sparsame Geräte wie z. B. Waschmaschinen oder Geschirrspüler den Verbrauch wesentlich reduzieren (vgl. z. B. Hamele & Eckardt 2006, S. 23). Eine weitere Möglichkeit, Trinkwasser einzusparen, ist die Substitution durch Regenwasser. Dieses kann gesammelt werden, um es danach beispielsweise zur Bewässerung von Pflanzen oder auch für die Toilettenspülung einzusetzen (vgl. z. B. Hamele & Eckardt 2006, S. 32).

Tabelle 6: Teilbereiche des Handlungsbereichs Wasserverbrauch

Wasserverbrauch		
Vermeidung von unnötigem Wasserverbrauch	Senkung Wasserverbrauch	Substituierung
	<ul style="list-style-type: none"> • Einsatz effizienter Armaturen • Einsatz effizienter Geräte 	

4.2.3 Abfall und Recycling

Der in Übernachtungsbetrieben entstehende Abfall hat auf unterschiedlichen Ebenen negative Auswirkungen auf die Umwelt. So belasten die Produkte, die schlussendlich weggeworfen werden, bereits durch ihre Herstellung die Umwelt, da dafür Energie verbraucht und Ressourcen benötigt werden (vgl. Baker 2008, S. 144). Die Entsorgung selbst beeinträchtigt die Umwelt ebenfalls – auch dafür wird Energie benötigt und es entstehen Emissionen und schlecht abbaubare Rückstände (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 69 f.). Für Beherbergungsbetriebe ist der anfallende Abfall zudem mit Entsorgungskosten verbunden.

Maßnahmen in diesem Bereich können in drei Kategorien eingeteilt werden: Abfallminderung, Wiederverwendung und Recycling (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 80 ff.; s. Tabelle 7). Abfallminderung kann erzielt werden, indem auf gewisse Produkte wie z. B. Wegwerfgeschirr oder einzeln verpackte Gästeseifen verzichtet wird oder indem ein Teil des Verpackungsmaterials durch den Kauf von Großpackungen, durch wiederverwendbare Behältnisse oder durch den Verzicht auf Portionsverpackungen (z. B. für Konfitüre) vermieden wird (vgl. Baker 2008, S. 148). Einige Gegenstände und Produkte können nach dem Gebrauch im Betrieb anstatt entsorgt auch wiederverwendet werden. So können z. B. ausgediente Gegenstände, Möbel und Armaturen gespendet oder verkauft werden (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 81 f.; Baker 2008, S. 148). Beim Recycling wird das Produkt wieder dem Verwertungskreislauf zugefügt. Damit müssen für die Herstellung eines neuen Produkts keine primären Rohstoffe verwendet werden, was Energie spart, Emissionen verhindert und den Ressourcenabbau reduziert (vgl. Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 83). Um das Recycling im Betrieb zu fördern, können z. B. entsprechende Sammelbehälter aufgestellt werden (vgl. Baker 2008, S. 148).

Tabelle 7: Teilbereiche des Handlungsbereichs Abfall und Recycling

Abfall und Recycling		
Abfallminderung	Wiederverwendung	Recycling
<ul style="list-style-type: none"> • Verzicht auf Einwegprodukte • Vermeidung von Verpackung 		

4.2.4 Einkauf

Beherbergungsbetriebe benötigen eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen, um den Betrieb aufrechtzuerhalten und die Bedürfnisse ihrer Gäste zu befriedigen. Durch einen bewussten Einkauf können Beherbergungsbetriebe Beeinträchtigungen der Umwelt bei der Herstellung und dem Transport der Produkte reduzieren, den Verpackungsverbrauch verringern und regionale Wirtschaftskreisläufe stärken (vgl. Baker 2008, S. 211 f.; Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 79). Daher kommt der Wahl der Produkte eine große Bedeutung zu. Im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung sollen, sofern verfügbar, lokale Produkte und Anbieter berücksichtigt werden (s. Tabelle 8). So können die regionale Wirtschaft gestärkt und der Transportaufwand verringert werden (vgl. Baker 2008, S. 213). Beim Einkauf ist vorrangig darauf zu achten, dass ökologische Produkte bevorzugt werden. Dies kann z. B. bedeuten, auf saisonale und/oder biologische Lebensmittel zurückzugreifen oder keine umweltschädigenden Reinigungsmittel, Hygiene- oder Gartenprodukte zu erwerben (vgl. Hobson & Essex 2001, S. 141; Mensah 2006, S. 426; Sloan, Legrand & Chen 2013, S. 79). Auch der Kauf von biologisch abbaubaren, wiederverwendbaren, rezyklierten oder rezyklierbaren Produkten verbessert die Nachhaltigkeitsleistung des Betriebes (vgl. Carmona-Moreno, Céspedes-Lorente & Burgos-Jiménez 2004, S. 129). Außerdem ist es wichtig, die Einkäufe zu koordinieren, um möglichst wenige Transporte durchführen zu müssen (vgl. Baker 2008, S. 213). Ein weiterer Teilbereich ist, die Lieferbetriebe miteinzubeziehen und sie zu ermuntern, ihre eigene Nachhaltigkeitsleistung ebenfalls zu verbessern (vgl. Bohdanowicz 2006, S. 675).

Tabelle 8: Teilbereiche des Handlungsbereichs Einkauf

Einkauf		
Produktewahl	Einkaufskoordination	Lieferbetriebe
<ul style="list-style-type: none"> • Lokale Produkte und Anbieter • Ökologische Produkte 		

4.2.5 Sensibilisierung

Ein Beherbergungsbetrieb kommt mit vielen verschiedenen Personen in Kontakt, die in das Engagement des Betriebes involviert werden müssen, damit die gesetzten Ziele im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit erreichen werden können. Die Gäste und die Mitarbeitenden spielen dabei eine wesentliche Rolle (s. Tabelle 9). Vom Verhalten der Mitarbeitenden ist es abhängig, ob die geplanten Maßnahmen im Arbeitsalltag auch tatsächlich umgesetzt werden (vgl. Perincioli 2010, S. 57 f.; Amstutz & Schegg 2004, S. 23). So sind die Mitarbeitenden z. B. dafür verantwortlich, Handtücher nur dann auszuwechseln, wenn die Gäste es wünschen, Waschmaschinen nur mit voller Ladung laufen zu lassen oder eine angemessene Menge von Reinigungsmitteln zu verwenden (vgl. Perincioli 2010, S. 46; bmwfj 2011, S. 14). Es ist daher notwendig, die Mitarbeitenden über die festgelegten Maßnahmen und deren Umsetzung zu informieren, ihnen die Hintergründe darzulegen und sie zu einem umweltfreundlichen Verhalten anzuregen (vgl. Baker 2008, S. 303). Als Anreiz können Mitarbeitende, die besonderes Engagement zeigen oder neue Initiativen vorschlagen, ausgezeichnet oder belohnt werden (vgl. Carmona-Moreno, Céspedes-Lorente & Burgos-Jiménez 2004, S. 129). Doch auch die Gäste müssen informiert und zur Mithilfe ermuntert werden. Ihnen kann mit Informationstafeln, Broschüren und Hinweisschildern gezeigt werden, wie sie sich für die Verbesserung der Umweltleistung des Beherbergungsbetriebes einsetzen können. Eine häufig anzutreffende Maßnahme ist der Mehrfachgebrauch von Handtüchern durch die Gäste. Zudem können die Gäste auch ermutigt werden, ihren Müll zu trennen, die Spartaste der Toilette zu verwenden oder bei Nichtgebrauch das Licht zu löschen (vgl. Uchtmann 2013). Weitere Möglichkeiten sind Informationen über umweltverträgliche Freizeitaktivitäten und Transportmittel (vgl. Baker 2008, S. 303). Sowohl Gäste als auch Mitarbeitende können eine Multiplikatorwirkung entfalten, indem sie gewisse Maßnahmen auch zu Hause ergreifen und ihren Bekannten davon erzählen (vgl. European Environment Agency 2010).

Tabelle 9: Teilbereiche des Handlungsbereichs Sensibilisierung

Sensibilisierung	
Gäste	Mitarbeitende
<ul style="list-style-type: none"> • Verhalten im Betrieb • Verhalten außerhalb des Betriebs 	<ul style="list-style-type: none"> • Schulung • Belohnung

4.2.6 Umweltmanagement

Um das Engagement für ökologische Nachhaltigkeit eines Betriebs langfristig zu verankern und auf systematische Art und Weise sicherzustellen und weiterzuentwickeln, ist es sinnvoll, das Umweltmanagement in die Unternehmensführung zu integrieren. Dadurch kann gewährleistet werden, dass ökologische Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen Berücksichtigung findet. Die Umweltleistung wird kontinuierlich verbessert und es bleibt nicht bei punktuellen Ad-hoc-Maßnahmen (vgl. Engelfried 2011, 27 f.). Grundlage für ein Umweltmanagement ist eine Umweltpolitik, in der die Ziele des Engagements definiert werden (vgl. Engelfried 2011, S. 54; Molina-Azorín et al. 2009, S. 520; s. Tabelle 10). Darauf aufbauend werden Aktionspläne mit konkreten Maßnahmen erarbeitet und Zuständigkeiten festgelegt (vgl. Park, Kim & McCleary 2014, S. 100; Mensah 2006, S. 418). Schlussendlich muss auch regelmäßig überprüft werden, in welchem Maß die Ziele erreicht und welche Kosten und Einsparungen durch die ergriffenen Maßnahmen verursacht wurden (vgl. Park, Kim & McCleary 2014, S. 106; Molina-Azorín et al. 2009, S. 520). Ein Betrieb kann sein Umweltmanagement von einer externen Instanz überprüfen lassen und ein Label oder Zertifikat dafür erhalten. Der Betrieb stellt dadurch sicher, dass die zentralen Elemente auch wirklich beachtet wurden und macht seine Bestrebungen für die Öffentlichkeit mess- und nachvollziehbar (vgl. Barth & Weber 2011, S. 3).

Tabelle 10: Teilbereiche des Handlungsbereichs Umweltmanagement

Umweltmanagement			
Umweltpolitik	Umsetzung	Monitoring	Zertifizierung
	<ul style="list-style-type: none"> • Aktionspläne • Zuständigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Zielerreichung • Quantifizierung von Kosten und Einsparungen 	

5 Anreize und Hemmnisse

Im vorhergehenden Kapitel wurde dargestellt, welche Maßnahmen von Übernachtungsbetrieben ergriffen werden können, um ihre ökologische Nachhaltigkeit zu verbessern. Im nächsten Schritt stellt sich die Frage, aus welchen Gründen solche Maßnahmen von den Unternehmen umgesetzt werden. Im Folgenden werden mögliche Anreize und Hemmnisse, die ein nachhaltiges Verhalten anregen oder davon abhalten können, zusammengetragen, beschrieben und kategorisiert.

5.1 Anreize

Viele Motivationstheorien greifen auf Anreize zurück, „um zu erklären, warum wir uns so verhalten, wie wir es tun“ (Rudolph 2009, S. 21). Ein Anreiz ist ein Konstrukt, das situative Reize bezeichnet, die ein Verhalten auslösen, anregen oder motivieren können (vgl. Rudolph 2009, S. 22; Beckmann & Heckhausen 2006, S. 106). Mit Anreizen werden allerdings keine objektiven Sachverhalte beschrieben, sondern subjektive, das heißt, von Individuen wahrgenommene und bewertete Sachverhalte (vgl. Beckmann & Heckhausen 2006, S. 106). Dementsprechend kann ein und derselbe Sachverhalt für verschiedene Personen eine unterschiedliche Bedeutung haben (vgl. Rudolph 2009, S. 22).

In der Fachliteratur wird eine Vielzahl von Anreizen, die zu einem nachhaltigeren Verhalten in Beherbergungsbetrieben führen können, genannt. In mehreren Studien wurden Anreize durch Interviews oder Focus Groups identifiziert und durch quantitative Befragungen verifiziert. Diese so identifizierten Anreize werden nachfolgend zusammenfassend dargestellt (eine ausführliche Tabelle findet sich in Anhang 3).

- **Einfluss von externen Stakeholdern wie z. B. Branchenvereinen oder Umweltverbänden**

Umweltprobleme werden oft durch Anspruchsgruppen, auch Stakeholder genannt, aufgegriffen und als ökologische Ansprüche an einen Betrieb herangetragen (vgl. Dyllick, Belz & Schneidewind 1997, S. 6; Bitzer 1997, S. 59). Beherbergungsbetriebe interagieren mit einer beträchtlichen Anzahl solcher Anspruchsgruppen wie z. B. Hotelverbänden, Reisebüros, NGOs oder den Behörden, deren Interessen, Anliegen und Ansichten miteinbezogen werden müssen, um langfristig am Markt bestehen zu können (vgl. Mensah 2014, S. 228). Diese Anspruchsgruppen können Einfluss auf Beherbergungsbetriebe ausüben und dadurch das Ergreifen von konkreten Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung bewirken

(vgl. Ayuso 2006, S. 214 f.). Sie fordern dabei immer öfter, dass die Betriebe Verantwortung gegenüber der Umwelt übernehmen und Nachhaltigkeit als einen wesentlichen Bestandteil in die Unternehmensführung aufnehmen (vgl. Mensah 2014; Bramwell & Alletorp 2001, S. 92).

- **Bestehende Umweltgesetzgebung**

Der Staat kann das Ergreifen von Maßnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit forcieren, indem er entsprechende Gesetze erlässt. Darin können beispielsweise gewisse Aktivitäten verboten oder Unternehmen zu bestimmten Maßnahmen verpflichtet werden. Da diese Vorschriften durch das Gesetz gestützt werden, sind sie verbindlich und müssen angewandt werden (vgl. Bramwell & Alletorp 2001, S. 93). Im Bereich der Beherbergungsindustrie gibt es allerdings nur wenige branchenspezifische Vorschriften in Bezug auf Umweltschutz oder Nachhaltigkeit. Eine davon ist die CO₂-Abgabe. Es handelt sich dabei um eine Lenkungsabgabe auf fossile Brennstoffe mit dem Ziel, energieeffizientes Wirtschaften zu fördern (vgl. CO₂-Gesetz). Hotels können sich von der Abgabe befreien lassen, müssen sich aber im Gegenzug dazu verpflichten, den CO₂-Ausstoß ihres Betriebs zu reduzieren (vgl. Lagler 2012).

- **Vermeidung möglicher zukünftiger Umweltgesetzgebung**

Da die Gesetzgebung die Freiheit von Unternehmen einschränkt, liegt ein Anreiz zu nachhaltigerem Verhalten auch darin, potenzielle Gesetzgebung zu vermeiden. Die Unternehmen ergreifen Maßnahmen, welche die Nachhaltigkeitsleistung verbessern, um durch dieses proaktive Verhalten die Einführung von neuen Gesetzen zu verhindern (vgl. York 2009, S. 105). Dies kann sich indirekt auch auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirken. Falls dennoch ein neues Gesetz eingeführt wird, haben Unternehmen, die proaktiv tätig geworden sind, einen Vorsprung. Das frühzeitige Ergreifen von Maßnahmen war allenfalls sogar kostengünstiger als eine Reaktion auf das neu eingeführte Gesetz (vgl. López-Gamero, Molina-Azorín & Claver-Cortes 2010).

- **Anerkennung des Engagements**

Als Anerkennung wird der Wunsch angesehen, für die eigene Person oder für eine Tat eine positive Rückmeldung zu erhalten. Anerkennung entsteht dabei nicht aus der Person selbst heraus, sondern muss von außen erfolgen (vgl. Redmann 2012, S. 48). Es existieren unterschiedliche Möglichkeiten, Anerkennung auszudrücken. So kann die Wertschätzung von Angesicht zu Angesicht oder aber auch im öffent-

lichen Rahmen erfolgen. Häufig praktizierte Beispiele dafür sind Preisverleihungen für Unternehmensengagement, Medienberichterstattung mit guten Beispielen oder eine positive Erwähnung durch eine NGO (vgl. Polterauer & Nährlich 2010, S. 574 f.). Der Anerkennung von gesellschaftlichem Engagement kommt eine bedeutende Rolle zu, da viele Beherbergungsbetriebe inhabergeführt und die Besitzerinnen und Besitzer selbst für die Entscheidungsfindung zuständig sind. Damit können sie direkt als verantwortliche Personen identifiziert werden.

- **Kosteneinsparungen**

Maßnahmen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit können zu einer Reduktion der Betriebskosten führen. Dazu zählen in erster Linie Maßnahmen, die auf eine Verbesserung der Effizienz wie z. B. Kontrolle und Verringerung des Ressourcenverbrauchs zielen (vgl. Ayuso 2006, S. 213). Einige dieser Maßnahmen sind ohne weitere Investitionskosten umsetzbar, z. B. das Ausschalten nicht benötigter Beleuchtung. Andere erfordern Investitionen, die sich zuerst amortisieren müssen, bevor die Kosteneinsparungen eintreten. Beispiele dafür sind der Einsatz effizienterer Leuchtmittel oder eine energetische Sanierung (vgl. Perincioli 2010, S. 25 f.). Maßnahmen mit Kosteneinsparungen entsprechen dem Unternehmenskonzept der Gewinnmaximierung. Sie stellen für die Unternehmen eine Win-win-Situation dar, da das Engagement für die Nachhaltigkeit mit einer Verbesserung der ökonomischen Leistung einhergeht (vgl. Ayuso 2006, S. 213).

- **Druck/Nachfrage durch Kundinnen und Kunden sowie Reiseveranstalter**

Kunden und Kundinnen sowie Reiseveranstalter (z. B. TUI, Hotelplan, Kuoni) stehen in ihrer Rolle aus den übrigen Stakeholdern hinaus, da sie sich in direkter ökonomischer Beziehung mit dem Übernachtungsbetrieb befinden. Diese beiden Gruppen können großen Druck ausüben, um Verbesserungen in den Unternehmen zu erzielen. Immer mehr Gäste wünschen sich gewisse Mindeststandards in Bezug auf Nachhaltigkeit (vgl. Ayuso 2006, S. 215; Molina-Azorín et al. 2009, S. 517), was dazu führt, dass sich auch Reiseveranstalter für nachhaltige touristische Betriebe interessieren und entsprechende Maßnahmen einfordern (vgl. Ayuso 2006, S. 215f.).

- **Persönliche Werte und Einstellung**

Werte sind zentraler Bestandteil der persönlichen und sozialen Identität und haben einen wesentlichen Einfluss auf das Verhalten einer Person (vgl. Graf 2011, S. 10; Rokeach 1968, S. 160). Werte können definiert werden als abstrakte, nicht

an spezifische Objekte oder Situationen gebundene Ideale, die über unterschiedliche Kontexte und Situationen hinweg zeitlich relativ stabil sind (vgl. England 1967, S. 54; Rokeach 1968, S. 124). Sie dienen als normative Richtlinien und stellen die Basis für Entscheidungsfindungen dar. Werden Werte auf konkrete Objekte oder Situationen angewendet, spricht man von Einstellung. Das konkrete Verhalten einer Person ist eine Manifestation der persönlichen Werte und der daraus resultierenden Einstellungen (vgl. Connor & Becker 1994, S. 68).

Führungskräfte und Besitzer/-innen haben einen großen Einfluss auf den Stellenwert von Nachhaltigkeit im Unternehmen (vgl. Ayuso 2006, S. 217). Deshalb kommt den persönlichen Werten und Einstellungen dieser Personen eine Schlüsselrolle in der Entscheidungsfindung zu (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008a, S. 127; Hobson & Essex 2001, S. 136; Font, Garay & Jones 2014, S. 2 f.). Ein Anreiz zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit stellt demnach auch die persönliche Überzeugung dar, damit das Richtige zu tun (vgl. Bramwell & Alletorp 2001, S. 92). Das trifft besonders auf kleine und mittlere Unternehmen zu – dazu gehören viele der Betriebe in der Schweizer Beherbergungsbranche (vgl. Codoni & Koch 2010, S. 60) –, in denen ein hoher Identifikationsgrad zwischen Eigentümer/-in und Unternehmen besteht (vgl. Bramwell & Alletorp 2001, S. 92).

- **Imageaufwertung und Marketingvorteil**

Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit haben nicht nur direkte Effekte durch Kosteneinsparungen, sondern können auch indirekte Auswirkungen haben. Dazu gehören die Aufwertung des Images und der Aufbau eines Rufs als nachhaltiges Unternehmen (vgl. Bramwell & Alletorp 2001, S. 92). Dies kann zu Marketingzwecken verwendet werden und zu einem Wettbewerbsvorteil führen (vgl. Hart 1995, S. 986).

- **Professionelle Beratung**

Da in den Beherbergungsbetrieben nicht überall ausreichendes Wissen über die Zusammenhänge zwischen Tourismusbetrieben und Nachhaltigkeit sowie über Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit vorhanden ist, kann eine professionelle Beratung ein Anreiz für Unternehmen sein, selbst aktiv zu werden. Beratungen und Informationen werden häufig im Rahmen von Förderprogrammen der öffentlichen Hand oder von engagierten Vereinen und ähnlichen Organisationen angeboten (vgl. z. B. Vernon et al. 2003, S. 60; Bramwell & Alletorp 2001, S. 93).

- **Maßnahmen der Konkurrenz**

Die heutige Marktwirtschaft ist wesentlich durch den Wettbewerb gekennzeichnet. Um im Wettbewerb zu bestehen, müssen Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz erzielt werden. Diese können z. B. durch Preisvorteile oder eine besondere Qualität oder Dienstleistung erreicht werden. Ergreifen Konkurrenten Maßnahmen, die zu Wettbewerbsvorteilen führen, ziehen andere Unternehmen oft nach, um den Vorsprung abzubauen und sich selbst besser positionieren zu können (vgl. Porter 2013). Daher können Maßnahmen der Konkurrenz einen Anreiz zu einem vermehrten Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit darstellen.

Eine nähere Betrachtung der Anreize zeigt, dass neben den persönlichen Werten und der Anerkennung des Engagements alle Anreize externer Natur sind. Die externen Anreize lassen sich zudem im Wesentlichen zwei Kategorien zuordnen (s. Tabelle 11). Eine Kategorie betrifft Anreize aus der ökonomischen Sphäre. Hier finden sich Anreize wie Kundennachfrage und Maßnahmen der Konkurrenz, die auf das Verhalten des Unternehmens einwirken. Aber auch Anreize wie Kosteneinsparungen und die Neukundengewinnung durch Marketing, die vom Hotel aus auf den Markt wirken, finden sich in der ökonomischen Sphäre. Eine zweite Kategorie betrifft Politik und Gesellschaft. Hier können die Anreize Einfluss von Stakeholdern, bestehende und potenzielle Umweltschutzgesetzgebung und die Beratung eingeordnet werden. Politik und Gesellschaft werden in einer Kategorie zusammengefasst, da die Übergänge zwischen diesen beiden Bereichen in Bezug auf die identifizierten Anreize fließend sind. So können z. B. unternehmensexterne Stakeholder sowohl auf gesellschaftlicher als auch auf politischer Ebene agieren und auch die Gesetzgebung findet ihren Ursprung in der Regel in der Gesellschaft, um dann in die Politik getragen zu werden.

Tabelle 11: Kategorisierung der Anreize

Persönlichkeit	Ökonomie	Politik und Gesellschaft
<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Werte und Einstellungen • Anerkennung des Engagements 	<ul style="list-style-type: none"> • Druck/Nachfrage durch Kundinnen und Kunden sowie Reiseveranstalter • Maßnahmen der Konkurrenz • Kosteneinsparungen • Imageaufwertung und Marketingvorteil 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfluss von externen Stakeholdern • Bestehende Umweltgesetzgebung • Vermeidung zukünftiger Umweltgesetzgebung • Professionelle Beratung

5.2 Hemmnisse

Neben den Anreizen zur Verbesserung der Umweltleistung gibt es auch Hemmnisse, die ein nachhaltiges Verhalten verhindern können. Hemmnisse sind Störfaktoren, welche dazu führen, dass Ziele und Maßnahmen nicht oder nur teilweise erfolgreich umgesetzt werden können (vgl. Witte 1999, S. 13). Die Untersuchung der Hemmnisse ermöglicht es, eine realistische Sichtweise der Handlungsspielräume der Beherbergungsbranche zu erlangen (vgl. Möller 2001, S. 6). Daher sind die Hemmnisse nachhaltigen Verhaltens in der Literatur ebenfalls untersucht worden. Die in den Studien durch Interviews und Fragebogen erhobenen Hemmnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen (eine ausführliche Tabelle findet sich in Anhang 3):

- **Kosten**

Die anfänglichen Kosten von Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit können als Hemmnis wahrgenommen werden. Dies betrifft insbesondere größere Investitionen wie z. B. der Austausch der Heizung oder eine energetische Sanierung. Das dafür benötigte Kapital ist vor allem in kleineren Betrieben teilweise nicht vorhanden oder wird für andere, als dringender eingeschätzte Investitionen benötigt. Des Weiteren schreckt bei größeren Ausgaben die lange Amortisationszeit ab oder die Rentabilität wird als zu gering oder gar negativ eingeschätzt. Außerdem werden durch die Umstellung auf einen nachhaltigeren Betrieb Kostenfolgen ohne Ausgleich vermutet (vgl. Vernon et al. 2003, S. 62 f.; Amstutz & Schegg 2004, S. 4; Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 169 und 172).

- **Fehlende Zeit**

Ein Mangel an Zeit, um sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen und Maßnahmen zu planen und umzusetzen, ist ein Hemmnis, das in vielen Studien als einer der Hauptgründe identifiziert wurde. Besonders relevant scheint dies für Inhaber/-innen kleiner Betriebe zu sein, die so sehr mit ihren täglichen Arbeiten beschäftigt sind, dass ihnen kaum Zeit bleibt, sich mit dem Thema zu befassen. Der Aspekt der Nachhaltigkeit wird außerdem als kompliziert, chaotisch und zeitaufwendig eingeschätzt (vgl. Vernon et al. 2003, S. 61; Font, Garay & Jones 2014, S. 6; Hobson & Essex 2001, S. 142).

- **Keine oder unzureichende Kundennachfrage**

Obwohl sich Touristinnen und Touristen gemäß Umfragen stark für nachhaltigen Tourismus interessieren (vgl. z. B. Millar & Baloglu 2011, S. 302, oder Lund-

Durlacher 2012, S. 564 f.), wird dies in der Nachfrage oft ungenügend abgebildet. Dementsprechend kann die zu geringe Kundennachfrage ein Hemmnis zur Einführung von Maßnahmen darstellen: Die Betriebe möchten keine Maßnahmen mit Kostenfolgen einführen, die nicht durch eine entsprechende Nachfrage verlangt werden (vgl. Vernon et al. 2003, S. 63; Font, Garay & Jones 2014, S. 6).

- **Unzureichende Verfügbarkeit und/oder Qualität von Alternativen**

Maßnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit basieren unter anderem auf der Verfügbarkeit von Alternativen, z. B. bestimmte Produkte (Lebensmittel, Reinigungsmittel etc.) oder Lieferfirmen (lokal, Angebotsführung). Sind Alternativen nicht verfügbar oder ist deren Beschaffung mit einem hohen Aufwand verbunden, stellt das ein Hemmnis dar (vgl. Vernon et al. 2003, S. 61). Dies betrifft in einem besonderen Maß Betriebe, die sich in entlegenen Gebieten befinden (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 173). Des Weiteren kann auch Unzufriedenheit mit der Qualität und Effizienz solch alternativer Produkte oder Dienstleistungen die Umsetzung von Maßnahmen behindern (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 173).

- **Negative Konnotation**

Das Engagement für ein nachhaltigeres Verhalten betrifft nicht nur die Eigentümer/-innen und Angestellten eines Betriebes, sondern auch die Gäste. Sie müssen die angebotenen Produkte (z. B. Lebensmittel, Hygieneprodukte) verwenden und können von den Beherbergungsbetrieben auch aktiv involviert werden (z. B. Aufforderung, Handtücher mehrfach zu verwenden, Mülltrennung etc.). Eine negative Konnotation solcher Maßnahmen kann eine Umsetzung verhindern. Einige Beherbergungsbetriebe fürchten, dass ein grünes Image Gäste vergraulen könnte. Grund dafür ist die Vorstellung, dass Einschränkungen in der Qualität gemacht werden müssten und die Gäste ihren Aufenthalt dadurch nicht genießen könnten. Die Gäste sollen sich aber während ihres Urlaubs nicht mit Sorgen um die Umwelt und ähnlich negativ aufgeladenen Themen beschäftigen, sondern sich einfach nur erholen (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 169 f. und 172; Vernon et al. 2003, S. 63). Die Rechte der Gäste sollen zudem nicht durch aufgedrängte Verhaltensnormen eingeschränkt werden (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 172).

- **Mangelndes Bewusstsein**

Im Tourismusbereich sind die Auswirkungen auf die Umwelt im Gegensatz zu anderen Branchen nicht direkt sichtbar. Das führt zu der Auffassung, dass Beherbergungsbetriebe nicht unmittelbar für Umweltschäden verantwortlich sind und

daher auch keine Maßnahmen zu ergreifen brauchen (vgl. Vernon et al. 2003, S. 63; Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 169). Diese Vorstellung scheint in kleinen Unternehmen besonders ausgeprägt zu sein. Die Eigentümerinnen und Eigentümer sind teilweise der Meinung, dass die Umweltwirkung ihrer Unternehmen vernachlässigbar sei und ihre Maßnahmen keine Wirkung erzielen würden (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 169). Die Verantwortung wird oft an andere Parteien übertragen, z. B. an große Unternehmen, Behörden, Energieversorger oder Umweltschutzorganisationen (vgl. Vernon et al. 2003, S. 63; Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 172).

- **Mangel an Informationen und Unterstützung**

Um Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit durchzuführen, müssen die betreffenden Personen die Zusammenhänge und Ansatzpunkte in ihrem Betrieb kennen. Es werden Informationen über mögliche Maßnahmen und deren Umsetzung benötigt (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 169; Font, Garay & Jones 2014, S. 6; Hobson & Essex 2001, S. 143). Ein Mangel an Unterstützung, z. B. durch Behörden, Branchenverbände oder NGOs, und komplizierte Prozeduren bei den Behörden können ein Engagement verhindern (vgl. Vernon et al. 2003, S. 64).

- **Unzureichende Infrastruktur**

Gewisse Maßnahmen benötigen eine entsprechende Infrastruktur wie z. B. Recycling-Stätten, Biogas-Anlagen oder öffentliche Transportmittel. Steht diese nicht oder nicht in ausreichendem Maß zur Verfügung, ist dies ein Hinderungsgrund für ein Engagement. Wie auch die Verfügbarkeit von Alternativen (siehe oben) kann dieses Problem in einem höheren Maß in abgelegenen Regionen auftreten (vgl. Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b, S. 173; Vernon et al. 2003, S. 64).

- **Fehlende Unterstützung durch die Mitarbeitenden**

Viele Maßnahmen sind abhängig von der Kooperation der Mitarbeitenden. Sie sind z. B. dafür verantwortlich, den Abfall für das Recycling zu trennen, umweltschonende Reinigungsmittel und Gartenprodukte zu verwenden oder sparsam mit den Ressourcen wie Elektrizität oder auch Lebensmitteln umzugehen. Sind die Mitarbeitenden dazu nicht bereit, ist dies in ihren Augen ein zu großer Aufwand oder haben sie einen mangelnden Wissenstand, dann können die Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit scheitern (vgl. Hobson & Essex 2001, S. 142).

Auch die Hemmnisse können wie schon die Anreize in drei unterschiedliche Kategorien eingeteilt werden (s. Tabelle 12). In der Persönlichkeit begründete, interne Hemmnisse sind das mangelnde Bewusstsein in Bezug auf die Unternehmensverantwortung sowie die wahrgenommene negative Konnotation eines grünen Images. Als Hemmnisse der ökonomischen Sphäre können zu hohe Kosten, fehlende Zeit, eine unzureichende Kundennachfrage sowie die mangelnde Verfügbarkeit und Qualität von Alternativen genannt werden. Zur Kategorie der Politik und Gesellschaft zählen schlussendlich der Mangel an Information und Unterstützung sowie eine unzureichende Infrastruktur. Aber auch die fehlende Unterstützung durch die Mitarbeitenden gehört in diese Kategorie, da deren Einstellung von ihrer Sozialisation und ihrer Position in der Gesellschaft abhängig und damit von ihr beeinflusst ist.

Tabelle 12: Kategorisierung der Hemmnisse

Persönlichkeit	Ökonomie	Politik und Gesellschaft
<ul style="list-style-type: none"> • Negative Konnotation • Mangelndes Bewusstsein 	<ul style="list-style-type: none"> • Kosten • Fehlende Zeit • Keine oder unzureichende Kundennachfrage • Unzureichende Verfügbarkeit und/oder Qualität von Alternativen 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Information und Unterstützung • Unzureichende Infrastruktur • Fehlende Unterstützung durch die Mitarbeitenden

6 Untersuchungsdesign

Das folgende Kapitel dient der Beschreibung des verwendeten Untersuchungsdesigns. Zunächst wird erläutert, wie die Untersuchung aufgebaut ist. Danach werden die Untersuchungsobjekte, die Beherbergungsbetriebe, definiert. Für die Umfrage wird ein Fragebogen eingesetzt, dessen Konstruktion ebenfalls erläutert wird. Außerdem wird auf die Durchführung der Befragung, die Datenaufbereitung und -auswertung eingegangen.

6.1 Untersuchungsmodell

Wie in der Einleitung beschrieben (s. Kap. 1.3), möchte diese Arbeit zunächst eine Bestandsaufnahme der ökologischen Nachhaltigkeit in Beherbergungsbetrieben in regionalen Naturparks vornehmen. Im ersten Schritt wird daher der Hauptfokus der Untersuchung auf das Problembewusstsein und das Vorhandensein resp. die Umsetzung von Maßnahmen in den Bereichen Energienutzung, Wasserverbrauch, Abfall/Recycling, Einkauf, Sensibilisierung und Umweltmanagement gelegt. Außerdem wird die Relevanz der identifizierten Anreize und Hemmnisse untersucht (s. Abb. 4, grau eingefärbte Bereiche).

Ein weiteres Anliegen der vorliegenden Arbeit sind mögliche Zusammenhänge im Untersuchungsbereich. So stellt sich beispielsweise die Frage, ob sich die Bestehensdauer eines Naturparks positiv auf die Nachhaltigkeitsleistung der Beherbergungsbetriebe auswirkt. Daher wird beleuchtet, inwiefern sich das Problembewusstsein, die identifizierten Anreize und Hemmnisse sowie Betriebseigenschaften auf das Engagement im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit auswirken könnten (s. Abb. 4, blauer Pfeil). Damit ist es auch möglich, Wechselwirkungen zwischen den unterschiedlichen Nachhaltigkeitsbereichen im Rahmen der Regionalentwicklung herauszuarbeiten.

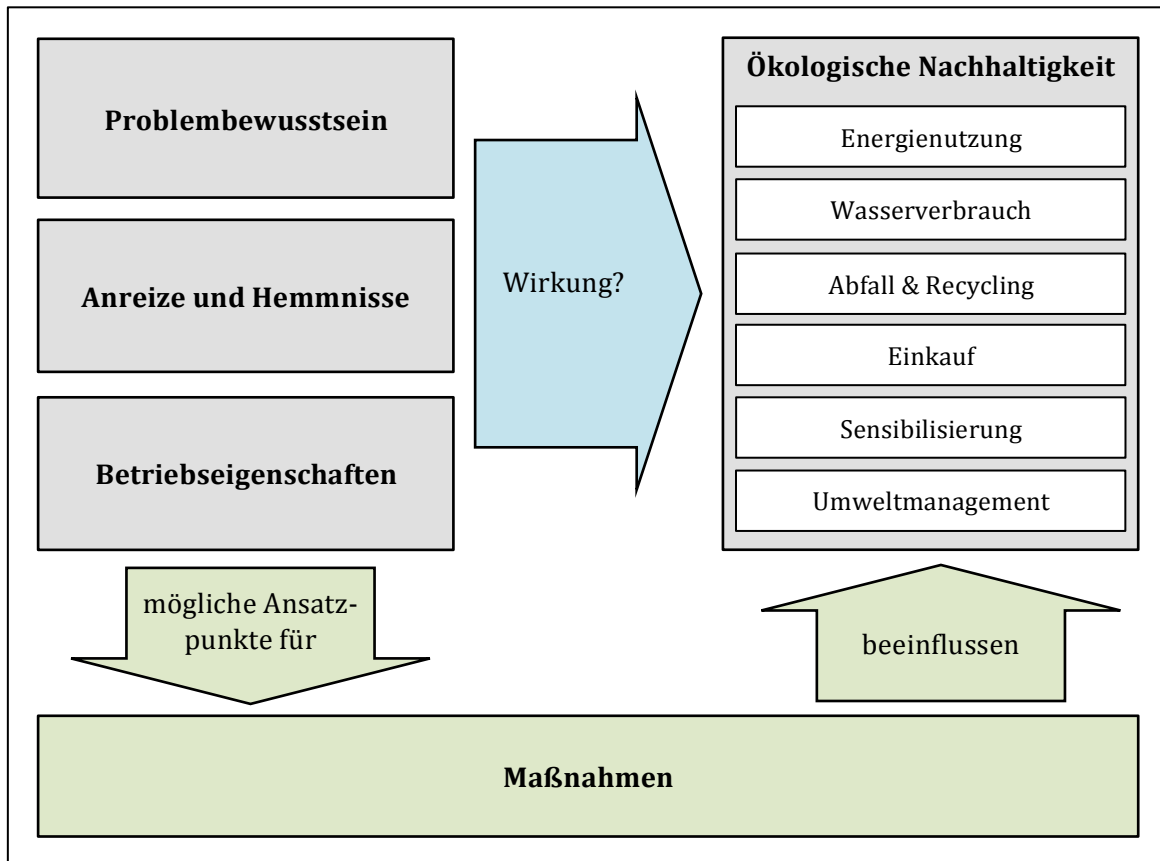


Abbildung 4: Untersuchungsmodell

Die Ergebnisse dieser Schritte dienen schlussendlich dazu, Maßnahmen abzuleiten, welche ergriffen werden können, um die Nachhaltigkeitsleistung der Beherbergungsbetriebe zu verbessern. Das Problembewusstsein, die Anreize und Hemmnisse sowie die Betriebseigenschaften sollen Hinweise auf mögliche Ansatzpunkte für Maßnahmen liefern, die einzelne Bereiche oder die ökologische Nachhaltigkeit als Ganzes positiv beeinflussen könnten (s. Abb. 4, grün eingefärbte Bereiche).

6.2 Eingrenzung der Untersuchungsobjekte

Um die Untersuchung durchführen zu können, müssen zuerst die zu untersuchenden Objekte, also die Beherbergungsbetriebe der Naturparks in der Deutschschweiz, definiert und identifiziert werden. Ein Beherbergungsbetrieb ist ein Unternehmen, das als Hauptleistung Personen eine Übernachtungsmöglichkeit gegen Bezahlung zur Verfügung stellt (vgl. Jamin, Schaetzing & Spitschka 1982, S. 16). Die Verpflegung ist neben der Beherbergung die zweite Kernleistung der Beherbergungsbetriebe (vgl. Dreyer & Dehner 2003, S. 11). Beherbergungsbetriebe lassen sich in die beiden Kategorien Hotellerie und Parahotellerie einordnen. Zur Hotellerie zählen gemäß der Schweizer Tourismusstatistik Hotels, Pensionen, Motels, Gasthäuser sowie Kurbetriebe. Die Parahotel-

lerie umfasst Ferienhäuser und -wohnungen, Campingplätze, Gruppenunterkünfte, Jugendherbergen, agrotouristische Angebote sowie Bed-&-Breakfast-Betriebe (vgl. STV 2013, S. 17). Hotellerie und Parahotellerie lassen sich vor allem aufgrund des Grades der Leistung unterscheiden. So wird in der klassischen Hotellerie in der Regel eine Verpflegung angeboten, bei einigen Betriebsarten der Parahotellerie fehlt diese jedoch. In der Hotellerie werden zusätzlich zur reinen Übernachtung hotelübliche Dienstleistungen angeboten, die mindestens eine Reinigung und das Aufräumen des Zimmers einschließen. Dagegen erbringt die Parahotellerie diese Dienstleistungen nicht in vollem Umfang (vgl. Kaspar 1991, S. 80 f.).

In der vorliegenden Untersuchung sollen sowohl Betriebe aus der Hotellerie als auch der Parahotellerie berücksichtigt werden. Die zu betrachtenden Betriebsarten werden jedoch zum Zweck der Vergleichbarkeit anhand der folgenden Kriterien eingeschränkt:

- Der Betrieb muss als Unternehmen identifizierbar sein.
- Der Betrieb muss Zimmer für die Beherbergung zur Verfügung stellen.
- Der Betrieb muss zumindest ein Frühstück anbieten, falls dies von den Gästen gewünscht wird.

Ausgehend von diesen Kriterien werden Campingplätze sowie Ferienhäuser und -wohnungen in dieser Untersuchung nicht berücksichtigt. Agrotouristische Betriebe werden nur miteinbezogen, wenn sie ein Zimmer anbieten. Angebote wie „Schlafen im Stroh“ finden demzufolge keine Beachtung. Gruppenunterkünfte werden nur angefragt, sofern sie eine Verpflegungsleistung anbieten.

In geografischer Hinsicht umfasst das Untersuchungsgebiet alle regionalen Naturparks in der Deutschschweiz. Die vier Naturparks in der französischsprachigen Schweiz können aufgrund zeitlicher Restriktionen (Übersetzungsaufwand) nicht berücksichtigt werden.

In der folgenden Tabelle ist die Anzahl der Betriebe in der Hotellerie und der Parahotellerie für die einzelnen Naturparks aufgeführt. Es wurden nur Betriebe mit E-Mail-Adresse berücksichtigt (s. folgendes Kapitel). Die Daten wurden mittels Recherchen auf den jeweiligen Websites der Naturparks und Tourismusregionen erhoben, welche bei Bedarf mit Anfragen an die zuständigen Stellen ergänzt wurden.

Tabelle 13: Anzahl Betriebe mit E-Mail-Adressen in den Naturparks

	Hotellerie	Parahotellerie	Total
Naturpark Beverin	19	14	33
Landschaftspark Binntal	11	4	15
Naturpark Diemtigtal	11	7	18
Parc Ela	38	8	46
UNESCO Biosphäre Entlebuch	26	20	46
Naturpark Gantrisch	21	39	60
Jurapark Aargau	21	18	39
Naturpark Pfyn-Finges	41	13	54
Naturpark Thal	14	8	22
UNESCO Biosfera Val Müstair	19	7	26
Total	221	138	359

6.3 Methodenwahl

Die für die Untersuchung nötigen Daten sind noch nicht vorhanden und müssen daher zuerst erhoben werden. Um den Untersuchungsbereich möglichst umfassend abzubilden und zu beschreiben, ist eine Befragung am zweckmäßigsten. Eine Befragung kann entweder mündlich, z. B. in einem Interview, oder schriftlich durchgeführt werden (vgl. Atteslander 2010, S. 133). Aufgrund des großen Untersuchungsgebietes und der relativ hohen Anzahl von Untersuchungsobjekten ist eine schriftliche Befragung in Form eines Fragebogens sinnvoll. Der Fragebogen kann entweder in ausgedruckter Form an die zu Befragenden verteilt oder versandt, per E-Mail-Anhang verschickt oder in webbasierter Form ausgefüllt werden (vgl. Atteslander 2010, S. 166). Webbasierte Fragebogen haben den Vorteil, dass keine Kosten für Druck und Versand anfallen und dass die Daten direkt in elektronischer Form für die Auswertung vorliegen. Zudem ist die Reaktionszeit kürzer als bei postalisch durchgeführten Befragungen (vgl. Rüdiger et al. 2011, S. 116). Aus diesen Gründen wird für diese Untersuchung eine webbasierte Befragung durchgeführt. Zu beachten ist dabei, dass bei einer webbasierten Befragung allenfalls vermehrt computerversierte Personen den Fragebogen ausfüllen und es zu einer gewissen Verzerrung kommen kann (vgl. Rüdiger et al. 2011, S. 119 und 121). Aufgrund der mittlerweile sehr nutzerfreundlichen Software und der Notwendigkeit für Beherbergungsbetriebe, auch über das Web mit ihren Gästen zu kommunizieren, wird dieses Problem allerdings als vernachlässigbar eingestuft. Ungewiss ist jedoch, ob die Rücklaufquote bei Online-Befragungen eventuell geringer ausfallen könnte als bei postalischen Befragungen, da die zu Befragenden einem per Post versandten Fragebogen mehr Gewicht zumessen könnten. In der Fachliteratur wird diese Frage nicht abschlie-

ßend geklärt, da die Rücklaufquote auch von diversen weiteren Faktoren abhängig ist, wie z. B. dem Anschreiben, der Länge oder der Komplexität des Fragebogens (vgl. Porst 2001). Aufgrund der beträchtlichen Vorteile von Online-Fragebogen wird dieses Instrument trotz der eventuellen Problematik verwendet.

6.4 Fragebogenerstellung

Grundlage für die Erstellung des Fragebogens ist eine Operationalisierung der zu untersuchenden Bereiche. Dadurch werden die interessierenden Sachverhalte messbar gemacht, um im Endeffekt die Forschungsfragen beantworten zu können (vgl. Schnell, Hill & Esser 2011, S. 121 f.). Ausgangspunkt für die Operationalisierung sind die Forschungsfragen, welche in Kapitel 1.3 formuliert und präzisiert wurden. Ausgehend vom Untersuchungsmodell wird der Fragebogen in fünf Blöcke unterteilt, die im Folgenden vorgestellt werden. Danach wird auf den Pretest des Fragebogens eingegangen. Der vollständige Fragebogen befindet sich in Anhang 6.

6.4.1 Block A: Problembewusstsein

Ausgangspunkt für den ersten Block des Fragebogens ist folgender Teilaspekt (s. Kap. 1.3):

In welchem Maß ist ein Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit in den betreffenden Beherbergungsbetrieben vorhanden?

Ziel ist es zu untersuchen, wie die Beherbergungsbetriebe die Bedeutsamkeit einer intakten Umwelt für den Tourismus einschätzen und ob sie sich der Auswirkungen ihres Betriebes auf die Umwelt bewusst sind. Die Operationalisierung dieses Teilaspekts erfolgt in Anlehnung an den Begriff des Umweltbewusstseins. In einer weit verbreiteten Begriffsbestimmung des Sachverständigenrates für Umweltfragen wurde Umweltbewusstsein definiert als „Einsicht in die Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlage des Menschen durch diesen selbst, verbunden mit der Bereitschaft zur Abhilfe“ (Rat von Sachverständigen für Umweltfragen 1978, S. 445). Diese Definition enthält sowohl eine kognitive als auch eine konative Komponente. Die kognitive Komponente umfasst die „Einsicht in die Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlage“ und bezieht sich darauf, ob das Umweltproblem überhaupt als Problem angesehen und erkannt wird. Die „Bereitschaft zur Abhilfe“ stellt die konative Komponente dar, die sich auf die persönliche Handlungsbereitschaft im Alltag bezieht (vgl. Diekmann & Preisendörfer 1998, S. 445 f.). In vielen Ansätzen zur Operationalisierung und Messung des Umweltbewusstseins sind

diese beiden Komponenten wiederzufinden, wobei sie allerdings häufig durch eine oder mehrere Komponenten ergänzt wurden (vgl. Müller et al. 2007, S. 62). Eine im vorliegenden Kontext wesentliche Komponente ist die persönliche Betroffenheit. Betroffenheit wird hier nicht im Sinne der emotionalen Betroffenheit verstanden, sondern als objektive Tatsache, dass sich eine Situation oder ein Zustand direkt auf eine Person auswirkt. Je stärker die persönliche Betroffenheit ist, desto bedeutender und verhaltenswirksamer wird in der Regel das Umweltbewusstsein (vgl. Hoffmann 2008, S. 59 f.). Erkennt eine Person, dass sie selbst direkt von Umweltproblemen betroffen ist, müsste sie demnach eher bereit sein, ihr Verhalten zu ändern und Maßnahmen zu ergreifen.

Für den Fragebogen wird pro Komponente (persönliche Betroffenheit, kognitiv, konativ, s. Tabelle 14) je eine Aussage abgeleitet, die sich spezifisch auf den Kontext dieser Untersuchung bezieht. Die zu Befragenden sollen diese Aussagen anhand einer endpunktbenannten Skala mit sechs Abstufungen von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme voll und ganz zu“ bewerten. Diese Logik folgt den gebräuchlichen Methoden zur Messung des Umweltbewusstseins (vgl. Müller et al. 2007, S. 55 ff.). Anhand der ersten Aussage soll festgestellt werden, ob die zu Befragenden die Bedeutsamkeit einer intakten natürlichen Umwelt für ihren Betrieb erkennen. Im nächsten Schritt soll erfasst werden, ob wahrgenommen wird, welche Auswirkungen der Betrieb auf die Umwelt hat. Schlussendlich wird eruiert, wie die zu Befragenden die Handlungsmöglichkeiten zum Umweltschutz in ihrem Betrieb bewerten.

Tabelle 14: Herleitung der Fragebogenelemente zum Problembewusstsein

Komponente	Nr.	Fragebogenelemente
Persönliche Betroffenheit	A1	Eine intakte natürliche Umwelt ist für meinen Betrieb wichtig.
Kognitive Komponente	A2	Mein Betrieb beeinträchtigt die natürliche Umwelt.
Konative Komponente	A3	Mein Betrieb kann etwas zum Schutz der natürlichen Umwelt beitragen.

6.4.2 Block B: Handlungsbereiche der Betriebe

Dieser Block versucht, folgende Teilfrage zu beantworten (s. Kap. 1.3):

Welche Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit sind bisher umgesetzt worden?

Basis für die Operationalisierung dieses Blocks sind die Ausführungen in Kapitel 4. Dort wurde erläutert, welche Bereiche die ökologische Nachhaltigkeit in Beherbergungsbetrieben umfasst. Die identifizierten Bereiche stellen das Grundgerüst für die Fragen dieses Blocks dar. Ausgehend von der tabellarischen Zusammenfassung der einzelnen Bereiche werden Fragen abgeleitet, die den interessierenden Sachverhalt abbilden sollen.

Da der Begriff der ökologischen Nachhaltigkeit im allgemeinen Sprachgebrauch nicht sehr geläufig ist, wird er in diesem und den nachfolgenden Fragebogenblöcken durch den verwandten Begriff des Umweltschutzes ersetzt. Es wird angenommen, dass der Informationsgehalt durch die Verwendung dieses Begriffs nicht leidet, dafür die Fragen aber an Klarheit gewinnen. Außerdem werden gewisse Fragen durch Beispiele ergänzt, um Unklarheiten zu beseitigen und eventuelle Verständnisprobleme mit bestimmten Begriffen auszuschließen.

Die Antwortoptionen sind im ganzen Block möglichst einheitlich gehalten. Damit wird sowohl die Vergleichbarkeit für die Auswertung sichergestellt als auch eine gewisse Aufwandminimierung für die Befragten erreicht. In den Bereichen Energienutzung, Wasserverbrauch, Abfall und Recycling sowie Einkauf folgen die Antworten bis auf wenige Ausnahmen der Logik einer endpunktbenannten, geraden Skala, die sechs Abstufungen von „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“ enthält.

trifft nicht zu						trifft zu
1	2	3	4	5	6	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Eine gerade Skala wird verwendet, um die Mitte-Tendenz zu vermeiden. Untersuchungen haben gezeigt, dass die Verwendung von ungeraden Skalen einen ungünstigen Einfluss auf den Informationsgehalt des Fragebogens haben kann, da die Befragten bei Unsicherheit oft die Mitte wählen (vgl. Raab-Steiner & Benesch 2010, S. 55). Sechs Abstufungen wurden gewählt, um den zu Befragenden eine ausreichende Differenzierung zu ermöglichen, ohne sie durch zu viele Abstufungen zu überfordern oder abzuschrecken (vgl. Raab-Steiner & Benesch 2010, S. 55). In den beiden Bereichen Umweltmanagement und Sensibilisierung sowie in ausgewählten Einzelfragen der anderen Blöcke stehen die Optionen „trifft zu“ und „trifft nicht zu“ zur Auswahl, da hier eine weitere Abstufung wenig zweckmäßig ist.

Anhand des Bereichs Energienutzung wird im Folgenden dargestellt, aus welchen Teilbereichen und Unterpunkten die Fragen abgeleitet wurden und welche Antwortoptionen zur Auswahl stehen (s. Tabelle 15). Die Herleitung der anderen Bereiche (Wasserverbrauch, Abfall und Recycling, Einkauf, Sensibilisierung und Umweltbildung) findet sich im Anhang 4.

Tabelle 15: Herleitung der Fragebogenelemente für den Bereich Energienutzung

Energienutzung				
Teilbereiche	Unterpunkte	Nr.	Fragebogenelemente	Antwortoptionen
Senkung Energiebedarf	• Beleuchtung und Geräte bei Nichtgebrauch ausschalten	B11	Die Beleuchtung wird jeweils ausgeschaltet, wenn sie nicht benötigt wird (z. B. manuell, mit Zeitschaltuhren oder Sensoren).	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B12	Geräte (z. B. Fernseher, Klimaanlage) werden jeweils komplett ausgeschaltet (kein Stand-by), wenn sie nicht in Gebrauch sind.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
	• Energieeffiziente Beleuchtung und Geräte einsetzen	B13	Es werden sparsame Leuchtmittel wie z. B. Energiespar- oder LED-Lampen verwendet.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B14	Es sind energieeffiziente Geräte wie z. B. Kühlschrank, Kaffeemaschine, Minibar im Einsatz.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
	• Energetische Sanierung	B17	In den letzten zehn Jahren wurde eine energetische Sanierung (z. B. Wärmedämmung, Fensterersatz, Ersatz der Heizung) des Gebäudes vorgenommen oder das Gebäude wurde erst in den letzten zehn Jahren erbaut.	trifft zu / trifft nicht zu
		B18	Eine energetische Sanierung ist in Planung.	trifft zu / trifft nicht zu
Umstellung auf regenerative Energie	• Bezug bei Anbieter • Eigene Produktion	B15	Strom wird aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft, Solarenergie, Windenergie, Biogas, Geothermie) bezogen oder selber produziert.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B16	Es wird mit erneuerbaren Energien geheizt (Holz, Wärmepumpe, Solarenergie, Biogas).	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“

Die Unterpunkte „Beleuchtung und Geräte bei Nichtgebrauch ausschalten“ sowie „Energieeffiziente Beleuchtung und Geräte einsetzen“ werden jeweils durch zwei separate Fragen abgebildet, um Eindimensionalität zu gewährleisten.

Beim Unterpunkt „Energetische Sanierung“ soll der energetische Zustand der Gebäude bewertet werden. Dazu wird abgefragt, ob in den letzten zehn Jahren eine energetische

Sanierung vorgenommen worden ist. Es muss jedoch auch berücksichtigt werden, dass das Gebäude gegebenenfalls erst vor Kurzem erbaut worden ist. Handelt es sich bei dem Gebäude um einen Neubau, ist aufgrund der neueren Schweizer Gesetzgebung davon auszugehen, dass es einem relativ hohen energetischen Standard entspricht. Für den Zweck der Umfrage wird daher näherungsweise angenommen, dass der energetische Standard eines Neubaus aus den letzten zehn Jahren ungefähr dem einer energetischen Sanierung eines Altbaus entspricht. Zudem wird nicht nur die aktuelle Situation abgefragt, sondern es werden auch zukünftige Sanierungen miteinbezogen. Grund dafür ist, dass Sanierungen relativ viel Zeit und finanzielle Mittel erfordern, sodass für die Untersuchung auch ein Ausblick sinnvoll erscheint.

Im Teilbereich „Umstellung auf regenerative Energie“ werden die Fragen nicht gemäß den beiden Unterpunkten „Bezug bei Anbieter“ und „eigene Produktion“ formuliert, sondern auf die beiden für Beherbergungsbetriebe relevanten Energiebereiche Wärme und Elektrizität aufgeteilt. Nicht der Umstand, ob die erneuerbare Energie selbst produziert oder von einem Anbieter bezogen wird, ist zentral, sondern dass in einem Betrieb überhaupt erneuerbare Energie verwendet wird.

Zeitliche Veränderung

Das Engagement im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit kann sich über die Zeit verändern. So ist es beispielsweise möglich, dass Betriebe – animiert durch Medienberichte oder Projekte in der Umgebung – ein größeres Bewusstsein für den Themenbereich entwickeln und sich vermehrt engagieren. Es kann aber auch sein, dass das Engagement sogar abnimmt, weil z. B. der Kauf von Bioprodukten den Betrieb finanziell zu stark belastet. Um nicht nur den Status quo der unterschiedlichen Handlungsfelder abzubilden, sondern auch eine mögliche zeitliche Veränderung nachvollziehen zu können, enthält die Umfrage eine entsprechende Frage.

Tabelle 16: Fragebogenelement zur zeitlichen Veränderung

Nr.	Fragebogenelement	Antwortoptionen
B7	Vergleichen Sie die heutige Situation im Umweltschutz in Ihrem Betrieb mit dem Stand in früheren Jahren. Gab es eine Veränderung?	<ul style="list-style-type: none"> • Der Betrieb legt heute viel weniger Wert auf Umweltschutz als früher. • Der Betrieb legt heute weniger Wert auf Umweltschutz als früher. • Die Situation ist etwa gleich geblieben. • Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher. • Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher.

6.4.3 Block C: Anreize und Hemmnisse

Ausgangspunkt für diesen Block sind die folgenden beiden Teilfragen:

- Was sind Anreize für ein Engagement im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit von Beherbergungsbetrieben in Naturparks?
- Was sind Hemmnisse für ökologische Nachhaltigkeit in diesen Betrieben?

Ziel dieses Blocks ist es, die Gründe für oder gegen ein Engagement abzufragen. Es wurden dementsprechend zwei Fragebogenelemente formuliert: eines für die Anreize und eines für die Hemmnisse (s. Tabelle 17). Grundlage für die Operationalisierung der Fragebogenelemente sind die Gründe, die in Kapitel 5 identifiziert und beschrieben wurden. Zusätzlich wurde der Grund „Projekte und Initiativen des Naturparks“ eingefügt, der sich auf die spezifische Situation vor Ort bezieht und klären soll, inwiefern die Betriebe die Parkaktivitäten als Anreiz für ein Engagement betrachten. Die zu Befragenden sollen die Wichtigkeit aller aufgelisteten Gründe für ihren Betrieb auf einer 6er-Skala bewerten. Dies erlaubt eine Auswertung anhand von Mittelwerten.

Um Gründe abzufragen, die bisher unberücksichtigt geblieben sind, wird abschließend die Möglichkeit gegeben, diese bei Bedarf in einem Textfeld darzulegen.

Tabelle 17: Fragebogenelemente zu Anreizen und Hemmnissen

Nr.	Fragebogenelemente	Nr.	Zu bewertende Gründe	Antwortoptionen
C1	Es gibt unterschiedliche Gründe, die dafür sprechen, sich im betrieblichen Umweltschutz zu engagieren. Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Gründe für Ihren Betrieb einen Anreiz darstellen.	C1.1	Nachfrage von Kundinnen/Kunden oder Reiseveranstaltern	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		C1.2	Mögliche Kosteneinsparungen	
		C1.3	Umweltschutz kann im Marketing verwendet werden	
		C1.4	Umweltschutzmassnahmen der Konkurrenz	
		C1.5	Projekte und Initiativen des Naturparks	
		C1.6	Bestehende Umweltgesetzgebung (z. B. CO ₂ -Abgabe)	
		C1.7	Proaktiv Massnahmen ergreifen, um einer möglichen zukünftigen Umweltgesetzgebung entgegenzuwirken	
		C1.8	Einsatz für den Umweltschutz aus persönlicher Überzeugung	
		C1.9	Einfluss von Branchenvereinen oder Umweltverbänden	

		C1.10	Gesellschaftliche Anerkennung des Engagements	
		C1.11	Eine professionelle Beratung (z. B. durch Behörden oder Verbände) und Informationen zu den möglichen Massnahmen im betrieblichen Umweltschutz	
C2	Es gibt aber auch Gründe, die gegen ein (weitergehendes) Engagement im betrieblichen Umweltschutz sprechen können. Bitte bewerten Sie, inwiefern in Ihrem Betrieb die folgenden Argumente gegen Umweltschutz zutreffen.	C2.1	Die Kosten sind zu hoch.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		C2.2	Es fehlt die Zeit, um sich damit zu beschäftigen.	
		C2.3	Die Kundennachfrage ist unzureichend.	
		C2.4	Es gibt zu wenig umweltfreundliche Alternativen (z. B. Lebensmittel, Produkte, Lieferanten) oder sie sind von schlechter Qualität.	
		C2.5	Die negativen Umweltauswirkungen des Betriebes sind zu gering.	
		C2.6	Die Qualität des Betriebes würde leiden und Gäste würden abgeschreckt.	
		C2.7	Es gibt zu wenig Informationen und Unterstützung (z. B. durch Behörden oder Verbände).	
		C2.8	Die Infrastruktur ist unzureichend (z. B. Vorhandensein/Nähe von Entsorgungsstellen oder Werkhöfen, Anbieter von erneuerbaren Energien).	
		C2.9	Es mangelt an Unterstützung durch die Mitarbeitenden.	
C3	Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Gründe, die für oder gegen den betrieblichen Umweltschutz sprechen? Falls ja, beschreiben Sie diese Gründe kurz im unten stehenden Feld.			Freitext

6.4.4 Block D: Betriebseigenschaften

Dieser Block soll die Frage nach eventuellen Zusammenhängen beantworten (s. auch Kap. 6.1). Er basiert auf der folgenden Teilfrage:

Ist das Engagement für eine ökologisch nachhaltige Ausrichtung von bestimmten Eigenschaften des Betriebes, z. B. der Art, der Größe oder des Standorts, abhängig?

Ausgehend von den bisherigen Untersuchungen soll eruiert werden, ob Zusammenhänge zwischen der ökologischen Nachhaltigkeit und den Faktoren Betriebsgröße und Betriebsart bestehen (vgl. z. B. Álvarez-Gil, Burgos-Jiménez & Céspedes-Lorente 2001; Buckley & Araujo 1997; Hobson & Essex 2001; Park & Kim 2014; Rahman, Reynolds & Svaren 2012). Dementsprechend enthält die Umfrage eine Frage zur Anzahl der Betten im Betrieb sowie die Bitte, den Betrieb einer Kategorie (Hotel, B&B, Pension etc.) zuzuordnen. Da sich die vorliegende Untersuchung auf Beherbergungsbetriebe in Naturparks konzentriert und Aussagen über Unterschiede zwischen den Parks machen möchte, ist es auch von Interesse, in welchem Naturpark sich der Betrieb befindet. Zudem wird das Gründungsjahr des Betriebes abgefragt, um dieses in Relation zum Bestehen des Naturparks setzen zu können.

6.4.5 Block E: Soziodemografische Merkmale

Der Fragebogen wird mit einem Block über die soziodemografischen Merkmale der zu Befragenden abgeschlossen. Dieser dient im Wesentlichen dazu, bei Bedarf eventuelle Verzerrungen oder Auffälligkeiten in den Daten erklären zu können. Dazu werden das Alter, das Geschlecht und die höchste abgeschlossene Ausbildung abgefragt. Außerdem ist es interessant, ob die befragte Person gleichzeitig die Eigentümerin resp. der Eigentümer des Betriebes ist. Aus bisherigen Studien (vgl. z. B. Carlsen, Getz & Ali-Knight 2001; Dewhurst & Thomas 2003, S. 385; Vernon et al. 2003) geht hervor, dass diese Information eine erklärende Variable darstellen könnte.

6.4.6 Pretest

Einen Fragebogen zu entwickeln ist ein komplexes Unterfangen, bei dem der interessierende Sachverhalt angemessen operationalisiert und zugleich in die Alltagssprache der zu Befragenden übersetzt werden muss. Es ist daher notwendig, den Fragebogen vor der Haupterhebung zu evaluieren und seinen Einsatz zu testen. Dies geschieht im Rahmen eines Pretests (vgl. Porst 2014, S. 189 f.; Raab-Steiner & Benesch 2010, S. 58 f.). Damit sollen insbesondere folgende Aspekte untersucht werden (vgl. Porst 2014, S. 191; Raab-Steiner & Benesch 2010, S. 59):

- Sind die Fragen verständlich?
- Können alle Antworten den vorgesehenen Antwortkategorien zugeordnet werden?
- Wie lange dauert das Ausfüllen des Fragebogens? Ist er zu lang?

- Werden die Befragten beim Antworten in eine bestimmte Richtung gedrängt?
- Ist der Fragebogen sprachlich auf die Zielgruppe abgestimmt?
- Ist der Fragebogen für die Befragten interessant?
- Ist das Layout übersichtlich und ansprechend?

Für den Pretest des vorliegenden Fragebogens wurden acht Personen mit unterschiedlichen soziodemografischen Hintergründen berücksichtigt, drei davon aus der Hotelbranche. Zusätzlich wurde der Fragebogen einem Experten für empirische Forschung vorgelegt. Die Anregungen und Erkenntnisse wurden in den Fragebogen eingearbeitet.

6.5 Durchführung der Befragung

Zur Durchführung der Befragung wurde die Software LimeSurvey verwendet. Die identifizierten Betriebe aus den zehn regionalen Naturparks wurden per E-Mail dazu eingeladen, an der Umfrage teilzunehmen (Text und Fragebogen s. Anhänge 5 und 6). Die Umfrage richtete sich explizit an die Hauptverantwortlichen für das Tagesgeschäft, da diese in der Lage sein sollten, alle Fragen zu beantworten.

Um eine möglichst hohe Antwortrate zu erzielen, wurden die Geschäftsstellen der Naturparks angefragt, ob sie als vertrauenswürdige Akteure die Einladung zur Umfrage an die Beherbergungsbetriebe weiterleiten können. Zwei Naturparks reagierten positiv auf diese Anfrage und übernahmen den Versand der Einladung zur Umfrage.

Die Einladungen zur Online-Umfrage wurden ab 17.06.2014 verschickt, zwei Wochen später erhielten die angefragten Betriebe eine Erinnerung (Text s. Anhang 5). Am 25.07.2014 wurde die Umfrage abgeschlossen. Insgesamt wurden 359 Betriebe angeschrieben. Drei E-Mail-Adressen waren ungültig, was die Anzahl der angefragten Betriebe auf 356 reduziert. 91 gültige Antwort-Fragebögen sind eingegangen, womit eine Rücklaufquote von 25,6 % erreicht wurde.

6.6 Datenaufbereitung und -auswertung

Im Folgenden wird dargelegt, wie die Repräsentativität der Untersuchung zu bewerten ist und welche statistischen Maße und Methoden zur Auswertung verwendet wurden.

6.6.1 Repräsentativität

Bei der vorliegenden Befragung handelt es sich um eine selbst selektierte Gelegenheitsstichprobe (vgl. Leonhart 2009, S. 151). Da die teilnehmenden Betriebe nicht nach einem Zufallsverfahren ausgewählt wurden, sind die Ergebnisse aus statistisch-methodischer

Sicht nicht repräsentativ (vgl. Leonhart 2009, S. 147). Die Stichprobe entspricht jedoch bezüglich der Betriebsmerkmale (Betriebsart, Standort) näherungsweise der Grundgesamtheit (mehr dazu in Kap. 7.1). Die Ergebnisse können demnach aufschlussreiche Hinweise geben, die jedoch in Bezug auf die Grundgesamtheit mit Vorsicht interpretiert werden müssen.

6.6.2 Statistische Maße und Verfahren

Zur Auswertung der Daten wurde die Software SPSS Statistics Version 21 verwendet.

Vor der Auswertung wurden die Daten bereinigt und aufbereitet, indem zum Beispiel fehlende Werte analysiert oder zusätzliche Variablen errechnet wurden (s. Anhang 7).

Zur grafischen Aufbereitung der Daten wurde das Programm Excel verwendet.

Für die Datenauswertung kamen unterschiedliche Methoden der deskriptiven Statistik zur Anwendung. Zunächst wurden Häufigkeitsverteilungen erfasst sowie Maße der zentralen Tendenz berechnet. Viele der Fragen in der Umfrage haben als Antwortoptionen eine endpunktbenannte 6er-Skala. Da hier davon ausgegangen werden kann, dass die Abstände zwischen den einzelnen Skalenpunkten äquidistant sind (vgl. Porst 2014, 75 f.), wird für die Darstellung dieser Umfrageergebnisse der Mittelwert (M) verwendet. Im Block B, der eine Vielzahl an Fragen zu Maßnahmen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit umfasst, werden die Ergebnisse der einzelnen Teilbereiche außerdem zu einer Kennzahl zusammengefasst. Damit soll die Komplexität in der Auswertung reduziert werden (vgl. Schnell, Hill & Esser 2011, S. 161 f.). Dazu wird pro Untergruppe zunächst der Mittelwert aus den arithmetischen Mitteln der einzelnen Fragen berechnet. Danach werden die Werte der Untergruppen zu einer Gesamtkennzahl addiert (Kennzahlensumme) (s. Abb. 5).

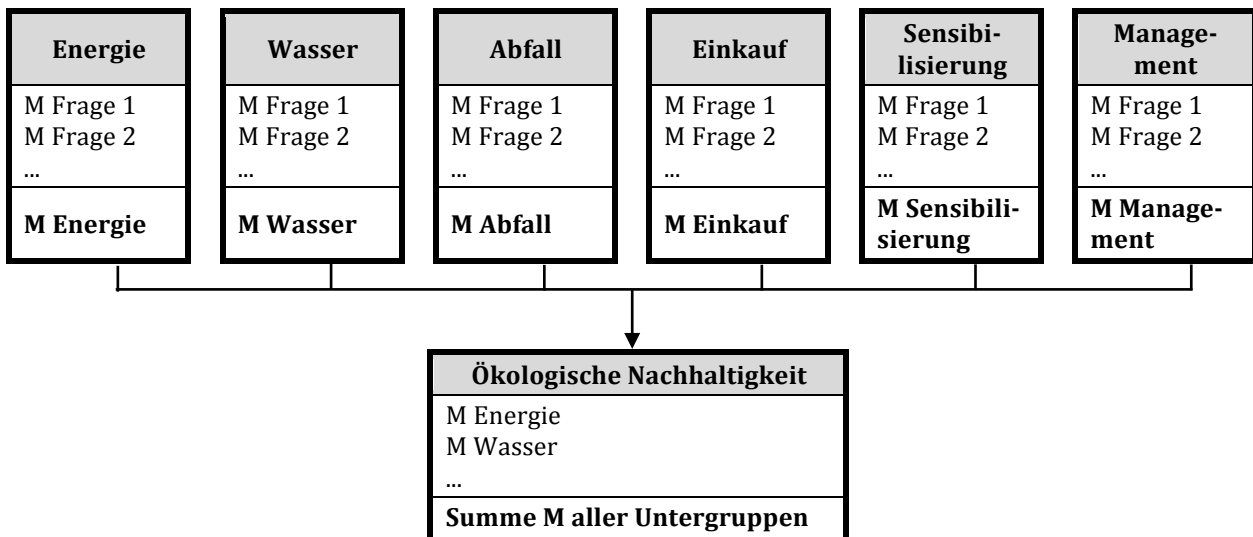


Abbildung 5: Schematische Darstellung der Kennzahlenbildung (M = Mittelwert)

Zusammenhänge zwischen zwei Variablen sowie deren Stärke werden mit unterschiedlichen Zusammenhangsmaßen angegeben. Diese Maße sind in der Regel normiert und ergeben Werte zwischen 0 und 1, wobei der Wert 0 anzeigt, dass kein Zusammenhang vorliegt, und der Wert 1 für einen perfekten Zusammenhang steht (vgl. Janssen & Laatz 2013, S. 266). Welches Zusammenhangsmaß zur Anwendung kommt, ist abhängig vom Messniveau der Variablen. In der vorliegenden Arbeit wurden die folgenden Maße verwendet (vgl. Janssen & Laatz 2013, S. 266 ff.):

- Spearmans Rangkorrelationskoeffizient (Spearmans Rho): wird bei ordinalem Messniveau verwendet,
- Kendall's Tau c: wird bei ordinalem Messniveau und mehrfach vergebenen Rangplätzen verwendet,
- Phi: wird bei nominalem Messniveau mit 2x2-Tabellen verwendet.

Um Unterschiede zwischen zwei Gruppen auszumachen, wurde außerdem der U-Test nach Mann & Whitney eingesetzt. Dieser ist für ordinalskalierte Daten geeignet und vergleicht die Verteilung der Rangplätze zweier Stichproben (vgl. Raab-Steiner & Benesch 2010, S. 124 f.).

Des Weiteren wurden für die identifizierten Zusammenhänge Signifikanztests durchgeführt. Diese helfen abzuschätzen, ob ein Zusammenhang nicht nur für die Stichprobe, sondern auch für die zugrundeliegende Grundgesamtheit gilt. Ergebnis eines Signifikanztests ist ein p-Wert, der angibt, ob sich ein Ergebnis einer statistischen Analyse substantiell vom tatsächlichen Ergebnis der Grundgesamtheit unterscheidet (vgl. Janssen &

Laatz 2013, S. 316 f.). Für die vorliegende Untersuchung wird ein Signifikanzniveau von 0,05 zugrunde gelegt. Das bedeutet, dass Ergebnisse, die eine Irrtumswahrscheinlichkeit von $\leq 5\%$ haben, als statistisch signifikant eingestuft werden.

Statistische Tests auf Signifikanz sind primär für den Einsatz bei Zufallsstichproben konstruiert. Wie oben erläutert, entspricht die vorliegende Untersuchung dieser Voraussetzung jedoch nicht. Vor dem Hintergrund der gängigen Forschungspraxis erscheint es dennoch als gerechtfertigt, Signifikanztests als ein weiteres Mittel zur Einschätzung der Robustheit der Ergebnisse heranzuziehen und als Abgrenzungskriterium zur Beurteilung der Bedeutsamkeit eines Ergebnisses anzuwenden (vgl. Frings 2010, S. 258; Dülmer 2001, S. 13).

7 Ergebnisse

Dieses Kapitel dient der Darstellung der Hauptergebnisse der Umfrage. Als Erstes wird die Zusammensetzung der Stichprobe anhand der Betriebseigenschaften und soziodemografischen Merkmale beschrieben. Es folgen die Ergebnisse zu Handlungsbereichen, Anreizen und Hemmnissen sowie zum Problembewusstsein. Zum Schluss werden die wichtigsten Ergebnisse nochmals zusammengefasst. Die Datentabellen zu diesem Kapitel befinden sich in den Anhängen 8 bis 11.

7.1 Betriebseigenschaften

Im Folgenden wird beschrieben, wie die Stichprobe in Bezug auf die Betriebseigenschaften zusammengesetzt ist.

7.1.1 Naturparks

Insgesamt wurden für die Umfrage 356 Betriebe angeschrieben. Davon sind 91 gültige Antworten eingegangen, was einem Rücklauf von 25,6 % entspricht. In der Stichprobe entspricht die Verteilung der Betriebe auf die Naturparks näherungsweise der Verteilung in der Grundgesamtheit (s. Abb. 6).

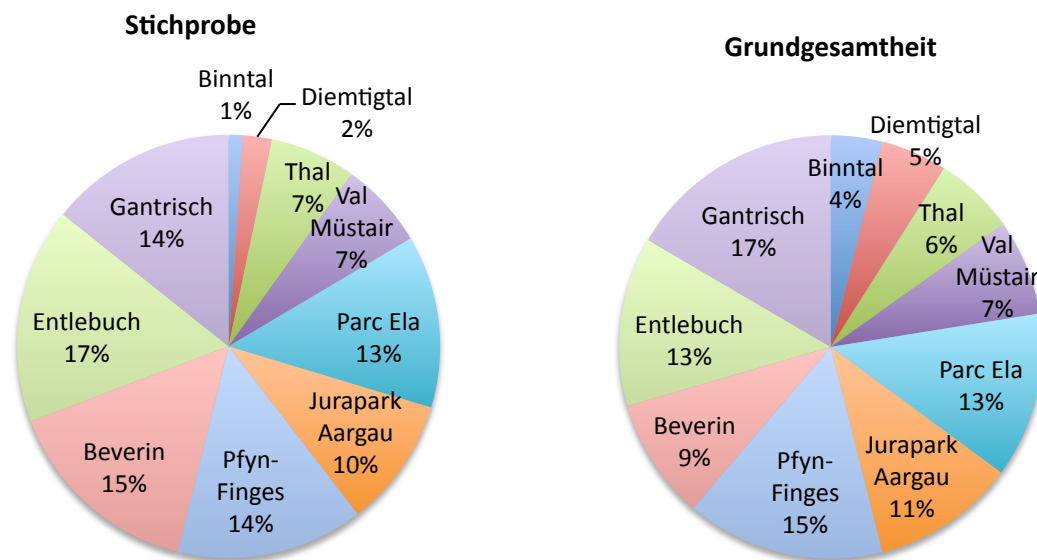


Abbildung 6: Verteilung der Beherbergungsbetriebe in den Naturparks in der Stichprobe und in der Grundgesamtheit

Die Antwortraten der Beherbergungsbetriebe in den unterschiedlichen Naturparks streuen dennoch ziemlich breit und reichen von 7,1 % bis 42,4 %.

7.1.2 Betriebsart

Die Betriebe in der Stichprobe stammen zu 44 % aus der Hotellerie (Grundgesamtheit: 61,5 %) und zu 56 % aus der Parahotellerie (Grundgesamtheit: 38,5 %). In der Stichprobe sind Betriebe der Parahotellerie dementsprechend überrepräsentiert.

Die meisten Antworten in der Stichprobe stammen von B&B-Betrieben (33 %), gefolgt von Hotels (25,3 %). Die Stichprobe enthält keine Antworten von Jugendherbergen (in der Grundgesamtheit nur einmal vertreten), Kurbetrieben und Motels (s. Abb. 7).

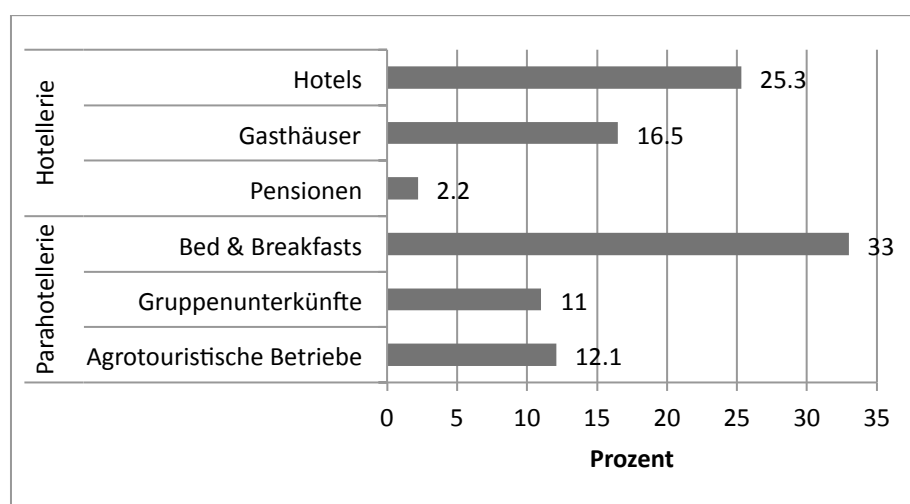


Abbildung 7: Anteil der Antworten in den jeweiligen Betriebsarten

7.1.3 Betriebsgröße

Der kleinste Betrieb in der Stichprobe umfasst ein Bett, der größte 270 Betten. Das arithmetische Mittel beträgt 31,6 Betten (Standardabweichung: 41.2), der Median liegt bei 15 Betten. Die Stichprobe enthält einen großen Anteil an kleinen Betrieben: 57 % der Betriebe stellen max. 20 Betten zur Verfügung, 31 % max. sechs Betten (s. Abb. 8).

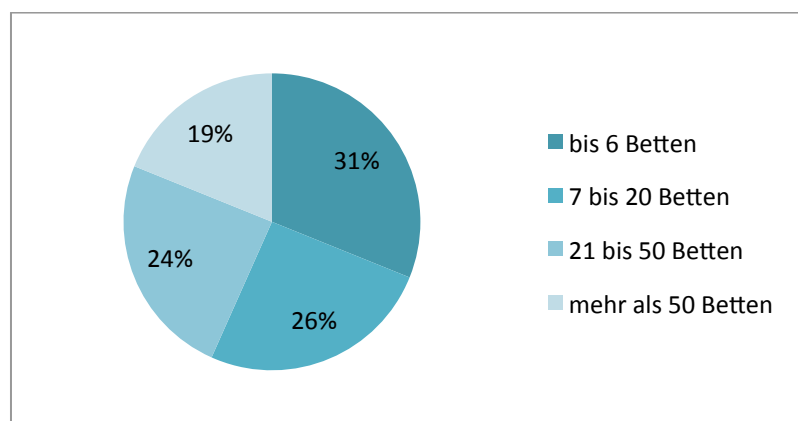


Abbildung 8: Verteilung der teilnehmenden Betriebe nach Betriebsgröße

7.1.4 Gründungsjahr

Die Stichprobe enthält sowohl Betriebe, die schon sehr lange bestehen, als auch einen relativ großen Anteil an jüngeren Betrieben. So wurden beispielsweise rund 41 % der Betriebe erst nach dem Jahr 2000 gegründet und 12,5 % bestehen erst seit 2011 oder später. Die meisten Betriebe bestanden bereits vor der Errichtung des jeweiligen Naturparks. Nur neun der teilnehmenden Betriebe wurden danach gegründet.

7.2 Soziodemografische Merkmale

Der Geschlechteranteil unter den Personen, die an der Umfrage teilnahmen, ist relativ ausgeglichen: 54 % der Fragebogen wurden von Frauen ausgefüllt, der Rest von Männern. Das Alter der Teilnehmenden liegt zwischen 29 und 76 Jahren, der Mittelwert beträgt 49,9 Jahre (Standardabweichung: 11,4). Rund 69 % der Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, sind gleichzeitig auch Eigentümerin resp. Eigentümer des Betriebes. Fast 40 % der Teilnehmer/-innen haben eine höhere Fach- oder Berufsausbildung durchlaufen und 32,6 % haben eine Berufslehre absolviert. 20,2 % verfügen über einen Hochschul- und 6,7 % einen Mittelschulabschluss. 1,1 % haben die obligatorische Schule abgeschlossen (s. Abb. 9).

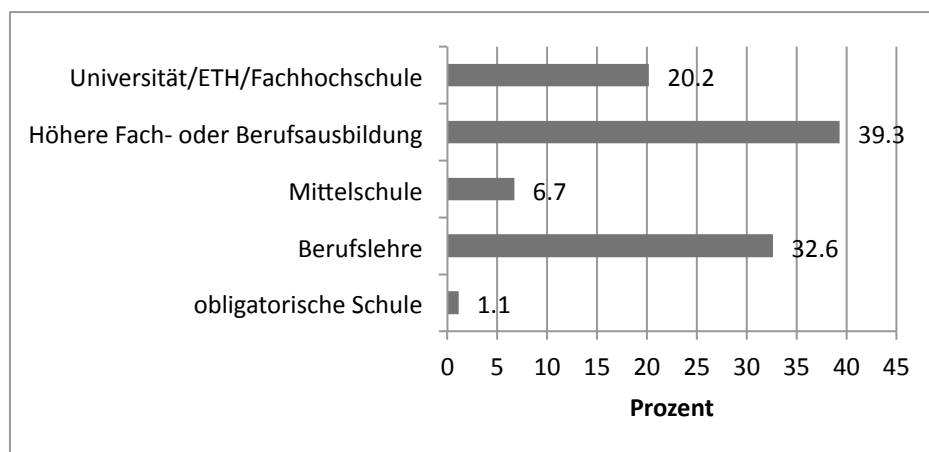


Abbildung 9: Ausbildung der Teilnehmer/-innen

7.3 Handlungsbereiche

Dieses Unterkapitel stellt die Ergebnisse bezüglich der sechs Handlungsbereiche dar, gefolgt von einer zusammenfassenden Übersicht sowie der zeitlichen Veränderung.

7.3.1 Energienutzung

Die teilnehmenden Betriebe erreichen bei der Energienutzung insgesamt relativ hohe Werte (s. Abb. 10, die alphanumerische Nummerierung der einzelnen Maßnahmen ent-

spricht dem jeweiligen Fragebogenelement, zu finden in Anhang 6). Vor allem Maßnahmen bezüglich der Beleuchtung (Licht ausschalten, Einsatz effizienter Leuchtmittel) werden häufig ergriffen. Es folgen der Einsatz effizienter Geräte und das Ausschalten von Geräten bei Nichtgebrauch. Am unteren Ende der Skala bewegt sich die Nutzung von erneuerbaren Energien zur Gewinnung von Elektrizität und zum Heizen. Energetische Sanierungen wurden in einem Großteil der Betriebe durchgeführt. 57 % der Betriebe gaben an, in den letzten zehn Jahren eine solche realisiert zu haben oder sich in einem gleichwertigen Neubau zu befinden. Weitere 10,5 % planen eine energetische Sanierung.

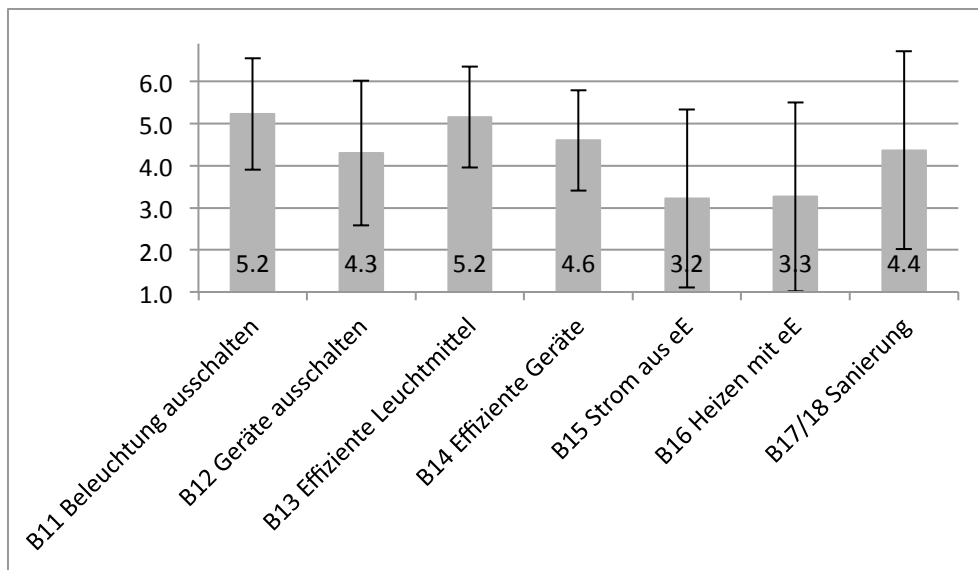


Abbildung 10: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Energienutzung⁷

7.3.2 Wasserverbrauch

Beim Wasserverbrauch erzielen die verhaltensbezogenen Maßnahmen die höchsten Werte. So wird sehr oft die Maßnahme, Geschirrspüler und Waschmaschinen nur voll beladen in Betrieb zu nehmen, umgesetzt (s. Abb. 11). Auch die Bettwäsche und die Handtücher werden häufig nur dann gewechselt, wenn die Gäste dies wünschen. Es folgt der Einsatz von wassersparenden Armaturen und Geräten. Im unteren Bereich der Skala findet sich mit einigem Abstand die Substitution von Trinkwasser durch Regenwasser.

⁷ Die Striche innerhalb der Säulen illustrieren die Standardabweichung (SD). Sie ist ein Maß für die Streuung der Werte um deren Mittelwert.

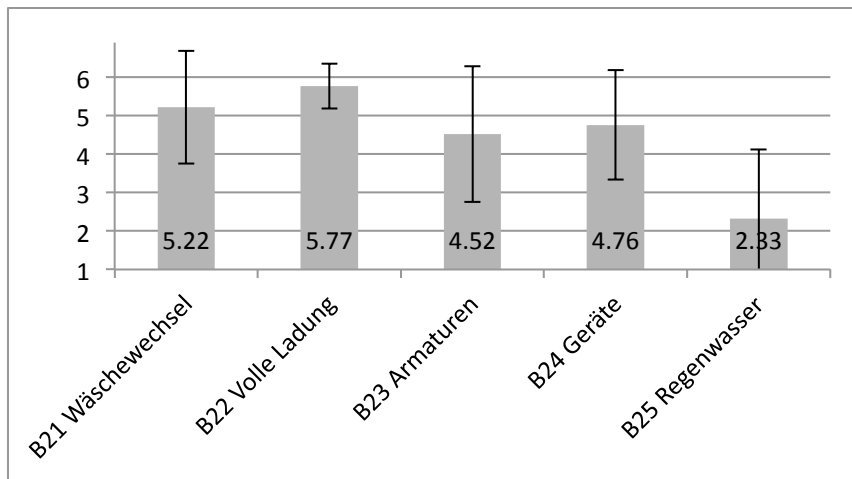


Abbildung 11: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Wasserverbrauch

7.3.3 Abfall und Recycling

Im Bereich Abfall und Recycling erreichten die teilnehmenden Betriebe durchweg Werte am oberen Ende der Skala (s. Abb. 12). Am häufigsten wird der Abfall systematisch getrennt und recycelt. Die Betriebe verwenden außerdem selten Einwegprodukte und achten häufig darauf, Verpackungsmaterial zu vermeiden. Am wenigsten häufig werden nicht mehr benötigte Möbel, Gegenstände und Armaturen zur Wiederverwendung gespendet oder verkauft.

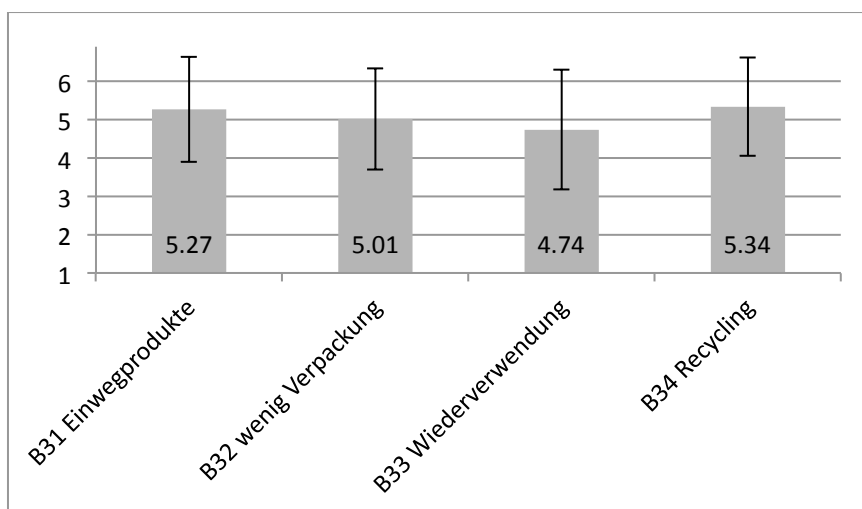


Abbildung 12: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Abfall/Recycling

7.3.4 Einkauf

Die teilnehmenden Betriebe entscheiden sich im Einkauf sehr häufig für saisonale und regionale Produkte (s. Abb. 13). Bio-Produkte werden seltener eingekauft. Dazwischen liegt der Kauf von umweltfreundlichen Reinigungsmitteln, Hygieneprodukten und Gartenprodukten sowie von Produkten aus recyklierten Materialien. Die Einkäufe werden

sehr häufig koordiniert, um Transporte zu vermeiden. Die Lieferanten zu ermutigen, sich für die Umwelt zu engagieren, ist die Maßnahme, die in diesem Bereich am seltensten umgesetzt wird.

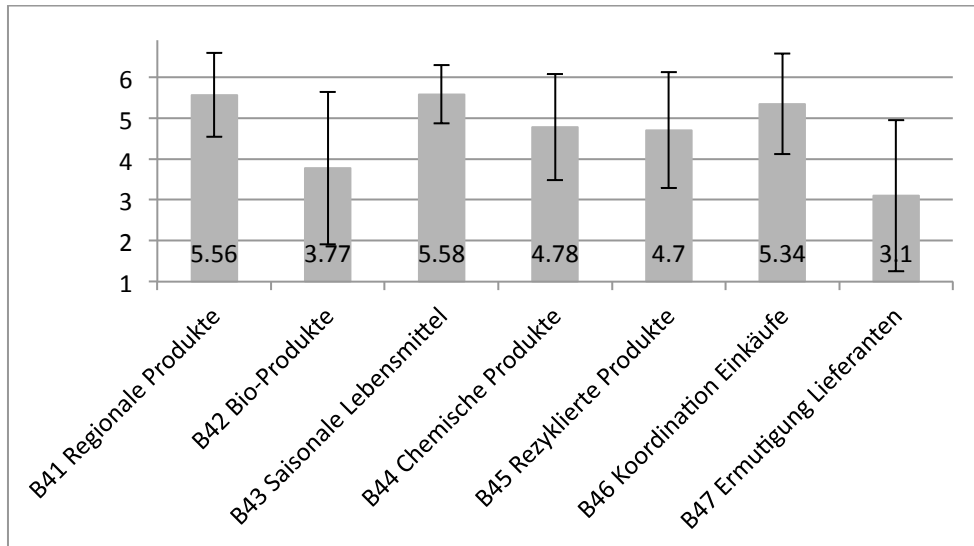


Abbildung 13: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe im Bereich Einkauf

7.3.5 Sensibilisierung

Im Bereich Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeitenden wurden fünf Aspekte untersucht – drei betrafen die Gäste, zwei die Mitarbeitenden. Fast jeder der teilnehmenden Betriebe informiert seine Gäste über den öffentlichen Verkehr (93,3 %) und umweltfreundliche Freizeitaktivitäten (96,6 %). Die Gäste selbst werden von knapp der Hälfte der Betriebe (46,1 %) ermutigt, sich an den Umweltschutzmaßnahmen der Betriebe zu beteiligen (s. Abb. 14).

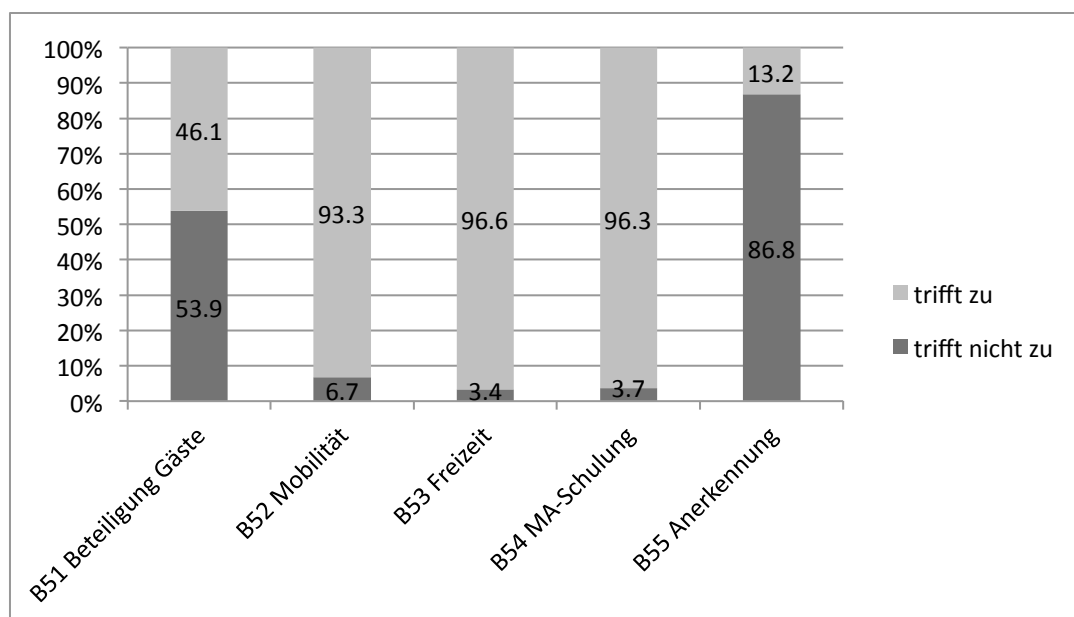


Abbildung 14: Anteil der Umsetzung in den teilnehmenden Betrieben im Bereich Sensibilisierung

Mitarbeitende beschäftigen knapp 60 % der teilnehmenden Betriebe. Von diesen Betrieben schulen fast alle ihre Angestellten im betrieblichen Umweltschutz (96,3 %). Eine Anerkennung für besonders gute Leistungen im Umweltschutz erhalten die Mitarbeitenden in 13,2 % der Betriebe (s. Abb. 14).

7.3.6 Umweltmanagement

Maßnahmen im Bereich des Umweltmanagements werden nur von sehr wenigen Betrieben umgesetzt (s. Abb. 15). 8,9 % der Betriebe haben Ziele und/oder Maßnahmen für den Umweltschutz schriftlich festgelegt. Eine Person, die für den betrieblichen Umweltschutz zuständig ist, haben 33,7 % der Betriebe. Eine Nachhaltigkeitszertifizierung im eigentlichen Sinn hat nur ein Betrieb der Parahotellerie erlangt (EU-Ökolabel), ein weiterer Betrieb (Hotel) bereitet sich auf die Labelvergabe vor (ibex). Ein Betrieb gab an, das Minergie-Zertifikat⁸ erlangt zu haben. Da es sich dabei nicht um eine Zertifizierung im Tourismus-Bereich handelt, wird es in die weitere Auswertung nicht einbezogen.

⁸ Minergie ist ein Standard für nachhaltiges Bauen. Er ist sowohl für Neubauten als auch für Sanierungen anwendbar. <http://www.minergie.ch>, 08.07.2014.

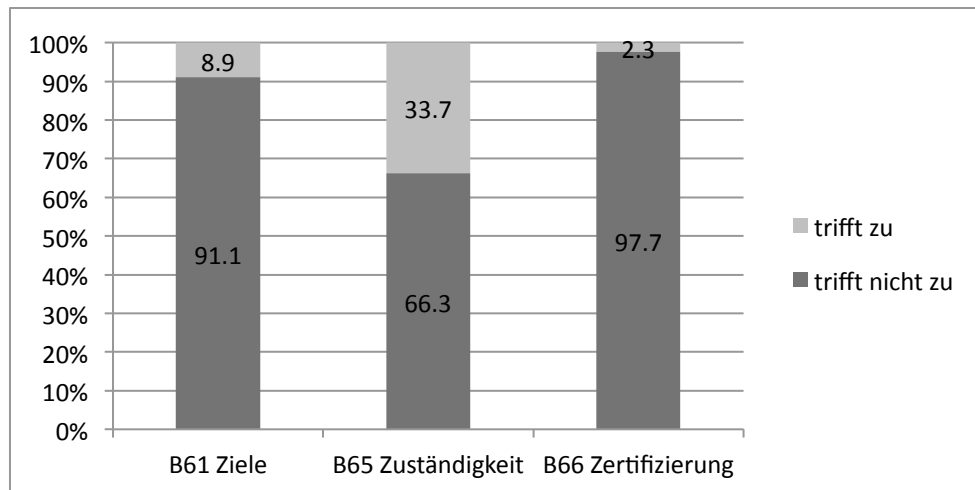


Abbildung 15: Anteil der Umsetzung in den teilnehmenden Betrieben im Bereich Umweltmanagement

Drei Aspekte zum Umweltmanagement wurden nur abgefragt, wenn der teilnehmende Betrieb angab, dass er schriftlich festgelegte Ziele hat. Diese weitergehenden Fragen wurden von acht resp. sieben Betrieben beantwortet. Dabei handelt es sich um fünf Betriebe der Hotellerie (zwei Hotels, zwei Pensionen, ein Gasthaus) und drei Betriebe der Parahotellerie (ein B&B, eine Gruppenunterkunft, ein agrotouristischer Betrieb). Bezüglich der Betriebseigenschaften sind die Betriebe relativ gleichmäßig verteilt.

Alle acht Betriebe gaben bei der Zusatzfrage zum Monitoring an, dass sie kontrollieren, ob die festgelegten Ziele erreicht resp. die Maßnahmen umgesetzt worden sind (s. Abb. 16). Je 28,6 % der Betriebe stellen die Kosten sowie die Einsparungen der Umweltschutzmaßnahmen zusammen. Dabei handelt es sich durchgängig um Betriebe im Hotellerie-Bereich.

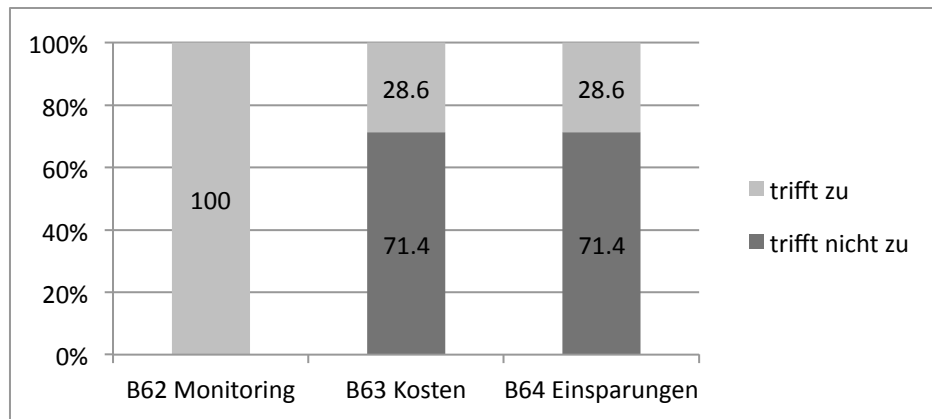


Abbildung 16: Anteil der Umsetzung in den teilnehmenden Betrieben bei den Zusatzfragen im Umweltmanagement

7.3.7 Übersicht über alle Handlungsbereiche

Zusammenfassend betrachtet führen die teilnehmenden Betriebe die meisten Maßnahmen im Bereich Abfall und Recycling durch. Maßnahmen in den vier Bereichen Einkauf, Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeitenden, Wasserverbrauch und Energienutzung folgen mit einem kleinen Abstand. Am wenigsten werden Maßnahmen im Umweltmanagement angegangen (s. Abb. 17).

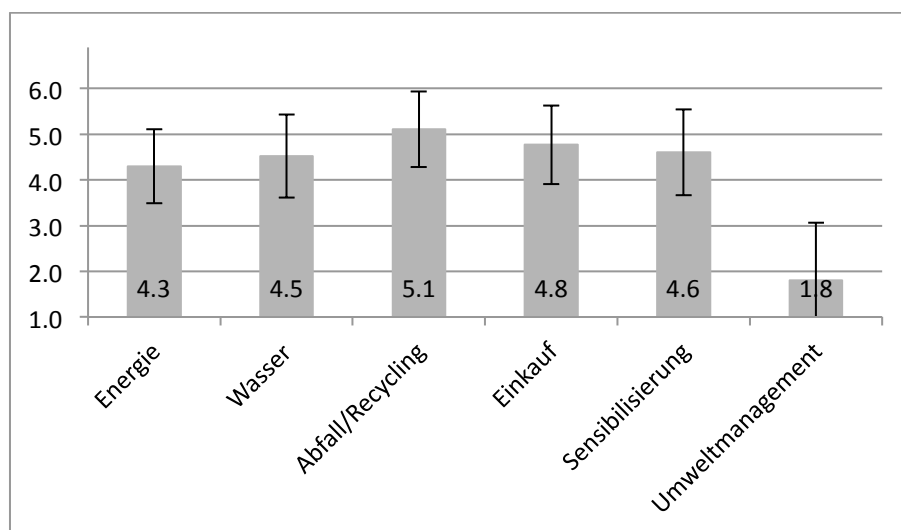


Abbildung 17: Übersicht der Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe in allen Handlungsbereichen

Betriebsart

Ein Großteil der Maßnahmen wird von Parahotellerie-Betrieben eher umgesetzt als von Hotellerie-Betrieben (s. Abb. 18). In der Stichprobe erzielt die Parahotellerie in allen Bereichen und in vielen einzelnen Maßnahmen jeweils leicht höhere Mittelwerte als die Hotellerie. Der Unterschied ist in den Bereichen Einkauf, Wasserverbrauch sowie Abfall/Recycling am deutlichsten und hier auch signifikant. Dies zeigt der U-Test nach

Mann & Whitney mit Werten unterhalb des Signifikanzniveaus von 5 % (Einkauf: 0,000; Wasserverbrauch: 0,018; Abfall/Recycling: 0,025).

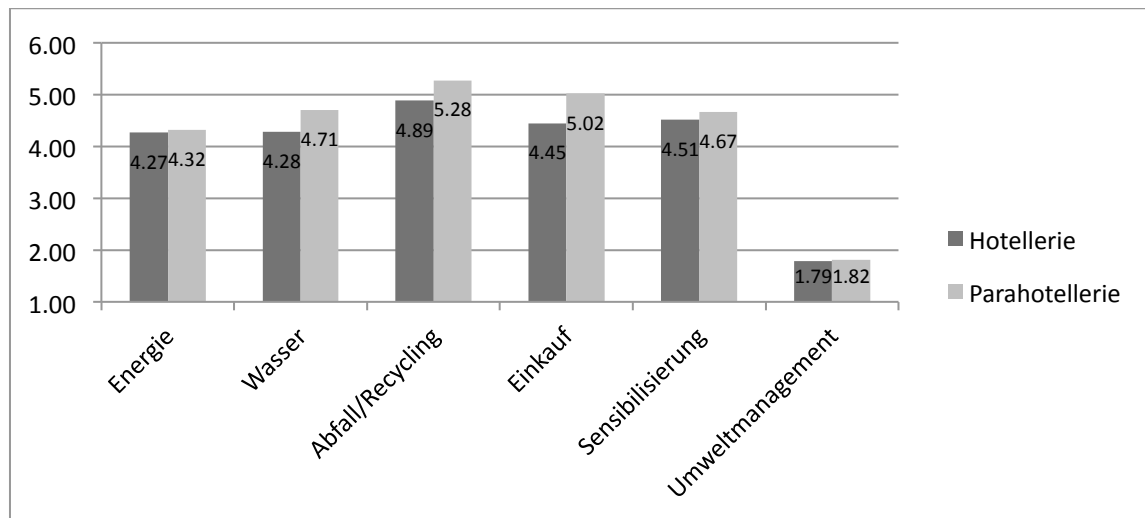


Abbildung 18: Unterschiede in den Mittelwerten der Handlungsbereiche zwischen Hotellerie und Parahotellerie

Betriebsgröße

Bezüglich der Betriebsgröße sind in den Daten bei den einzelnen Maßnahmen mit einigen wenigen Ausnahmen kaum statistisch signifikante lineare Zusammenhänge festzustellen. Bei den Ausnahmen wie z. B. dem Kauf von Bioprodukten (Kendall's Tau c: -0,195, $p=0,024$) engagieren sich die Betriebe umso mehr, je kleiner sie sind. Lediglich beim Einbezug der Gäste nehmen die Bemühungen der Betriebe mit zunehmender Größe zu (Kendall's Tau c: 0,396, $p=0,000$). Werden die Mittelwerte der einzelnen Bereiche in der Stichprobe jedoch zu Größenkategorien in Bezug gesetzt, wird sichtbar, dass Kleinstbetriebe häufig am meisten Maßnahmen umsetzen (s. Abb. 19). In einigen Bereichen ist allerdings auch eine leicht U-förmige Verteilung sichtbar: Kleine und große Betriebe setzen mehr Maßnahmen um als mittelgroße Betriebe.

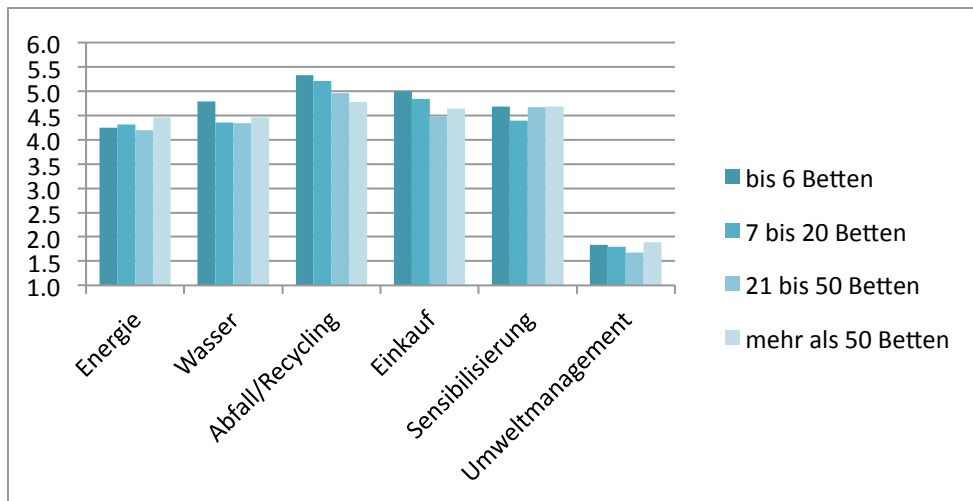


Abbildung 19: Mittelwerte der teilnehmenden Betriebe nach Größenklassen

Ein Streudiagramm zeichnet eine solche Verteilung annähernd nach (s. Abb. 20). Allerdings sind die dazu berechneten Korrelationen nicht durchgehend signifikant, weshalb die Annahme eines U-förmigen Zusammenhangs nicht vorbehaltlos auf die Grundgesamtheit übertragen werden kann.

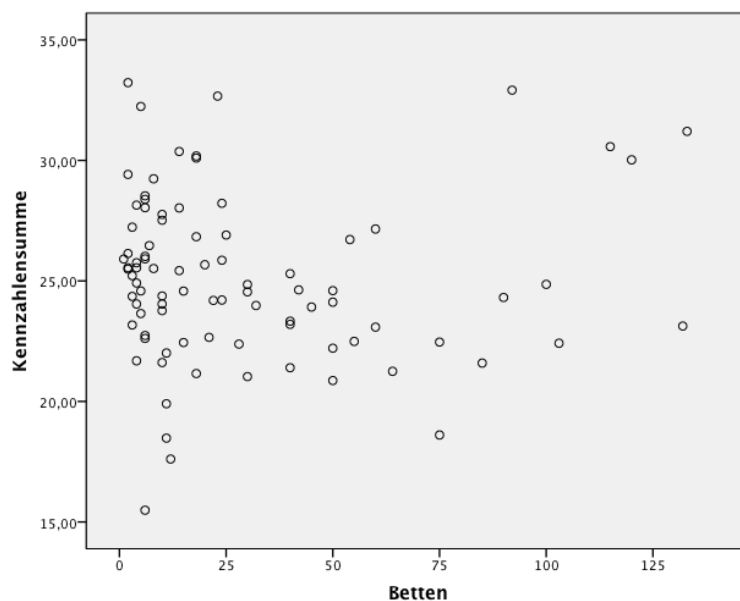


Abbildung 20: Streudiagramm zur Relation zwischen Betriebsgröße und Kennzahlensumme, korrigiert um den Ausreißer mit 270 Betten

Betriebsalter

Ein Vergleich des Betriebsalters mit der Kennzahlensumme ergibt eine schwache negative Korrelation (Spearman Rho: $-0,271$, $p=0,011$). Das bedeutet, dass jüngere Betriebe leicht höhere Werte erreichen als länger bestehende Betriebe.

Naturparks

In Bezug auf die Zugehörigkeit eines Betriebes zu einem Naturpark sind keine systematischen Unterschiede erkennbar. Bei diversen Maßnahmen stechen einzelne Naturparks zwar hervor. So erzielen z. B. die teilnehmenden Betriebe im Naturpark Beverin einen überdurchschnittlich hohen Mittelwert bei der Stromerzeugung mit erneuerbaren Energien (5,36 im Vergleich zum Mittelwert über alle Betriebe von 3,22) oder die Betriebe der Naturparks im Bündnerland kaufen mehr Bioprodukte als Betriebe anderer Naturparks. Statistisch signifikante Zusammenhänge ließen sich jedoch nicht eruieren.

Ebenso wenig konnte ein systematischer signifikanter Zusammenhang zwischen dem Grad der ökologischen Nachhaltigkeit der Beherbergungsbetriebe und der Bestehensdauer der Naturparks ausgemacht werden. Ein Vergleich der Mittelwerte in der Stichprobe weist darauf hin, dass Betriebe in jüngeren Naturparks leicht höhere Werte aufweisen als Betriebe in länger bestehenden Naturparks. Signifikant ist dieser Zusammenhang außer im Bereich Energie (Φ : 0,224, $p=0,033$) jedoch nicht.

Zwischen konkreten Projekten von Naturparks und der ökologischen Nachhaltigkeit der entsprechenden Betriebe ließen sich ebenfalls praktisch keine Zusammenhänge erkennen. Das heißt, es bestehen keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen Betrieben in Naturparks, die den Einsatz regionaler Produkte (U-Test nach Mann & Whitney: 0,407), energetische Sanierungen (Φ : 0,149, $p=0,166$) oder Nachhaltigkeit im Betrieb allgemein (U-Test nach Mann & Whitney: 0,658) fördern (s. Kap. 3.3.3), und Betrieben in Naturparks ohne spezifische Projekte.

Bei den oben beschriebenen Auswertungen in Bezug auf Naturparks ist zu beachten, dass die Fallzahlen für die Naturparks klein bis sehr klein sind, was die statistischen Auswertungen stark einschränkt oder gar unmöglich macht.

7.3.8 Zeitliche Veränderung

Nach der Veränderung der Situation im Umweltschutz über die Zeit hinweg gefragt, gaben 52,2 % der Betriebe an, heute mehr Wert auf Umweltschutz zu legen als früher. 20 % legen viel mehr Wert darauf. Bei den restlichen Betrieben (27,8 %) ist die Situation etwa gleich geblieben (s. Abb. 21). Kein Betrieb gab an, weniger oder viel weniger Wert auf Umweltschutz zu legen im Vergleich zu früher.

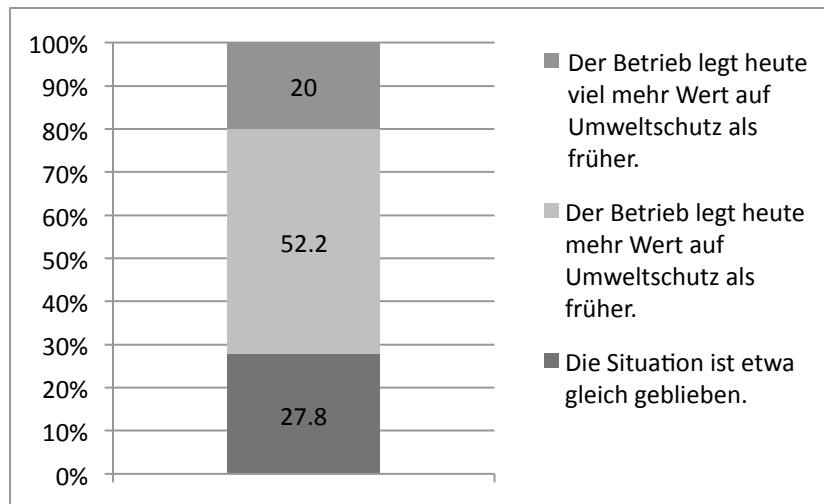


Abbildung 21: Anteile der teilnehmenden Betriebe in den jeweiligen Kategorien der zeitlichen Veränderung

Werden die Mittelwerte der Kennzahlensumme betrachtet, setzen diejenigen Betriebe am meisten Maßnahmen um, die heute viel mehr Wert auf Umweltschutz legen als früher. Am wenigsten Maßnahmen werden in den Betrieben ergriffen, die mehr Wert darauf legen (s. Abb. 22). Statistisch signifikant ist der Unterschied jedoch nur zwischen den Betrieben, die mehr Wert und viel mehr Wert darauf legen (U-Test nach Mann & Whitney: 0,041).

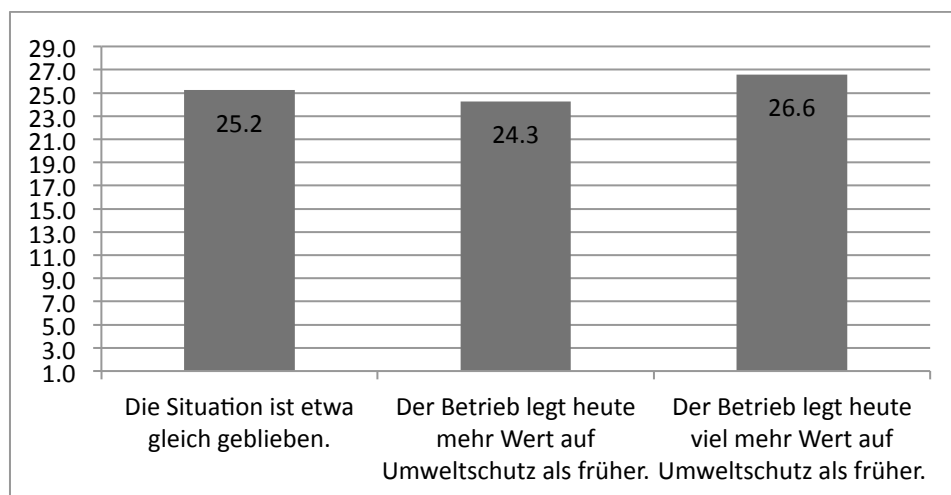


Abbildung 22: Mittelwerte der Kennzahlensumme der teilnehmenden Betriebe in den jeweiligen Kategorien der zeitlichen Veränderung

Wird die zeitliche Veränderung mit der Bestehensdauer der Naturparks verglichen, so sind keine systematischen Zusammenhänge erkennbar (s. Abb. 23). Das heißt, der Anteil der Betriebe in den einzelnen Kategorien der zeitlichen Veränderung nimmt nicht linear mit der Bestehensdauer der Naturparks zu oder ab.

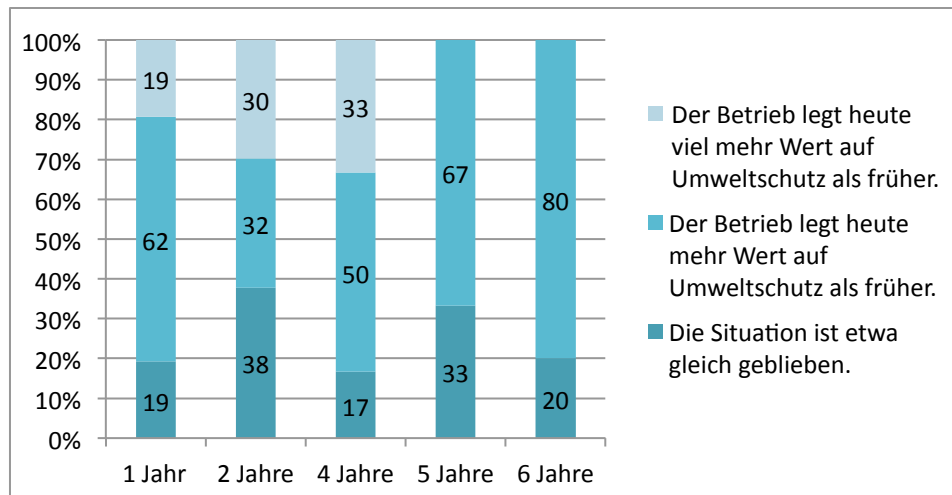


Abbildung 23: Zeitliche Veränderung der teilnehmenden Betriebe gemäß der Bestehensdauer der Naturparks

Hingegen ist ein Zusammenhang mit dem Betriebsalter erkennbar (Kendall's Tau c: 0,229, $p=0,017$). Je länger die Betriebe bereits bestehen, desto größer ist der Anteil der Betriebe, die heute viel mehr Wert auf Umweltschutz legen als früher.

Die meisten teilnehmenden Betriebe bestanden bereits bei der Gründung des entsprechenden Naturparks. Nur neun Betriebe (9,8 %) wurden nach der Errichtung des jeweiligen Naturparks gegründet. 50 % dieser Betriebe bewerten die Situation bezüglich Umweltschutz als gleichbleibend, 50 % legt mehr Wert auf Umweltschutz im Vergleich zu früher (1 Betrieb beantwortete diese Frage nicht).

7.4 Anreize und Hemmnisse

Nachfolgend werden zuerst die Ergebnisse in Bezug auf die Anreize dargestellt, danach diejenigen der Hemmnisse.

7.4.1 Anreize

Als wichtigster Anreiz für ein Engagement im Umweltschutz wird von den teilnehmenden Betrieben die persönliche Überzeugung angeführt. An zweiter und dritter Stelle folgen mit einigem Abstand mögliche Kosteneinsparungen und Projekte der Naturparks. Eine fast ebenso wichtige Rolle wie letztere spielt die Nutzung des Umweltschutzengagements für Marketingzwecke. Die Aktivitäten der Konkurrenz, der Einfluss von Branchen- und Umweltverbänden sowie Beratungen finden sich am unteren Ende der Bewertungsskala (s. Abb. 24).

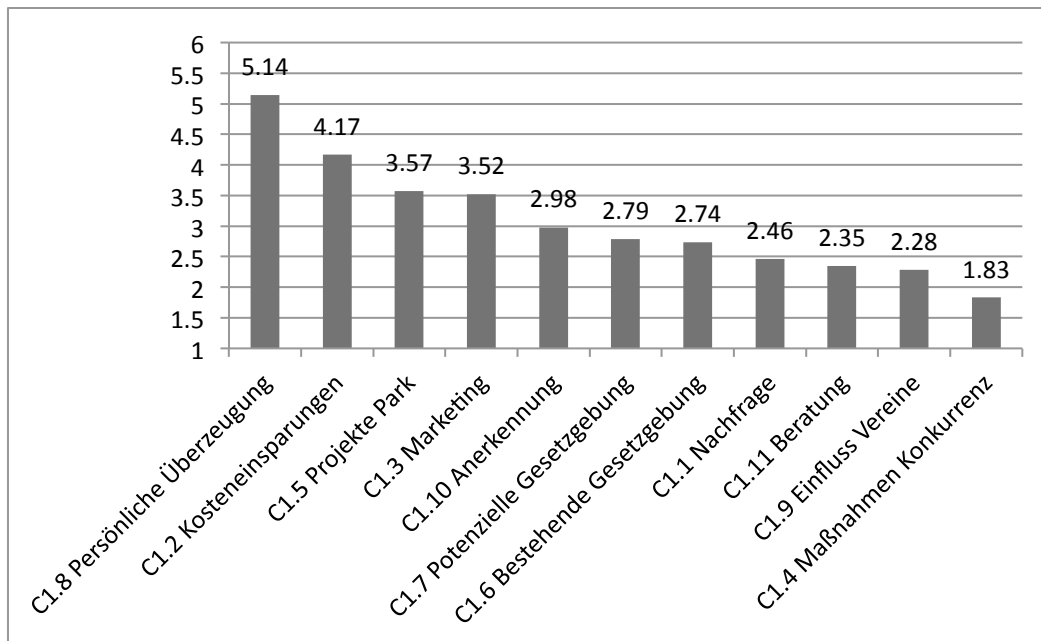


Abbildung 24: Einschätzung (Mittelwerte) der Anreize durch die teilnehmenden Betriebe

Für Betriebe der Hotellerie stellen mit Ausnahme der persönlichen Überzeugung alle der angeführten Gründe eher einen Anreiz dar als für Parahotellerie-Betriebe, wenn auch die Unterschiede nicht durchgehend signifikant sind. Am ausgeprägtesten ist der Unterschied beim Anreiz der Kosteneinsparung (U-Test von Mann & Whitney: 0,024).

Eine ähnliche Situation besteht in Bezug auf die Betriebsgröße. Mit zunehmender Betriebsgröße nimmt die Einschätzung der Relevanz der Anreize zu. Dies wird vor allem bei den Anreizen Kosteneinsparungen (Kendall's Tau c: 0,180, $p=0,028$) und Vermeidung potenzieller Gesetzgebung (Kendall's Tau c: 0,197, $p=0,016$) deutlich. Ausnahme ist auch hier der Anreiz der persönlichen Überzeugung, die eher für kleine Betriebe wichtig ist. Allerdings besteht hier kein statistisch signifikanter Unterschied.

Werden die Mittelwerte der Anreize mit den Ergebnissen bezüglich der Veränderung über die Zeit miteinander in Verbindung gebracht, sind einige kleine Unterschiede erkennbar. Obwohl bei allen Betrieben der Anreiz der persönlichen Überzeugung am wichtigsten ist, ist er für Betriebe, die viel mehr Wert auf Umweltschutz legen, am ehesten von Bedeutung (s. Abb. 25).

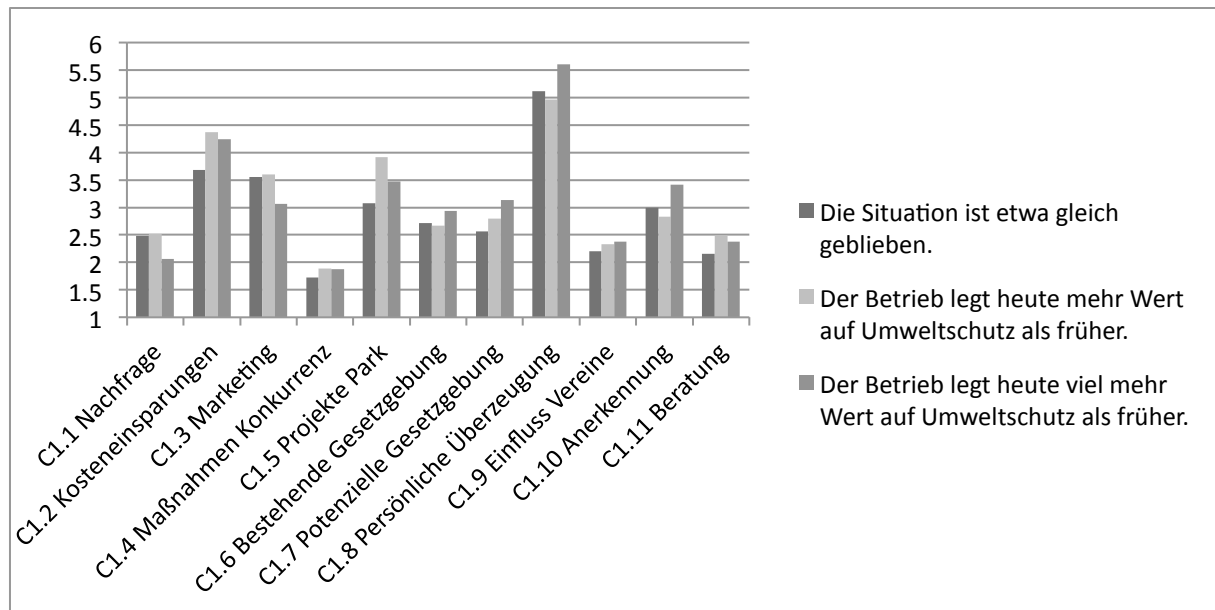


Abbildung 25: Mittelwerte der Einschätzung der Anreize in den Kategorien der Veränderung über die Zeit für Betriebe, die heute mehr Wert auf Umweltschutz legen als früher, ist der Anreiz der Kosteneinsparungen wichtiger als in den anderen Betrieben (s. Abb. 25). Außerdem schätzen diese Betriebe die Projekte von Naturparks eher als Anreiz ein als die übrigen Betriebe. Hier ist jedoch anzumerken, dass die genannten Unterschiede bezüglich der Veränderung über die Zeit gering und statistisch nicht signifikant sind.

Die Einschätzung der Anreize in den jeweiligen Naturparks fällt teilweise recht unterschiedlich aus. Systematische Abweichungen sind jedoch keine erkennbar.

7.4.2 Hemmnisse

Das wichtigste Hemmnis, das gegen ein (weitergehendes) Engagement im betrieblichen Umweltschutz spricht, ist die Einschätzung, dass die negativen Umweltauswirkungen des Betriebes zu gering sind. Dicht darauf folgen eine mangelnde Nachfrage von Seiten der Kundinnen und Kunden und zu hohe Kosten. Als wenig relevant wurden mögliche Qualitätseinbußen und eine mangelnde Unterstützung durch die Mitarbeitenden eingestuft (s. Abb. 26). Generell wurden die Hemmnisse als weniger relevant eingeschätzt als die Anreize.

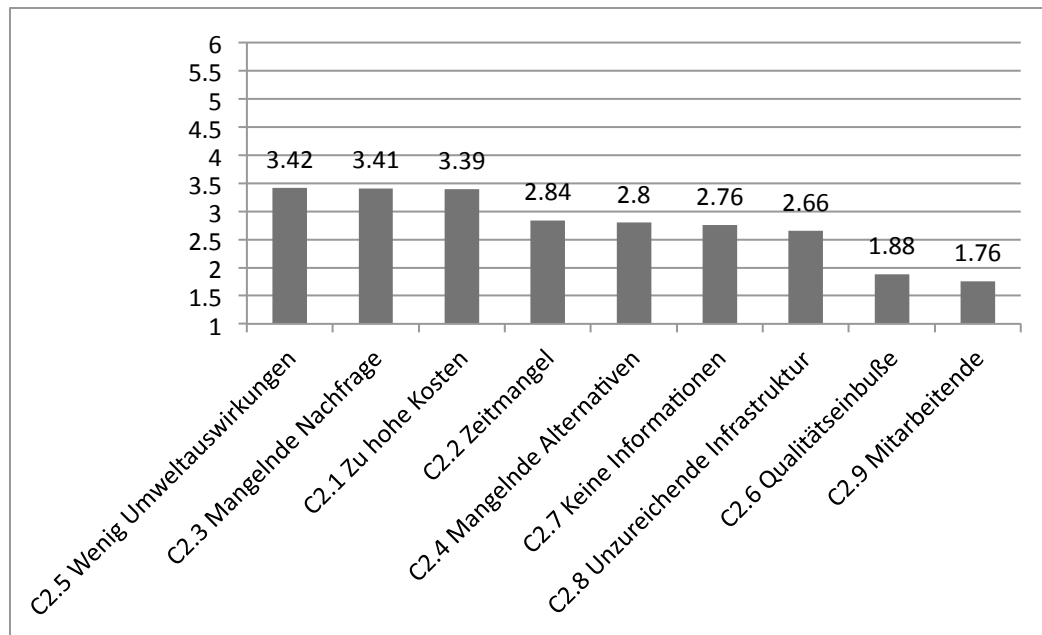


Abbildung 26: Einschätzung (Mittelwerte) der Hemmnisse durch die teilnehmenden Betriebe

Wie auch schon bei den Anreizen schätzen die Betriebe der Hotellerie die Hemmnisse generell höher ein als Parahotellerie-Betriebe. Besonders groß sind die Unterschiede beim Mangel an geeigneten Alternativen (U-Test nach Mann & Whitney: 0,001) sowie dem Hemmnis der zu hohen Kosten (U-Test nach Mann & Whitney, $p=0.001$). Nur das Argument, dass die negativen Umweltauswirkungen zu gering sind, bewerten Hotellerie und Parahotellerie ungefähr gleich.

In eine ähnliche Richtung weisen die Unterschiede in Bezug auf die Betriebsgröße. Kleine Betriebe schätzen die meisten der Hemmnisse als weniger wichtig ein als große Betriebe. Auch hier bildet die Einschätzung, dass der Betrieb zu wenige Umweltauswirkungen verursacht, eine Ausnahme. Dieses Hemmnis wird von kleineren Betrieben als wichtiger eingeschätzt als von großen. Der Unterschied ist diesbezüglich jedoch nicht statistisch signifikant. Für große Betriebe ist außerdem vor allem der Zeitmangel ein wesentliches Hemmnis: Bei den Betrieben mit mehr als 50 Betten ist er mit einem Mittelwert von 4 das als am wichtigsten eingestufte Hemmnis.

Einige geringe Unterschiede sind erkennbar, wenn die Mittelwerte der Hemmnisse mit der Veränderung über die Zeit verglichen werden (s. Abb. 27). Für solche Betriebe, die mehr Wert auf Umweltschutz legen, sind die zu hohen Kosten eher ein Hemmnis als für die anderen. Für Betriebe, die viel mehr Wert darauf legen, sind hingegen die mangelnde Nachfrage sowie eine unzureichende Infrastruktur eher ein Problem. Wie bereits bei

den Anreizen sind diese Unterschiede bis auf die Infrastruktur (Kendall's Tau c: 0,207, $p=0,031$) jedoch statistisch nicht signifikant.

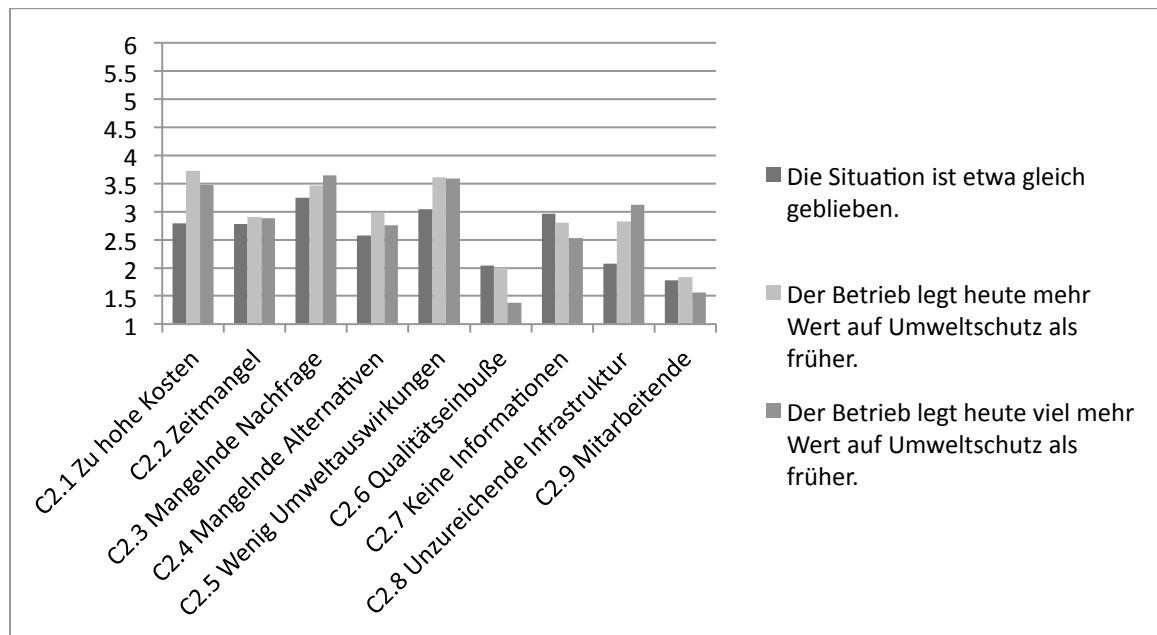


Abbildung 27: Mittelwerte der Einschätzung der Hemmnisse in den Kategorien der Veränderung über die Zeit

Wird die Bewertung der Hemmnisse durch die Betriebe in den unterschiedlichen Naturparks betrachtet, fällt auf, dass der Naturpark mit der durchschnittlich höchsten Kennzahlensumme die Hemmnisse praktisch durchgehend als weniger wichtig einschätzt als die übrigen. Ansonsten sind aufgrund der teils sehr unterschiedlich ausfallenden Bewertungen keine systematischen Unterschiede erkennbar.

7.5 Problembewusstsein

Die an der Umfrage teilnehmenden Betriebe schätzen die Relevanz einer intakten natürlichen Umwelt für ihren Betrieb generell als sehr hoch ein. 67,4 % stimmten der Aussage „Eine intakte natürliche Umwelt ist für meinen Betrieb wichtig“ völlig zu (Skalenwert 6), 97,7 % der Antworten lagen in den oberen Skalenwerten 4 bis 6. Der Wert 1 (stimme überhaupt nicht zu) wurde nie angegeben (s. Abb. 28).

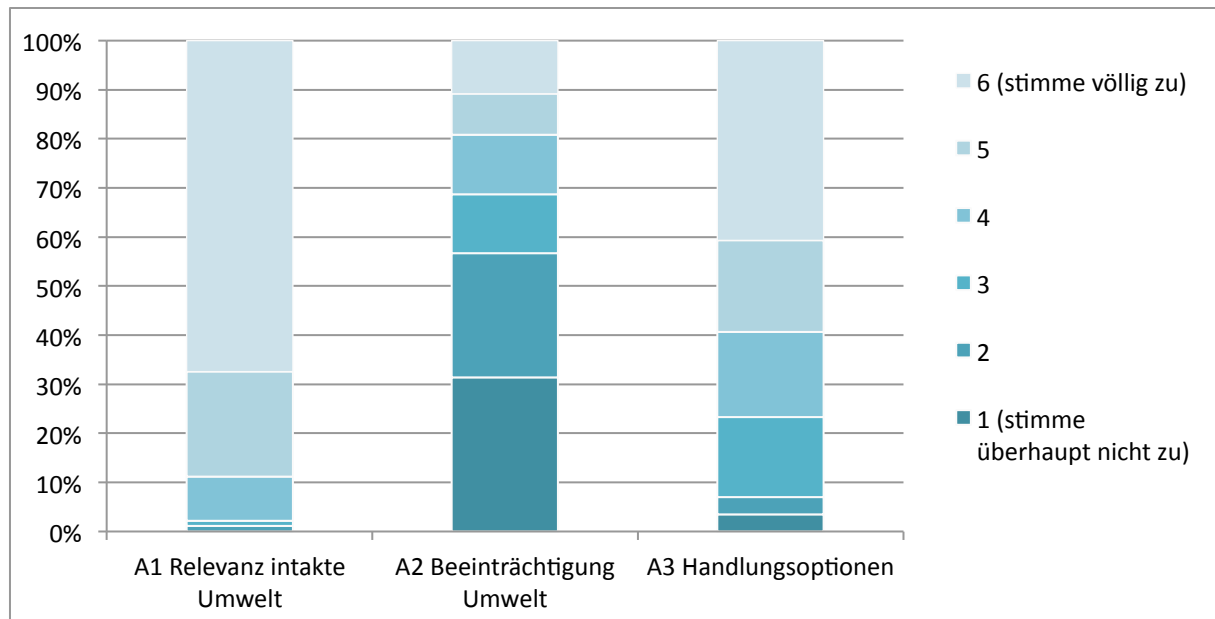


Abbildung 28: Grad der Zustimmung der teilnehmenden Betriebe zu den Aussagen im Bereich Problembewusstsein

Bei der Aussage „Mein Betrieb beeinträchtigt die natürliche Umwelt“ liegen die Antworten eher im unteren Bereich der Bewertungsskala. 68,7 % der Betriebe wählten einen Wert von 1 bis 3, wobei der Skalenwert 1 (stimme überhaupt nicht zu) mit 31,3 % am häufigsten angegeben wurde (s. Abb. 28).

Die befragten Betriebe schätzen ihre Handlungsoptionen als eher hoch ein. Die Aussage „Mein Betrieb kann etwas zum Schutz der natürlichen Umwelt beitragen“ fand bei 40,7 % der Teilnehmenden völlige Zustimmung (Skalenwert 6). 76,7 % der Antworten lagen in den oberen Skalenwerten von 4 bis 6. Nur je 3,5 % stimmten der Aussage überhaupt nicht zu oder wählten den Skalenwert 2 (s. Abb. 28).

Betriebe der Hotellerie und der Parahotellerie unterscheiden sich in ihrer Einschätzung bezüglich der Beeinträchtigung der Umwelt signifikant (U-Test nach Mann & Whitney: 0,043). Der Mittelwert bei Betrieben der Hotellerie liegt höher, das heißt, Hotellerie-Betriebe stimmen der Aussage „Mein Betrieb beeinträchtigt die natürliche Umwelt“ eher zu als Betriebe der Parahotellerie (s. Abb. 29). Bei dieser Aussage besteht außerdem ein Unterschied in Bezug auf die Betriebsgröße: Größere Betriebe stimmen dieser Aussage eher zu als kleinere (Kendall's Tau c: 0,263, $p=0,001$).

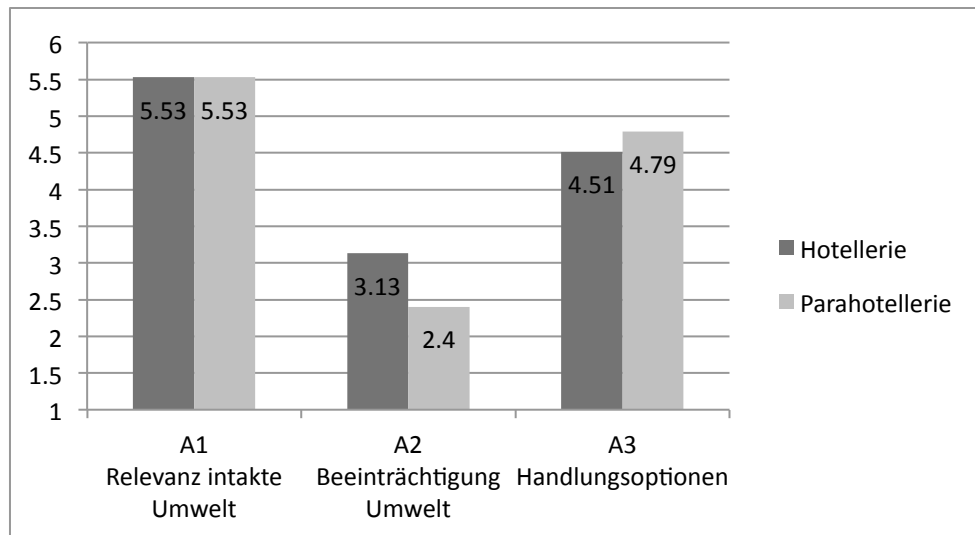


Abbildung 29: Unterschiede in der Einschätzung von Hotellerie- und Parahotellerie-Betrieben im Bereich Problembewusstsein

Das Problembewusstsein weist einige Zusammenhänge zum Grad der ökologischen Nachhaltigkeit auf. So besteht zwischen der Einschätzung der Relevanz einer intakten Umwelt und der Kennzahlensumme der ökologischen Nachhaltigkeit eine mäßige Korrelation (Kendall's Tau c: 0,229, $p=0,002$). Das heißt, je höher die Relevanz einer intakten natürlichen Umwelt für den Betrieb eingeschätzt wurde, desto eher wurden Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz ergriffen. Des Weiteren besteht eine Korrelation in einer ähnlichen Größenordnung (Kendall's Tau c: 0,292, $p=0,000$) zwischen den Handlungsoptionen und der Kennzahlensumme. Demgemäß werden von den Betrieben eher Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz ergriffen, je mehr sie der Aussage „Mein Betrieb kann etwas zum Schutz der natürlichen Umwelt beitragen“ zustimmen. Zwischen der Summenkennzahl und der wahrgenommenen Beeinträchtigung der Umwelt durch den Betrieb zeigen die Daten hingegen keinen signifikanten Zusammenhang (Kendall's Tau c: 0,117, $p=0,149$). Demnach ergreifen Betriebe, welche eine Beeinträchtigung der Umwelt durch ihre Tätigkeiten als hoch bzw. gering einschätzen, nicht mehr resp. weniger Maßnahmen als andere Betriebe.

In Bezug auf die Naturparks zeigen die Daten keine signifikanten Zusammenhänge. Es gibt beispielsweise keinen Hinweis darauf, dass Betriebe aus neueren Naturparks die Aussagen systematisch anders bewerten als Betriebe aus bereits länger existierenden Naturparks.

Zwischen den drei Aussagen und dem Geschlecht, dem Bildungsniveau und dem Alter der antwortenden Person sind in der Stichprobe keine Korrelationen erkennbar. Zwi-

schen den Eigentumsverhältnissen und der Einschätzung des Beitrags zum Umweltschutz hingegen besteht ein signifikanter Zusammenhang (U-Test nach Mann & Whitney: 0,036). Wurde der Fragebogen von einer Eigentümerin resp. einem Eigentümer ausgefüllt, stößt die Aussage, etwas für den Umweltschutz tun zu können, eher auf Zustimmung (M: 4,86) als bei Teilnehmenden, die den Betrieb nicht besitzen (M: 4,19).

7.6 Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

- In einem Großteil der Handlungsbereiche vergeben die teilnehmenden Betriebe Werte am oberen Ende der Bewertungsskala.
- Maßnahmen im Bereich Umweltmanagement werden am wenigsten häufig umgesetzt.
- Parahotellerie-Betriebe setzen häufig etwas mehr Maßnahmen um als Hotellerie-Betriebe.
- Anhand der Stichprobe konnten keine systematischen Unterschiede zwischen den Betrieben in den unterschiedlichen Naturparks ausgemacht werden.
- Ein Großteil der Betriebe legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher. Bei den restlichen Betrieben ist die Situation zumindest stabil geblieben.
- Die persönliche Überzeugung wird von den teilnehmenden Personen als größter Anreiz für ein Engagement im betrieblichen Umweltschutz eingeschätzt, gefolgt von möglichen Kosteneinsparungen, Projekten der Naturparks und dem Nutzen des Engagements als Marketing-Argument.
- Wichtigstes Hemmnis, das gegen ein Engagement im betrieblichen Umweltschutz spricht, ist die Einschätzung, dass die negativen Umweltauswirkungen des Betriebes zu gering sind. Dicht darauf folgen eine mangelnde Nachfrage der Kundinnen und Kunden sowie die Kosten.
- Die Relevanz einer intakten natürlichen Umwelt wird von den meisten Betrieben als hoch eingeschätzt.
- Viele Betriebe sind der Meinung, dass die natürliche Umwelt wenig durch den eigenen Betrieb beeinträchtigt wird.
- Ein Großteil der Teilnehmer denkt, dass ihr Betrieb etwas zum Schutz der natürlichen Umwelt beitragen kann.

8 Diskussion

Das folgende Kapitel dient der Erläuterung der Ergebnisse. Wie im vorhergehenden Kapitel werden zunächst die Handlungsbereiche kommentiert, gefolgt von den Anreizen und Hemmnissen sowie dem Problembewusstsein. Zudem wird die Entwicklung über die Zeit ausgeführt. Abgeschlossen wird das Kapitel mit einigen Bemerkungen zu den Limitationen der Untersuchung.

8.1 Handlungsbereiche

Der erste Teil des Kapitels widmet sich den Handlungsbereichen. Zunächst werden die Ergebnisse zu den im Fragebogen abgefragten Maßnahmen erläutert. Danach werden mögliche Zusammenhänge zwischen diesen Maßnahmen und den Betriebseigenschaften sowie den Naturparks aufgezeigt.

8.1.1 Beurteilung einzelner Maßnahmen

Generell schneiden die teilnehmenden Betriebe erstaunlich gut ab. Die erzielten Werte liegen in vielen Bereichen am oberen Ende der Bewertungsskala. Wie zu erwarten war, schnitten die Betriebe bei Maßnahmen, die keinen großen Aufwand und keine Investitionen erforderten, gut bis sehr ab (s. Tabelle 18). Beispiele für solche Maßnahmen sind z. B., Waschmaschinen und Geschirrspüler nur voll beladen in Betrieb zu nehmen (M: 5,77), die Gäste über die öffentlichen Verkehrsmittel (M: 5,66) und umweltfreundliche Freizeitaktivitäten zu informieren (M: 5,83) oder den Abfall systematisch zu trennen und dem Recycling zuzuführen (M: 5,34).

Tabelle 18: Übersicht über die Mittelwerte der einzelnen Maßnahmen

Bereich	Maßnahme	N	Mittelwert (M)	Standardabweichung
Sensibilisierung	B53 Freizeit	89	5,83	0,907
Sensibilisierung	B54 MA-Schulung	54	5,81	0,953
Wasser	B22 Volle Ladung	88	5,77	0,582
Sensibilisierung	B52 Mobilitätsinformationen	89	5,66	1,261
Einkauf	B43 Saisonale Lebensmittel	91	5,58	0,716
Einkauf	B41 Regionale Produkte	91	5,56	1,024
Abfall/Recycling	B34 Recycling	91	5,34	1,284
Einkauf	B46 Koordination Einkäufe	90	5,34	1,229
Abfall/Recycling	B33 Einwegprodukte	90	5,27	1,372
Energie	B11 Beleuchtung ausschalten	88	5,23	1,328
Wasser	B21 Wäschewechsel	87	5,22	1,466
Energie	B13 Effiziente Leuchtmittel	88	5,16	1,202
Abfall/Recycling	B31 Wenig Verpackung	90	5,01	1,32
Einkauf	B44 Chemische Produkte	91	4,78	1,298

Wasser	B24 Geräte	89	4,76	1,422
Abfall/Recycling	B32 Wiederverwendung	82	4,74	1,562
Einkauf	B45 Rezyklierte Produkte	91	4,7	1,418
Energie	B14 Effiziente Geräte	86	4,6	1,191
Wasser	B23 Armaturen	88	4,52	1,762
Energie	B17/18 Energetische Sanierung	86	4,37	2,357
Energie	B12 Geräte ausschalten	83	4,3	1,723
Einkauf	B42 Bioprodukte	90	3,77	1,861
Sensibilisierung	B51 Beteiligung Gäste	89	3,3	2,506
Energie	B16 Heizen mit eE	86	3,26	2,245
Energie	B15 Strom aus eE	87	3,22	2,115
Einkauf	B47 Ermutigung Lieferanten	67	3,1	1,852
Umweltmanagement	B65 Zuständige Person	89	2,69	2,377
Wasser	B25 Regenwasser	90	2,33	1,793
Sensibilisierung	B55 Anerkennung MA	53	1,66	1,709
Umweltmanagement	B61 Schriftliche Ziele	90	1,44	1,431
Umweltmanagement	B66 Zertifizierung	87	1,11	0,754

Geringe Werte erzielten Maßnahmen, die Investitionen (z. B. Nutzung von erneuerbaren Energien für Strom und Heizung) oder einen gewissen anfänglichen Zeitaufwand erfordern. Dies trifft beispielsweise auf Maßnahmen im Bereich des Umweltmanagements zu, die sich alle am unteren Ende der Skalenwerte finden (s. Tabelle 18). Das Festlegen von Zielen und das Ausarbeiten von Maßnahmen benötigt Zeit und wird vor allem in größeren Betrieben durchgeführt. Um die Situation im betrieblichen Umweltschutz systematisch zu verbessern, kann es allerdings auch für kleine Betriebe sinnvoll sein, sich schriftliche Ziele zu setzen und Maßnahmen zu planen. Dies würde im Idealfall nach sich ziehen, dass vermehrt Kosten und mögliche Einsparungen von Maßnahmen quantifiziert würden. Dadurch würden voraussichtlich auch größere Investitionen eher in Betracht gezogen werden, da durch die Quantifizierung die Amortisation solcher Investitionen eher sichtbar wird. Es besteht demnach die Möglichkeit, dass mehr Maßnahmen im Bereich des Umweltmanagements gleichzeitig zu einer Verbesserung in anderen schlecht abschneidenden Bereichen mit potenziell großer Wirkung (z. B. Einsatz erneuerbarer Energien) führen können.

Es gibt aber auch diverse Maßnahmen, die trotz relativ einfacher Umsetzungsmöglichkeiten selten ergriffen werden. Dazu zählen das Benennen einer für den betrieblichen Umweltschutz zuständigen Person, eine Anerkennung von Mitarbeitenden, die sich durch besonderes Engagement auszeichnen, oder der Einbezug der Gäste in den betrieblichen Umweltschutz. Insbesondere bei der letztgenannten Maßnahme gibt es einfach

durchzuführende, erprobte Möglichkeiten, die Gäste durch Hinweisschilder, Aufkleber oder Broschüren einzubinden. Eine höhere Durchführungsrate in diesem Teilbereich kann eine Multiplikatorwirkung entfalten und sollte dementsprechend gefördert werden. Allerdings ist hier mit Umsetzungsproblemen zu rechnen, da einige Betriebe der Auffassung sind, dass Maßnahmen in diesem Teilbereich nicht in ihre Verantwortung fallen. Das zeigen Kommentare aus der Umfrage wie *„Es liegt nicht in unserer Aufgabe die Gäste zu erziehen !“* oder *„Wir denken , dass es nicht unsere Aufgabe ist eden kunden zu bevormunden oder zu erziehen, das schreckt meiner Meinung nach ab. Wir weisen unsere Kunden darauf hin die Utensilien sachgemäss zu trenn mit bereitgestellte Behältern. Manchmal afunktioniert , manchmal aber auch nicht.“* [sic]

Eine Multiplikatorwirkung kann auch durch die Ermutigung der Lieferanten erzielt werden, welche ebenfalls zu den wenig umgesetzten Maßnahmen zählt. Zu berücksichtigen ist hier, dass die tiefen Werte in diesem Teilbereich zumindest teilweise auch durch die geringe Betriebsgröße vieler Parahotellerie-Betriebe zustande kommen. Ein B&B-Betrieb bezieht seine Produkte vermutlich primär im Supermarkt und hat demnach kaum Möglichkeiten, einen Lieferanten zu beeinflussen. Anders ist die Situation bei größeren Betrieben, die hohe Abnahmemengen und so einen entsprechenden Einfluss haben. Diese können ihre Lieferanten beispielsweise bitten, mehr saisonale, regionale oder rezyklierte Produkte ins Sortiment aufzunehmen oder Verpackung zu vermeiden resp. wiederverwendbare Transportbehälter zu verwenden.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung weisen Parallelen zu früheren Studien in Schutzgebieten und im ländlichen Raum auf. Diese haben ebenfalls ein relativ hohes Niveau beim Umsetzen von Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz festgestellt (vgl. Font, Garay & Jones 2014; Carlsen, Geetz & Ali-Knight 2001 sowie teilweise Dewhurst & Thomas 2003). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die hohen Werte vermutlich auch auf die Ausrichtung und den Standort der Betriebe zurückzuführen sind. Einige Betriebe in den Naturparks befinden sich an abgelegenen Orten, verwenden daher die lokalen Ressourcen und verfügen über einen hohen Grad an Eigenversorgung. Dies verdeutlichen die folgenden Kommentare, die im Bemerkungsfeld des Fragebogens eingegeben wurden:

- *wir wohnen in einem berggebiet auf 1800 meter höhe. da ist vieles anders, zum beispiel fließt das wasser in grossen mengen den hang runter. es gibt deshalb keinen grund, regenwasser zu benutzen, da genügend wasserreserven vorhanden sind.*

auch heizen wir alles mit holz, bauen alles mit holz, verwenden hauptsächlich eigene produkte aus der natur und dem garten. vieles ist einfach gegeben!

- *Bei unserem Betrieb handelt es sich um eine Alp, auf der wir nebenbei in kleinem Rahmen Agrotourismus anbieten. Auf der Alp tragen wir automatisch Sorge zur Umwelt, heizen mit Holz, gehen zu Fuss usw. Es ist gar nicht mehr möglich, oder wir habens immer schon so gemacht.*
- *Beim Gemüse/Salat wird auf eigenprodukten hergestellt [...] Bio Gemüse*
- *Wir sind ein Landwirtschaftsbetrieb (Bio) und bieten unseren Gästen eigene Produkte an. [sic]*

8.1.2 Zusammenhang mit der Betriebsgröße und -art

In der Fachliteratur und in früheren Untersuchungen wird häufig ein Zusammenhang zwischen der Betriebsgröße und dem Engagement für ökologische Nachhaltigkeit unterstellt. Es wird angenommen, dass größere Betriebe nachhaltiger sind als kleine. Dafür werden mehrere Gründe angeführt. In großen Betrieben ist die Umweltbelastung aus quantitativer Sicht größer und dementsprechend auch besser sichtbar. Dies führt zu einem höheren Druck der Stakeholder, die entsprechende Maßnahmen fordern (vgl. Carmona-Moreno, Céspedes-Lorente & Burgos-Jiménez 2004, S. 110). Außerdem stehen großen Betrieben mehr Ressourcen zur Verfügung, sie haben eher ein formelles Management, das auch das Umweltmanagement einbezieht, und sie können Skaleneffekte erzielen (vgl. Hobson & Essex 2001, S. 144; Carmona-Moreno, Céspedes-Lorente & Burgos-Jiménez 2004, S. 110). Die Daten der vorliegenden Untersuchung zeichnen allerdings ein uneinheitliches Bild. Es ist eher ein Zusammenhang in entgegengesetzter Richtung oder mit einer U-förmigen Verteilung erkennbar (s. Kap. 7.3.7). Dies mag daran liegen, dass in kleinen Betrieben gewisse Maßnahmen einfacher umzusetzen sind, da weniger Personen involviert sind oder informiert werden müssen. Eine weitere mögliche Erklärung könnte struktureller Art sein. Eine Studie der Universität Bern deutet darauf hin, dass vor allem kleine und mittlere Hotels im ländlichen Raum nicht den nötigen Umsatz generieren, um langfristig rentabel arbeiten zu können (vgl. Universität Bern 2008, S. 42 und 50). Investitionen können wegen unterdurchschnittlicher Erträge pro Logiernacht nicht getätigt werden (vgl. Bundesrat 2013, S. 38). Da einige der abgefragten Maßnahmen anfängliche Investitionskosten erfordern, besteht in diesen Betriebe allenfalls keine Möglichkeit, solche Maßnahmen umzusetzen. Andererseits sind viele

Verbesserungen der ökologischen Nachhaltigkeit mit einfachen Verhaltensänderungen oder sehr geringen Anfangsinvestitionen zu erreichen. Es scheint daher lohnenswert, diese Gruppe von Betrieben besonders zu sensibilisieren.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen außerdem, dass Parahotellerie-Betriebe tendenziell mehr Maßnahmen umsetzen als Hotellerie-Betriebe (s. Kap. 7.3.7). Da Parahotellerie-Betriebe häufig kleine Betriebe sind, ist ein Zusammenhang mit der Betriebsgröße wahrscheinlich. Unten stehende Abbildung (s. Abb. 30) visualisiert die Anteile der Hotellerie- und Parahotellerie-Betriebe innerhalb der unterschiedlichen Betriebsgrößenkategorien. In der Kategorie bis zu sechs Betten ist der Parahotellerie-Anteil am größten, gleichzeitig werden von diesen Betrieben häufig die meisten Maßnahmen ergriffen (s. Kap. 7.3.7). In der Kategorie 21 bis 50 Betten, in der tendenziell weniger Maßnahmen ergriffen werden, ist der Anteil der Hotellerie-Betriebe am größten. Bei den Großbetrieben mit mehr als 50 Betten nehmen der Anteil der Parahotellerie und auch die ergriffenen Maßnahmen wieder zu.

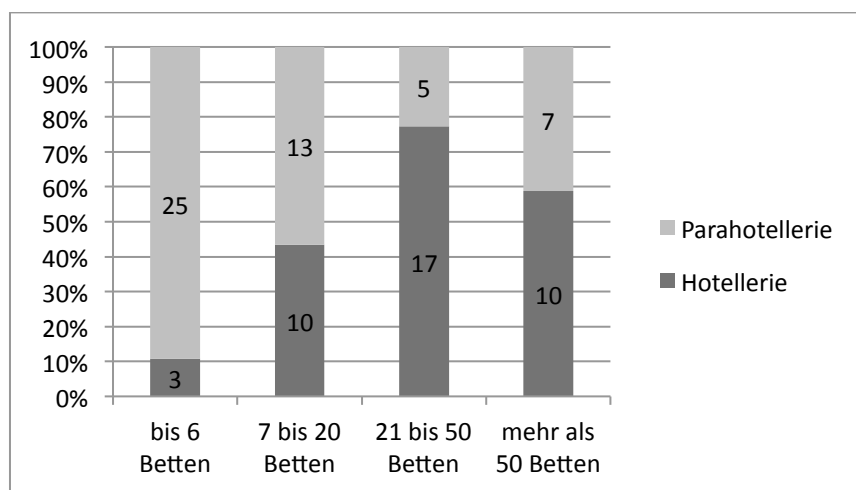


Abbildung 30: Anteil von Hotellerie- und Parahotellerie-Betrieben in den jeweiligen Betriebsgrößenkategorien

Hieraus könnte gefolgert werden, dass vor allem die Hotellerie zum Ergreifen von weiteren Maßnahmen animiert werden soll. Allerdings sind die Unterschiede insgesamt betrachtet eher gering. Es scheint daher wirkungsvoller, gezielt Maßnahmen einzelner, schlecht abschneidender Teilbereiche zu fördern, wie z. B. die Nutzung erneuerbarer Energie.

8.1.3 Zusammenhang mit dem Bestehen von Naturparks

Je länger ein Park existiert, desto mehr Zeit steht zur Verfügung, um die Parkziele bekannt zu machen, zu verankern und die Bevölkerung zu sensibilisieren. Es besteht daher Grund zur Annahme, dass das Engagement für ökologische Nachhaltigkeit von der Bestehensdauer des Naturparks abhängt. In diesem Fall wären Betriebe in älteren Parks ökologisch nachhaltiger als Betriebe in kürzlich gegründeten Parks. Die Daten zeigen jedoch keinen solchen Zusammenhang (s. Kap. 7.3.7). Neben den kleinen Fallzahlen gibt es mehrere Gründe, die für den fehlenden Zusammenhang ausgemacht werden können. So kann dies beispielsweise auf die generell kurze Bestehensdauer der Naturparks zurückzuführen sein oder darauf, dass die Naturparks in sehr geringen Zeitabständen (meist ein Jahr) voneinander gegründet wurden und ein Großteil davon im Jahr 2012. Eine weitere Erklärung könnte darin liegen, dass die Geschäftsstellen der Naturparks Beherbergungsbetriebe nur sehr selten in den Fokus genommen haben (mit Ausnahme des Teilbereichs regionale Produkte) und sie daher unzureichend sensibilisiert worden sind. Diesem Erklärungsversuch kann allerdings die hohe Einschätzung der Projekte von Naturparks als Anreiz entgegengehalten werden (s. Kap. 7.4.1). Doch auch hier sind keine systematischen Zusammenhänge zu erkennen. So wird z. B. in einem Naturpark, der spezifische Nachhaltigkeitskriterien für die Beherbergungsbranche ausgearbeitet hat, der Anreiz „Projekte des Naturparks“ im Vergleich zu Betrieben aus anderen Naturparks als gering eingeschätzt (M: 3,08). Umgekehrt ist die Relevanz dieses Anreizes in dem Naturpark am höchsten, in dem gegenwärtig keine spezifischen Projekte für Beherbergungsbetriebe existieren (M: 4,75).

Eine weitere Annahme ist, dass Betriebe in Naturparks, die konkrete Projekte in den abgefragten (Teil-)Bereichen lanciert haben, höhere Werte in der ökologischen Nachhaltigkeit erzielen als Betriebe in Naturparks ohne spezifische Projekte. Auch hier lassen die Daten keine Bestätigung dieser Annahme für Projekte im Bereich regionale Produkte, energetische Sanierung oder Nachhaltigkeit im Betrieb zu (s. Kap. 7.3.7). Neben den oben aufgeführten Gründen mag dies auch daran liegen, dass sich einige dieser Projekte, vor allem im Bereich der energetischen Sanierung, nicht spezifisch an Beherbergungsbetriebe richten, sondern an alle Gewerbebetriebe im Parkgebiet. Hier könnte eine gezielte Ansprache der Beherbergungsbetriebe eine Verbesserung der Situation erreichen. Es ist aber auch denkbar, dass eventuell vorhandene Projekte oder Aktionen von ande-

ren Akteuren (z. B. Behörden, Verbände, NGOs) in einigen Parkgebieten die Zusammenhänge überlagern.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit den vorliegenden Daten zum jetzigen Zeitpunkt keine Zusammenhänge zwischen der ökologischen Nachhaltigkeit der Beherbergungsbetriebe und dem zeitlichen Bestehen sowie Projekten von Naturparks auszumachen sind. Dies mag neben den statistischen Limitationen daran liegen, dass die Projekte in der kurzen Bestehensdauer der Naturparks noch nicht ihre volle Wirkung entfalten konnten. Allerdings gibt es zum jetzigen Zeitpunkt auch noch wenig Naturpark-Initiativen, die ganz konkret die Verbesserung von Nachhaltigkeit in Beherbergungsbetrieben zum Ziel haben.

8.1.4 Zusammenhang mit der Bestehensdauer eines Betriebes

Einige Studien unterstellen einen Zusammenhang zwischen dem Alter eines Betriebes und dessen Grad an Nachhaltigkeit. Dabei wird davon ausgegangen, dass jüngere Beherbergungsbetriebe nachhaltiger sind als ältere, weil sie neuere Infrastruktureinrichtungen und Technologien nutzen, die in ökologischer Hinsicht effizienter sind (vgl. Álvarez-Gil, Burgos-Jiménez & Céspedes-Lorente 2001, S. 459). Denkbar ist auch, dass in älteren Betrieben viele Strukturen und Abläufe schon lange bestehen und dementsprechend nur schwer geändert werden können. Die vorliegenden Daten bestätigen diesen Zusammenhang (s. Kap. 7.3.7).

8.2 Anreize und Hemmnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse zu den Anreizen und Hemmnissen, die für resp. gegen ein Engagement im betrieblichen Umweltschutz sprechen, kommentiert.

8.2.1 Anreize

Viele der bisher durchgeführten Studien zu Anreizen und Hemmnissen für oder gegen ein Engagement im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit kommen zum Schluss, dass primär Gründe ökonomischer Natur für das Ergreifen von Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz ausschlaggebend sind (vgl. Mensah 2014, S. 230). In der Studie von Bramwell und Alletorp (2001, S. 96) wird zum Beispiel der zunehmende Kundendruck als Hauptgrund für das Ergreifen von Maßnahmen genannt, gefolgt von Kosteneinsparungen. Auch in den Untersuchungen von Vernon et al. (2003, S. 60) und Bohdanowicz (2005, S. 194) wurden Kosteneinsparungen als primärer Anreiz genannt. Die vorliegenden Daten zeigen jedoch ein leicht anderes Bild (s. Kap. 7.4.1). Die persönliche Überzeu-

gung stellt mit Abstand den wichtigsten Anreiz dar. Dies weist darauf hin, dass die teilnehmenden Personen über eine hohe intrinsische Motivation verfügen. Die folgenden Kommentare aus der Umfrage verdeutlichen dies:

- *In der heutigen Zeit ist Umweltschutz ein „Muss“, wenn wir unseren Nachkommen eine lebenswerte Welt erhalten wollen*
- *Wir leben von einer einigermaßen intakten Natur. Folglich müssen wir auch dazu beitragen.*
- *Das Haus wurde 1976 ohne grosse energietechnische, umweltfreundliche Überlegungen gebaut. Seit zwei Jahren führen wir das Haus und haben jährlich den Heizölverbrauch auf die Hälfte reduziert. Umweltschutz entsteht aus eigener Überzeugung.*
- *Wir sind sehr an Umweltschutz interessiert, brauchen dafür kein Zertifikat. Es ist einfach selbstverständlich Sorge zu tragen für alles was die Erde uns zukommen lässt. Wir sind ein Teil von allem!*

Die hohe Einschätzung des Anreizes der persönlichen Überzeugung schlägt sich auch im Grad der ökologischen Nachhaltigkeit im Betrieb nieder: je mehr Maßnahmen umgesetzt werden, desto höher wird der Anreiz der persönlichen Überzeugung eingeschätzt. Diese Korrelation ist interessant, weil zahlreiche Studien eine Diskrepanz zwischen der Werthaltung und dem tatsächlichen Verhalten festgestellt haben (mehr dazu in Kap. 8.3). Die hohe Relevanz des Anreizes der persönlichen Überzeugung spiegelt sich auch im Problembewusstsein wider: je höher dieser Anreiz eingeschätzt wurde, desto höher werden die Relevanz einer intakten natürlichen Umwelt für den Betrieb (Kendall's Tau c: 0,292, p=0,000) und der mögliche Beitrag des Betriebes zum Umweltschutz (Kendall's Tau c: 0,268, p=0,000) eingestuft.

Dennoch steht an zweiter Stelle der Anreiz der Kosteneinsparungen. Es scheint hier allerdings einen Zusammenhang mit der Betriebsgröße zu geben. Die vorliegenden Daten zeigen, dass die Relevanz der persönlichen Überzeugung als Anreiz mit zunehmender Betriebsgröße abnimmt und gleichzeitig die Wichtigkeit der Kosteneinsparungen zunimmt (s. Kap. 7.4.1). Dies bestätigt eher die Ergebnisse einer Studie, die zu dem Schluss kommt, dass insbesondere bei kleinen, inhabergeführten Betrieben die persönliche Einstellung der Inhaberin/des Inhabers zum Umweltschutz eine zentrale Rolle spielt (vgl. Carlsen, Getz & Ali-Knight 2001, S. 282 f. und 293 f.; Dewhurst & Thomas 2003, S. 385).

Daraus kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass primär größere Betriebe durch das Aufzeigen von Kosteneinsparpotenzialen zu weiteren Maßnahmen bewegt werden können.

Ein weiterer wichtiger Anreiz ist die Nutzung des Umweltschutzes als Marketing-Argument, was in eine vergleichbare Richtung zielt wie die als ähnlich wichtig bewerteten Projekte der Naturparks. Diese Projekte bestehen häufig darin, Betriebe, die sich in bestimmten Bereichen engagieren, speziell zu bewerben. Projekte dieser Art können also durchaus dazu beitragen, das Engagement weiter zu stärken. Interessanterweise wird jedoch der Anreiz der Nachfrage von Kundinnen und Kunden als nicht sehr wichtig eingestuft. Dies steht in Konflikt mit der Relevanz des Marketing-Anreizes, da sich das Marketing in der Regel auf eine entsprechende Nachfrage stützt. Diese Inkongruenz könnte damit erklärt werden, dass sich die Gäste nicht persönlich über die Situation im Betrieb erkundigen und sich eher indirekt, z. B. über die Website, informieren. Die Nachfrage ist damit für die Beherbergungsbetriebe nicht direkt sichtbar und wird deshalb nur wenig als Anreiz wahrgenommen. Dieser mögliche Erklärungsansatz wird auch dadurch gestützt, dass eine mangelnde Nachfrage von den Betrieben als größtes Hemmnis eingeschätzt wird.

Werden die einzelnen Anreize wie in Kap. 5.1 vorgeschlagen den drei Dimensionen Persönlichkeit, Ökonomie und Politik/Gesellschaft zugeordnet, wird sichtbar, dass es keine Dimension gibt, die als besonders wichtig heraussticht (s. Abb. 31). In allen Dimensionen sind Anreize unterschiedlicher Relevanz vertreten.

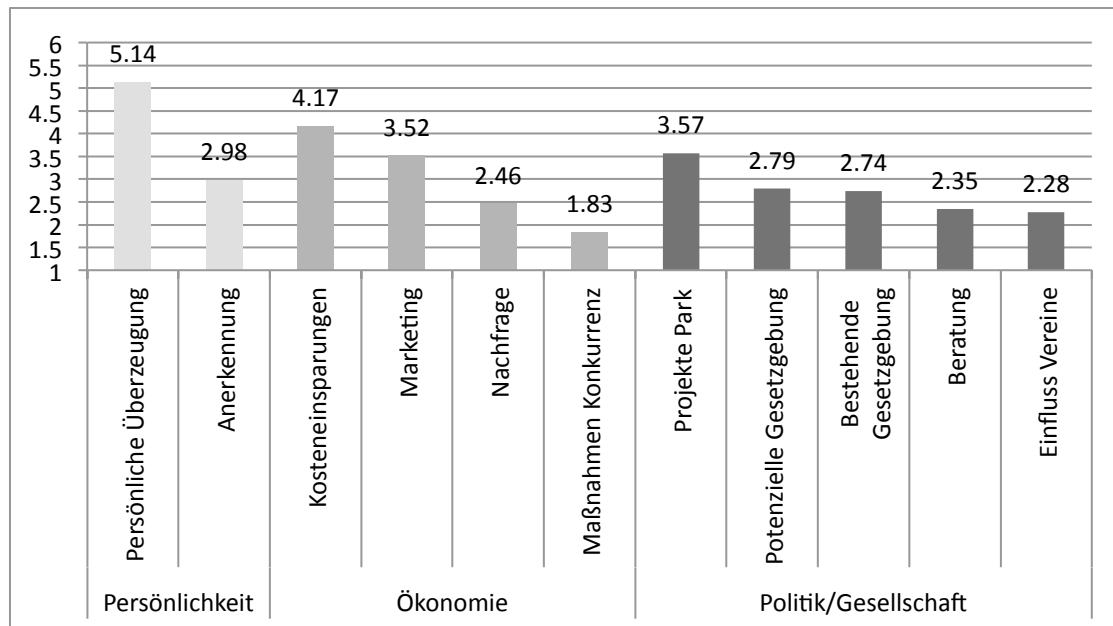


Abbildung 31: Bewertung der Anreize (Mittelwerte) innerhalb der drei Dimensionen Persönlichkeit, Ökonomie und Politik/Gesellschaft

8.2.2 Hemmnisse

Als wichtigstes Hemmnis für ein weitergehendes Engagement im betrieblichen Umweltschutz wird eine mangelnde Nachfrage genannt (s. Kap. 7.4.2). Dies ist durchaus nachvollziehbar, denn: Um einen effizienten Ressourceneinsatz zu erreichen, bieten die Betriebe primär das an, was auch nachgefragt wird. Diverse Studien haben gezeigt, dass Touristinnen und Touristen nachhaltige und umweltfreundliche Angebote zwar als wichtig bewerten, dass diese aber ihre konkrete Wahl schlussendlich nur wenig beeinflussen (vgl. z. B. Baker, Davis & Weaver 2013, S. 89). Diesen Konflikt zeigt auch der folgende Kommentar aus der Umfrage auf:

Wir machen die Erfahrung, der Grosteil der Gäste erwartet günstige Logie und Verpflegung. Umweltschutz, Einkauf regional, gerechte Löhne ist prima, darf sich im Preis aber nicht auswirken. Die Kommunikation wie z.B. „regionale Produkte“ wird von einem Teil der Gäste lobend erwähnt, die Bereitschaft dafür etwas mehr zu zahlen ist sehr sehr klein. Das zeigen Aussagen der Passanten wir: „wir fahren ins Südtirol, das ist günstiger“ oder der Vergleich mit Ferien in der Türkei. [sic]

Um dieses Hemmnis zu überwinden, müssten sich die Gäste bei den Beherbergungsbetrieben vermehrt nach deren Nachhaltigkeitsbemühungen erkundigen und ihr Verhalten entsprechend anpassen, indem sie gut abschneidende Betriebe bevorzugen. Es ist aber schwierig, eine solche Bewusstseinsbildung flächendeckend zu erreichen. Eine andere

Möglichkeit ist, Umweltschutzbestrebungen von der Nachfrage abzukoppeln. Hierfür kommen beispielsweise rechtliche Vorgaben oder finanzielle Anreize resp. Förderungen infrage. Auch dabei handelt es sich um Ansätze, die vor allem langfristig eine Wirkung erzielen können. Zudem erfordern sie einigen Einfluss sowie finanzielle Mittel.

An zweiter Stelle der Gründe, die gegen ein Engagement im betrieblichen Umweltschutz sprechen, steht die Einschätzung, dass die negativen Umweltwirkungen des Betriebes zu gering sind. Dies korrespondiert mit der Einschätzung in Bezug auf das Problembewusstsein und erfordert eine weitere Sensibilisierung der Betriebe (s. dazu Kap. 8.3).

Ein weiteres wichtiges Hemmnis sind zu hohe Kosten. Hier ist anzumerken, dass viele Betriebe der Stichprobe bereits ein relativ hohes Niveau bei den Umweltschutzmaßnahmen erreicht haben. Sie haben insbesondere schon viele Maßnahmen umgesetzt, die wenig kostenintensiv oder kostenneutral sind. Daher ist anzunehmen, dass weitergehende Maßnahmen mit wesentlich höheren Kosten verbunden wären. Hier könnte – wie oben beschrieben – ein Umweltmanagement helfen, zukünftige Einsparpotenziale sichtbar zu machen (s. Kap. 8.1.1). Eine weitere Möglichkeit wäre, die Betriebe bei der Inanspruchnahme von Fördermitteln zu unterstützen (z. B. für Solaranlagen oder energetische Sanierungen) oder Investitionsanreize zu setzen (z. B. rabattierte Sammelbestellungen, Beratungsangebote). Allerdings ist auch dieses Hemmnis schwer zu überwinden: Die ländliche Hotellerie hat häufig mit finanziellen Problemen zu kämpfen und kann sich größere Investitionen daher oft nicht leisten (vgl. Bundesrat 2013, S. 38). Dies würde auch ansatzweise erklären, weshalb die Hotellerie das Hemmnis der hohen Kosten signifikant höher einschätzt als Parahotellerie-Betriebe. Des Weiteren sind einige Betriebe lediglich gepachtet oder gemietet, sodass dort wenig Anreiz besteht, Investitionen in großem Ausmaß zu tätigen. Das zeigen folgende Kommentare aus der Umfrage:

- *Als Pächter können Investitionsträchtigen Veränderungen wie z.B. effizientes und umweltschonendes Energiekonzept, Erneuerung der Kühlanlagen, Geschirrspühler, Waschmaschinen und Wassersparende Installationen nicht umgesetzt werden. Die Investition wäre à fond perdu. Die Unterstützung Kanton/Bund fehlt oder ist nicht bekannt.*
- *Haus in Miete (kein Ausbau-Interessen des Vermieters). [sic]*

Für die Hotellerie sind auch mangelnde umweltfreundliche Alternativen (z. B. Lebensmittel, Produkte, Lieferbetriebe) ein Thema. Diese Situation könnten Produkt- und

Lieferantenlisten, die der Hotellerie zur Verfügung gestellt werden, verbessern. Damit würden insbesondere auch Betriebe, die sich bisher eher wenig engagiert haben, angesprochen. Ein solches Projekt ist beispielsweise im Parc Ela in Arbeit.

Alle übrigen Hemmnisse finden sich im unteren Bereich der Bewertungsskala (kleiner als 3). Diese Hemmnisse scheinen demnach kaum ein Thema zu sein.

Insgesamt betrachtet nehmen die teilnehmenden Betriebe viele der ökonomischen Gründe am ehesten als Hemmnis wahr (s. Abb. 32). Dementsprechend müsste zur Verbesserung der Situation primär bei den Kosten und der mangelnden Nachfrage angesetzt werden, ergänzt mit einer Sensibilisierung bezüglich der negativen Umweltwirkungen.

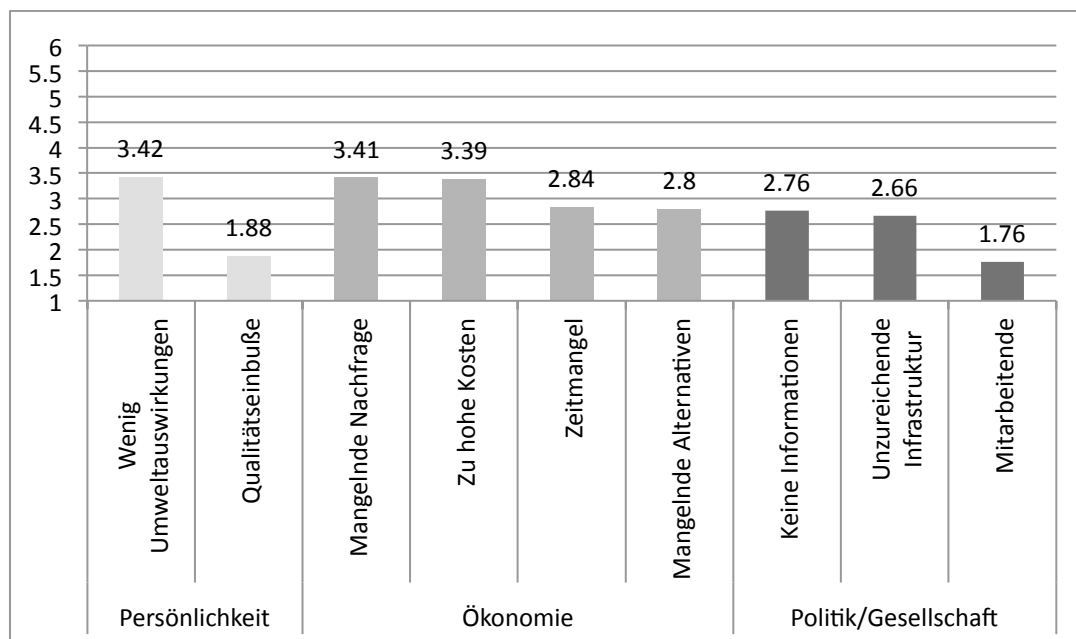


Abbildung 32: Bewertung der Hemmnisse (Mittelwerte) in den Dimensionen Persönlichkeit, Ökonomie und Politik/Gesellschaft

8.3 Problembewusstsein

Ein sehr großer Anteil der Teilnehmer hat die Relevanz einer intakten natürlichen Umwelt für das Bestehen des Betriebes erkannt. Sie schätzen jedoch die Beeinträchtigung der Umwelt durch ihren Betrieb als relativ gering ein (s. Kap. 7.5). Zu einem ähnlichen Ergebnis kam eine Studie über kleine Tourismus-Unternehmen in einem Nationalpark in Großbritannien (vgl. Dewhurst & Thomas 2003, S. 399). Dies kann bedeuten, dass das Bewusstsein der Betriebe bezüglich ihrer Umweltauswirkungen wenig ausgeprägt

ist. Ein anderer Grund mag darin liegen, dass die Teilnehmenden eine relative Einschätzung vorgenommen haben und die Auswirkungen ihres Betriebes im direkten Vergleich zu anderen Betrieben als gering wahrnehmen. Diese These wird durch die hohen erzielten Werte in den Handlungsbereichen und die große Bedeutung des Anreizes der persönlichen Überzeugung gestützt. Dass Parahotellerie-Betriebe die Beeinträchtigung der Umwelt tendenziell als geringer einschätzen als Hotellerie-Betriebe deutet ebenfalls in diese Richtung. Da es sich bei den Parahotellerie-Betrieben oft um kleine Betriebe handelt (B&Bs, agrotouristische Betriebe) oder um Betriebe mit vergleichsweise geringem Komfort (Gruppenunterkünfte), ist anzunehmen, dass solche Betriebe absolut betrachtet tatsächlich weniger negative Umweltwirkungen verursachen. Relativ betrachtet, also im Verhältnis pro Gast, muss dies jedoch nicht unbedingt der Fall sein. Hier könnte weiteres Sensibilisierungspotenzial bestehen.

Obwohl die Beeinträchtigung der Umwelt durch den Betrieb insgesamt als gering eingeschätzt wird, sind dennoch viele der Umfrageteilnehmer der Meinung, dass sie einen Beitrag zum Schutz der natürlichen Umwelt leisten können (s. Kap. 7.5). Je höher die Beeinträchtigung der Umwelt eingeschätzt wird, desto mehr Handlungsmöglichkeiten sehen die teilnehmenden Betriebe (Kendall's Tau c: 0,207, $p=0,010$). Betriebseigentümer/-innen sehen erwartungsgemäß mehr Handlungsoptionen als die anderen Befragten. Daraus lässt sich ableiten, dass Informationen zu Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz diese Personen anregen könnten, ihren Handlungsspielraum auch wahrzunehmen.

In frühen Modellen der 1970er-Jahre wurde angenommen, dass das Wissen über Umweltprobleme das Umweltbewusstsein direkt beeinflusst und dies wiederum dazu führt, dass sich eine Person umweltfreundlicher verhält (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, S. 241). Diese Modelle wurden jedoch bald widerlegt und es wurde festgestellt, dass eine Diskrepanz zwischen dem Umweltbewusstsein und dem tatsächlichen Verhalten besteht. Obwohl mittlerweile eine Vielzahl von Personen angibt, sich um die Umwelt zu sorgen, ergreifen nur wenige Maßnahmen, um ihre Gewohnheiten zu ändern. Dieses psychologische Phänomen, dass Werte oder Wissen auf der einen Seite und Handlungen auf der anderen Seite nicht übereinstimmen, ist unter dem Namen value-action gap bekannt (vgl. Blake 1999, S. 262 ff.). Eine solche Diskrepanz konnte in den vorliegenden Daten jedoch nur ansatzweise festgestellt werden. Die Betriebe haben erkannt, dass sie persönlich von einer Beeinträchtigung der natürlichen Umwelt betroffen wären (Kompo-

nente persönliche Betroffenheit) und etwas tun können, um zum Schutz der natürlichen Umwelt beizutragen (konative Komponente). Diese zwei Komponenten scheinen mit dem Grad der ökologischen Nachhaltigkeit zusammenzuhängen. Je höher die Einschätzung der Relevanz einer intakten Natur und der Handlungsoptionen, desto höher ist der Grad der ökologischen Nachhaltigkeit bei den entsprechenden Betrieben. Dementsprechend scheint es keine wesentliche Diskrepanz zwischen dem Umweltbewusstsein und dem tatsächlichen Verhalten zu geben. Bei der kognitiven Komponente der tatsächlichen Beeinträchtigung durch den Betrieb besteht hingegen noch Sensibilisierungspotenzial.

8.4 Entwicklung über die Zeit

Ein Großteil der Betriebe legt heute mehr oder gar viel mehr Wert auf ökologische Nachhaltigkeit als früher, was sich auch im Grad der ökologischen Nachhaltigkeit widerspiegelt (s. Kap. 7.3.8). Diese positive Entwicklung lässt vermuten, dass sich die Betriebe in den letzten Jahren weiterentwickelt haben. Allerdings muss hier einschränkend bemerkt werden, dass die Daten eine gewisse Verzerrung nach oben aufweisen könnten: Umfrageteilnehmer/-innen richten ihre Antwort häufig an dem in der Gesellschaft vorherrschenden Meinungsbild aus (soziale Erwünschtheit, s. Kap. 8.5). Da heutzutage der Umweltschutz ein wichtiges Thema ist, ist es möglich, dass die teilnehmenden Betriebe ihr Antwortverhalten im positiven Sinn angepasst haben.

Wichtiger Anreiz für Betriebe, die sich stark weiterentwickelt haben, ist die persönliche Überzeugung (s. Kap. 7.4.1). Dieser Zusammenhang, wenn auch nicht statistisch signifikant, stimmt mit den übrigen Ergebnissen überein, die dafür sprechen, dass sich die persönliche Überzeugung in konkretes Handeln übersetzt (s. Kap. 8.3). Bei Betrieben, die sich weniger stark weiterentwickelt haben, nehmen dagegen die Kosteneinsparungen als Anreiz eine wichtigere Rolle ein. Dies korrespondiert damit, dass diese Betriebe die Kosten auch eher als Hemmnis angeben als die anderen Betriebe (s. Kap. 7.4.2). Auch Projekte der Naturparks sind für diese Betriebe, die mit 46,6 % einen wesentlichen Anteil ausmachen, wichtiger. In Übereinstimmung mit den bisherigen Ergebnissen lässt sich daraus ableiten, dass vermutlich viele Betriebe durch eine Kombination von Aufzeigen von Kosteneinsparpotenzialen mit Projekten von Naturparks zu einem ökologisch nachhaltigeren Verhalten bewegt werden könnten.

Naturparks informieren und sensibilisieren die Bevölkerung und Betriebe im Parkgebiet durch ihren partizipativen Charakter sowie durch entsprechende Projekte und regen

damit zum Handeln an. Dies lässt vermuten, dass sich mit zunehmender Bestehensdauer eines Naturparks der Anteil der Betriebe, die mehr oder viel mehr Wert auf Umweltschutz legen als früher, erhöht. Die vorliegenden Daten zeigen allerdings keinen linearen Zusammenhang (s. Kap. 7.3.8). Dies entspricht auch dem bisher festgestellten fehlenden Zusammenhang zwischen den Naturparks und der ökologischen Nachhaltigkeit der Betriebe. Das kann bedeuten, dass die Beherbergungsbetriebe nicht in wünschenswertem Ausmaß von Informationen und Projekten der Naturparks erreicht werden und dementsprechend wenig sensibilisiert werden. Für diese These spricht, dass es momentan noch wenige Projekte mit Fokus auf der Beherbergungsbranche gibt. Allerdings können die geringen Fallzahlen in einigen Naturparks zu einer Verzerrung führen, weshalb die Aussagekraft hier wesentlich eingeschränkt ist.

8.5 Limitationen der Untersuchung

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung stammen aus einer Gelegenheitsstichprobe und sind daher mit Limitationen verbunden. So ist davon auszugehen, dass Betriebe, die sich bereits für betrieblichen Umweltschutz interessieren, eine größere Bereitschaft zur Teilnahme an der Umfrage hatten. Es ist somit wahrscheinlich, dass die Ergebnisse durch die Teilnahme besonders motivierter Personen eine Verzerrung nach oben aufweisen. Darauf deuten auch die hohen Werte beim Problembewusstsein und beim Anreiz der persönlichen Überzeugung hin.

Zudem könnte beim Ausfüllen des Fragebogens der Effekt der sozialen Erwünschtheit zum Tragen gekommen sein. Darunter wird das Phänomen verstanden, dass die Teilnehmer/-innen dazu tendieren, den Fragebogen in die Richtung zu beantworten, die ihrer Meinung nach den sozialen Normen entspricht (vgl. Raab-Steiner & Benesch 2010, S. 60). Da nachhaltiges Verhalten heutzutage durch die mediale Berichterstattung und die Sensibilisierung durch NGOs einen wichtigen Stellenwert in der Gesellschaft einnimmt, ist es möglich, dass die Teilnehmer/-innen ihre Antworten nach oben angepasst haben.

Aus diesen Gründen können die Ergebnisse nicht vorbehaltlos auf die Grundgesamtheit übertragen werden. Es ist insbesondere anzunehmen, dass die Werte in der Grundgesamtheit tendenziell etwas tiefer liegen. Dennoch können die Ergebnisse Aufschluss über relative Verhältnisse und Zusammenhänge in der Grundgesamtheit geben.

Schwierig gestaltete sich in der Untersuchung, dass innerhalb der einzelnen Naturparks oft nur eine geringe Anzahl von Fällen für die Auswertung zur Verfügung stand. Dies schränkt die statistische Aussagekraft stark ein, weswegen die Ergebnisse bezüglich der Zusammenhänge mit Naturparks besonders kritisch betrachtet werden müssen.

Zu beachten ist weiterhin, dass das Ergebnis eines Signifikanztests vor allem von der Größe der Stichprobe abhängig ist. Je größer die Stichprobe, desto eher ist auch die Signifikanz schwacher Zusammenhänge nachweisbar (vgl. Janssen & Laatz 2013, S. 266). Die vorliegende Stichprobe ist mit rund 90 Datensätzen eher klein. Somit ist die Signifikanzprüfung schwacher Zusammenhänge schwierig. Daher wurden in der vorliegenden Arbeit auch nicht-signifikante Zusammenhänge erwähnt, falls die Daten dies nahelegten. Solche Zusammenhänge sind jedoch mit entsprechender Vorsicht zu interpretieren.

9 Einbettung der Erkenntnisse und mögliche Ansatzpunkte

Das folgende Kapitel dient der Zusammenführung der Erkenntnisse. Dazu wird zunächst erläutert, wie die Ergebnisse unter dem Gesichtspunkt der nachhaltigen Regionalentwicklung zu bewerten sind. Anschließend werden mögliche Ansatzpunkte zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit beschrieben.

9.1 Einbettung in den Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung

In diesem Unterkapitel wird zunächst anhand des strategischen Zielrahmens dargestellt, welchen Beitrag die Beherbergungsbetriebe zur nachhaltigen Regionalentwicklung leisten. Danach werden die Wechselwirkungen zwischen den Nachhaltigkeitsdimensionen aufgezeigt und der Einfluss der Naturparks auf die Beherbergungsbetriebe dargelegt.

9.1.1 Beitrag zum strategischen Zielrahmen

Die Ergebnisse haben gezeigt, dass die teilnehmenden Beherbergungsbetriebe durchaus zur nachhaltigen Regionalentwicklung beitragen. Wird der in Kapitel 3.4 beschriebene strategische Zielrahmen als Bezugspunkt genommen, ist ersichtlich, dass die Beherbergungsbetriebe bei vielen operativen Zielen zumindest teilweise zu deren Verwirklichung beitragen:

- *Strategisches Ziel 1: Erhaltung und Aufwertung der Qualität von Natur und Landschaft*

Durch die Umsetzung diverser Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz helfen die befragten Betriebe mit, umwelt- und gesundheitsschädigende Einflüsse zu reduzieren (operatives Ziel 1.6).

- *Strategisches Ziel 2: Stärkung einer nachhaltig betriebenen Wirtschaft*

Die Beherbergungsbetriebe berücksichtigen bei ihren Einkäufen häufig regionale Produkte (operatives Ziel 2.1), die allerdings nicht zwangsläufig nachhaltig produziert worden sind (eher geringer Anteil Bioprodukte). Sie informieren ihre Gäste über umweltfreundliche Freizeitangebote (operatives Ziel 2.2). Ein Teil der Beherbergungsbetriebe nutzt erneuerbare Energien (operatives Ziel 2.4), wobei hier noch Verbesserungspotenzial besteht. Gäste werden außerdem praktisch immer über die Möglichkeiten der Nutzung des öffentlichen Verkehrs informiert und die betrieblichen Fahrten werden minimiert (operatives Ziel 2.5).

- *Strategisches Ziel 3: Sensibilisierung und Umweltbildung*

Beherbergungsbetriebe schulen ihre Mitarbeitenden im betrieblichen Umwelt-

schutz. Verbesserungspotenzial besteht in der Anerkennung von deren Leistung sowie im Einbeziehen der Gäste in die Umweltschutzmaßnahmen (operatives Ziel 3.2).

- *Strategisches Ziel 4: Management, Kommunikation und räumliche Sicherung*

Die teilnehmenden Beherbergungsbetriebe leisten ihren Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung primär durch Ad-hoc-Maßnahmen. Mithilfe von Methoden des Managements könnten sie ihren Beitrag zum operativen Ziel 4.1 vergrößern. Hinsichtlich der Kommunikation mit den Gästen, Mitarbeitenden und Lieferbetrieben (operatives Ziel 4.2) sind bereits einige Ansätze erkennbar, die jedoch noch ausbaufähig sind.

9.1.2 Zusammenspiel der Nachhaltigkeitsdimensionen

Bei näherer Betrachtung der Teilergebnisse werden die Verflechtungen zwischen den unterschiedlichen Dimensionen von Nachhaltigkeit erkennbar. Die Ergebnisse der Fragen zum Problembewusstsein zeigen, dass die Umfrageteilnehmer/-innen die Bedeutung einer intakten Natur für ihren Betrieb erkannt haben. Sie ist eine wesentliche Grundlage für die Sicherung einer längerfristigen Existenz des Betriebes und gleichzeitig bis zu einem gewissen Grad auch Ziel der ökonomischen Tätigkeit. Darauf deutet die Einschätzung vieler Teilnehmer/-innen hin, dass ihr Betrieb etwas zum Schutz und Erhalt der Natur beitragen kann. Die häufige Angabe des Anreizes der persönlichen Überzeugung als wichtigster Grund für ein Engagement im betrieblichen Umweltschutz zeugt von der Verankerungen des Verständnisses, dass eine intakte Natur eine wesentliche Grundlage darstellt. Die hohe Relevanz ökonomischer Gründe im betrieblichen Umweltschutz zeigt aber auch die starke Verflechtung zwischen ökonomischer und ökologischer Dimension auf. Solange mit Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit Kosteneinsparungen erzielt werden können, werden sie häufig umgesetzt. Sind keine ökonomischen Gewinne (mehr) sichtbar, werden marktbezogene Faktoren (mangelnde Nachfrage, Kosten) zu Hemmnissen, die gegen ein weitergehendes Engagement sprechen. Dies ist mit der sozialen Dimension von Nachhaltigkeit verbunden: Für die eigene Existenzsicherung ist ein Bestehen des Betriebes am Markt erforderlich. Für das Fortbestehen von Beherbergungsbetrieben im ländlichen Raum ist wiederum eine intakte Natur eine wichtige Voraussetzung. Das zeigt, dass die unterschiedlichen Aspekte von Nachhaltigkeit aufeinander aufbauen und sich gegenseitig bedingen. Beherbergungsbetriebe

sind eingegliedert in ein vielfältiges Geflecht unterschiedlicher Beziehungen, die nicht unabhängig voneinander betrachtet werden können.

9.1.3 Einfluss der Naturparks auf die Beherbergungsbetriebe

Aus den Ergebnissen der Umfrage konnte kein wesentlicher Zusammenhang zwischen dem Grad der ökologischen Nachhaltigkeit der Beherbergungsbetriebe und dem Bestehen der Naturparks ausgemacht werden. Es ist unklar, ob die Existenz der Naturparks die jetzige Situation prägt oder ob andere Faktoren ausschlaggebend sind. Unabhängig davon können sich die Geschäftsstellen der Naturparks das vorherrschende Bewusstsein und Engagement der Beherbergungsbetriebe zunutze machen. Primäre Aufgabe der Geschäftsstellen der Naturparks ist es, die nachhaltige Regionalentwicklung im Parkgebiet zu fördern. Dies soll hauptsächlich im Rahmen eines Bottom-up-Prozesses erfolgen. Das heißt, lokale Akteure sollen motiviert werden, eigenständige Projekte zu lancieren und umzusetzen (s. auch Kap. 3.1.1). Die Geschäftsstellen der Naturparks nehmen dabei die Rolle von Impulsgebern ein, welche die Entwicklung anstoßen und bis zu einem gewissen Grad begleiten. Gelingt es den Geschäftsstellen, die Einstellungen und das Selbstverständnis der befragten Beherbergungsbetriebe durch partizipative Prozesse ins Parkgebiet zu tragen, können Dynamiken entstehen, welche die nachhaltige Regionalentwicklung weiter fördern. Andere Beherbergungsbetriebe könnten angeregt werden, sich (weitergehend) im betrieblichen Umweltschutz zu engagieren. Deren Bemühungen könnten in neuen nachhaltigen Tourismusangeboten und in einer Erhöhung der Nachfrage nach regionalen Produkten münden. Dadurch würde auch die regionale Identität der Bevölkerung weiter gestärkt werden. Da wie oben beschrieben die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsaspekte miteinander verflochten sind, kann ein Impuls an einer Stelle eine Entwicklungskaskade auslösen, die im besten Fall dazu beiträgt, dem Ziel der Nachhaltigkeit einen oder gar mehrere Schritte näher zu kommen.

9.2 Ansatzpunkte zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit

Obwohl viele der teilnehmenden Betriebe bereits ein relativ hohes Niveau an Engagement im betrieblichen Umweltschutz aufweisen, sind dennoch einige Bereiche mit Verbesserungspotenzial sichtbar geworden. Diese können in unterschiedlicher Art und Weise angegangen werden. Kaufmann-Hayoz et al. (2001, S. 33 ff.) haben eine Vielzahl von Instrumenten, die nachhaltiges Verhalten begünstigen, zusammengetragen und in die folgenden fünf Kategorien eingeordnet:

- Gebote und Verbote: rechtlich bindende Vorgaben.
- Marktwirtschaftliche Instrumente: arbeiten mit monetären Anreizen, z. B. durch Subventionen, Lenkungsabgaben, Gebühren oder punktuelle Anreize im Rahmen von Aktionen und Kampagnen.
- Service- und Infrastrukturinstrumente: erleichtern nachhaltiges Verhalten durch entsprechende Dienstleistungen (z. B. Bereitstellung umweltschonender Produkte) und Infrastrukturangebote (z. B. Recyclingstellen).
- Vereinbarungen: zwischen Staat und Wirtschaft, z. B. Zertifizierungen und Labels.
- Kommunikations- und Diffusionsinstrumente: informieren und/oder überzeugen die Zielgruppe, stellen den Kontakt her.

Diese Instrumente werden im Folgenden auf die in diesem Kapitel identifizierten Ansatzpunkte angewendet. Zu den Ansatzpunkten werden jeweils ein oder mehrere Beispiele aus den obigen Instrumenten aufgeführt und die Zielgruppen, die damit angesprochen werden, sowie mögliche Akteure, welche die Instrumente umsetzen, benannt. Des Weiteren wird begründet, weshalb das erwähnte Instrument vorgeschlagen wird.

Beispiele	Zielgruppen	Mögliche Akteure	Herleitung
Sensibilisierung der Touristinnen und Touristen			
<p>Kommunikations- und Diffusionsinstrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung einer nationalen Kampagne <p>Ein bereits bestehendes Beispiel ist die Hierbei-Initiative des WWF Schweiz, die Ferien in der Schweiz propagiert. Im Rahmen dieser Kampagne werden nachhaltige Ferienangebote in der Schweiz vorgestellt, bei denen sowohl die Naturparks als auch die Nachhaltigkeit der Unterkunft ein Thema sind (http://www.wwf.ch/de/hintergrundwissen/hintergrund_konsum/freizeit_ferien/ferien_schweiz.cfm, 12.08.2014).</p>	Schweizer Bevölkerung	<ul style="list-style-type: none"> • NGOs • Bund 	<p>Die mangelnde Nachfrage nach nachhaltigen Unterkünften stellt für viele Beherbergungsbetriebe ein Hemmnis dar. Es ist damit zu rechnen, dass Beherbergungsbetriebe mehr Maßnahmen ergreifen würden, wenn sich die (potenziellen) Gäste vermehrt danach erkundigen und Maßnahmen einfordern würden. Der Fokus liegt auf der Schweizer Bevölkerung, da der Anteil an Schweizer Gästen in ländlichen Hotels 53 % und in kleinen Betrieben über 55 % beträgt (vgl. Universität Bern 2008, S. 15 und 25).</p>
Sensibilisierung der Beherbergungsbetriebe über deren Umweltwirkungen			
<p>Kommunikationsinstrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eine kleine Kampagne, die mit einem Anschreiben und einer Informationsveranstaltung, die Problematik und Handlungsoptionen aufzeigt. 	Beherbergungsbetriebe, primär mittelgroße Hotels	Naturparks	<p>Viele Beherbergungsbetriebe schätzen ihre negativen Umweltwirkungen als gering ein, was sie daran hindert, weitere Maßnahmen zu ergreifen. Informationskampagnen können mit dem Eingehen auf die Anreize der Kosteneinsparungen und des Marketings Überzeugungsarbeit leisten.</p>

Beispiele	Zielgruppen	Mögliche Akteure	Herleitung
Umweltmanagement			
<p>Serviceinstrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielkataloge/Maßnahmenlisten als Vorlagen für Beherbergungsbetriebe erstellen und verteilen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass solche Vorlagen einfach gehalten werden sollen. <p>Vereinbarungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In Anlehnung an das Produktlabel der Schweizer Pärke ein Label für Unterkünfte definieren (von-seiten des BAFU angedacht). Alternativ: bestehende Labels wie z. B. Gites panda übernehmen. <p>Marktwirtschaftliches Instrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebe, die mit gutem Beispiel vorangehen, mit einer Prämie oder einer Veröffentlichung belohnen. 	<p>Beherbergungs-betriebe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Naturparks • BAFU • Netzwerk Schweizer Pärke 	<p>Viele Betriebe führen betriebliche Umweltschutzmaßnahmen ad hoc ein. Vorlagen und Checklisten sollen helfen, die ökologische Nachhaltigkeit systematisch zu verbessern. Auch hier kann der Fokus auf mögliche Kosteneinsparungen gelegt werden. Durch die Vergabe eines Labels kann die Verbindlichkeit gesteigert werden. Die Einführung eines parkweiten Labels ermöglicht außerdem ein gemeinsames Marketing, was von den Betrieben als wichtiger Anreiz identifiziert wurde. Des Weiteren lassen sich Synergieeffekte mit Parkprodukten erzielen und neue Kooperationen mit weiteren Betrieben im Park könnten entstehen.</p> <p>Eine Belohnung des Engagements kann weitere Anreize zur Teilnahme setzen, hier können finanzielle, persönliche- und wettbewerbsbezogene Aspekte zum Tragen.</p>
Einbezug der Gäste			
<p>Kommunikationsinstrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufkleber zur Verfügung stellen und anbringen für Maßnahmen, welche die Einbindung von Gästen erfordern (z. B. Wasser aus, Spülstoptaste drücken, Licht löschen, Bettwäsche- und Handtuchwechsel). <p>Marktwirtschaftliches Instrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerb für die Gäste, Fokus auf Fragen zu Handlungsoptionen während des Aufenthaltes. 	<p>Gäste</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Beherbergungs-betriebe • Naturparks 	<p>Das Verhalten der Gäste verursacht Auswirkungen auf die Umwelt, die von den Beherbergungsbetrieben nicht direkt kontrolliert werden können. Das Potenzial durch die Einbindung der Gäste wird bisher noch unzureichend wahrgenommen. Des Weiteren kann eine Multiplikatorwirkung über den Aufenthalt hinaus erzielt werden.</p>

Beispiele	Zielgruppen	Mögliche Akteure	Herleitung
Anerkennung des Engagements von Mitarbeitenden			
<p>Kommunikationsinstrument: <ul style="list-style-type: none"> • Maßnahmen im betrieblichen Umweltschutz werden in die Mitarbeitergespräche und Zielvereinbarungen aufgenommen. <p>Marktwirtschaftliches Instrument: <ul style="list-style-type: none"> • Basierend auf den Zielvereinbarungen werden gute Leistungen belohnt (Lob, Gutscheine, monetär). </p> </p>	Mitarbeitende	Größere Beherbergungsbetriebe	<p>Viele Beherbergungsbetriebe schulen zwar ihre Mitarbeitenden im betrieblichen Umweltschutz. Um die tatsächliche Umsetzung im Alltag, die oft mit etwas mehr Aufwand und der Änderung von Gewohnheiten verbunden ist, zu fördern, kann die Anerkennung des Engagements hilfreich sein. Auch hier kann eine Multiplikatorwirkung über den Betrieb hinaus erzielt werden.</p>
Einsatz erneuerbarer Energien für Strom und Heizung			
<p>Kommunikationsinstrument: <ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen einer individuellen Beratung die Investitionskosten und Einsparpotenziale sowie die Amortisationsdauer aufzeigen. • Unterstützung, um Förderbeiträge zu erhalten. <p>Marktwirtschaftliches Instrument: <ul style="list-style-type: none"> • Durchführen von Sammelbestellungen/-aufträgen, um Mengenrabatte zu bekommen. </p> </p>	Beherbergungsbetriebe	<ul style="list-style-type: none"> • Naturparks • Behörden im Parkgebiet 	<p>Investitionen in erneuerbare Energien haben eine potenziell große Wirkung und können negative Umweltauswirkungen deutlich reduzieren. Da sich die Investition in erneuerbare Energien langfristig in der Regel in Kosteneinsparungen niederschlägt, muss dieses Potenzial verdeutlicht werden. Um die anfänglich hohen Investitionskosten tragbar zu machen, ist in einigen Betrieben Unterstützung nötig.</p>

Beispiele	Zielgruppen	Mögliche Akteure	Herleitung
<p>Einbezug von Lieferbetrieben</p> <p>Kommunikations- und Diffusionsinstrumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lieferbetriebe mithilfe einer anfänglichen Abnahmegarantie für die Aufnahme nachhaltiger Produkte ins Sortiment anregen. • Lieferungen mit benachbarten Betrieben koordinieren, um Transporte zu minimieren. • Sich mit den Lieferbetrieben wo möglich auf wiederverwendbare Transportbehälter und Verpackungen einigen. 	Lieferbetriebe	Beherbergungsbetriebe	<p>Maßnahmen in diesem Bereich haben eine potenziell hohe Multiplikatorwirkung. Sie können sowohl die ökologische Nachhaltigkeit in Beherbergungsbetrieben als auch in Lieferbetrieben verbessern. Zudem haben solche Maßnahmen Auswirkungen auf weitere Betriebe, beispielsweise indem diese ins Sortiment aufnehmen nachhaltige Produkte kaufen können. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, dass Lieferbetriebe die erhaltenen Inputs an Zwischen- und Großhändler weitergeben. In diesem Maßnahmenkomplex existieren viele Wirkungszusammenhänge, die eine nachhaltige Regionalentwicklung fördern können.</p>
<p>Verfügbarkeit nachhaltiger Produkte</p>			
<p>Service- und Infrastrukturinstrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenstellung und Publikation von Produkt- und Herstellerlisten mit Fokus auf Regionalität und Nachhaltigkeit. 	Hotellerie	Naturparks	<p>Vor allem Hotels bekunden Mühe, qualitativ gute nachhaltige Produkte zu beschaffen und einzusetzen. Eine Unterstützung der Umsetzung in diesem Teilbereich hat eine Wirkung über den Hotelleriebetrieb hinaus und kann zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung beitragen.</p>

Diese Liste ist nicht als ein in sich geschlossenes Maßnahmenpaket zu verstehen, sondern als eine Zusammenstellung von Vorschlägen, die sich aus der Untersuchung ergeben. Abhängig von der lokalen Situation können einzelne Maßnahmen herausgegriffen oder miteinander kombiniert werden. Dabei kommt sowohl der Beherbergungsbranche als auch den Trägerschaften der Naturparks eine wichtige Rolle zu. Aufgabe der Naturparks ist es, Bottom-up-Prozesse zu initiieren, Impulse zu geben und entsprechende Projekte anzuregen. Die Beherbergungsbranche ist dabei Zielgruppe und Akteur zugleich und kann einen Teil dazu beitragen, die nachhaltige Regionalentwicklung in Naturparks weiter voranzutreiben. Wie in den oben stehenden Vorschlägen ersichtlich wird, können diverse einzelbetriebliche Maßnahmen ihre volle Wirkung erst durch eine überbetriebliche örtliche oder regionale Koordination voll entfalten (vgl. Möller 2001, S. 23). Eine breite Zusammenarbeit und partizipative Prozesse werden daher als Erfolgsfaktor auf dem Weg zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung angesehen.

10 Fazit

Das Fazit fasst die Ergebnisse der Arbeit zusammen und beantwortet die in der Einleitung aufgeworfenen Forschungsfragen. Zudem wird ein Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf gegeben.

10.1 Beantwortung der Forschungsfragen

Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit war die Schaffung der neuen Kategorie der regionalen Naturparks, welche auf große Resonanz gestoßen ist. Primäres Ziel dieser Naturparks ist die nachhaltige Regionalentwicklung. Am Beispiel der Beherbergungsbranche wurde untersucht, inwiefern die regionalen Naturparks die an sie gestellten Anforderungen erfüllen können.

In Hinblick auf die Forschungsfragen, die in Kapitel 1.3 gestellt wurden, liefert die vorliegende Arbeit folgende Erkenntnisse:

Wie weit ist die ökologische Nachhaltigkeit in den Beherbergungsbetrieben in regionalen Naturparks in der Deutschschweiz fortgeschritten?

Die Personen, die an der Umfrage teilnahmen, haben ein relativ stark ausgeprägtes Bewusstsein für die Relevanz einer intakten Natur und nehmen auch entsprechende Handlungsoptionen wahr. Bezüglich der negativen Umweltwirkungen des eigenen Betriebs besteht hingegen noch Sensibilisierungsbedarf.

In vielen der abgefragten Bereiche Energie, Wasser, Abfall/Recycling, Einkauf, Sensibilisierung und Umweltmanagement setzen die teilnehmenden Betriebe eine Vielzahl von Maßnahmen um und leisten damit einen aktiven Beitrag zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit. Weiteres Potenzial besteht vor allem im Bereich Umweltmanagement sowie in einigen eher kostenintensiven Teilbereichen wie z. B. der Nutzung erneuerbarer Energien oder dem Kauf von Bioprodukten. Doch auch in einigen wenig aufwendigen Teilbereichen wie der Sensibilisierung von Gästen oder Lieferbetrieben ist das Potenzial noch nicht ausgeschöpft. Aufgrund von Limitationen in der Befragung (Verzerrungen durch soziale Erwünschtheit, Gelegenheitsstichprobe) ist allerdings bei einer Pauschalisierung der Ergebnisse auf alle Beherbergungsbetriebe in Naturparks besondere Vorsicht geboten. Es muss davon ausgegangen werden, dass das generelle Niveau in der Grundgesamtheit tiefer liegt.

Obwohl viele Betriebe angaben, im Vergleich zu früher mehr Wert auf Umweltschutz zu legen, ist noch unklar, ob die Errichtung der Naturparks und deren Projekte maßgeblich zu dem relativ guten Abschneiden beigetragen haben. Mit den vorliegenden Daten ist momentan kein Zusammenhang zu erkennen. Zudem bestehen nur geringe Unterschiede zwischen Betrieben der Hotellerie und Parahotellerie sowie in der Betriebsgröße. Parahotellerie-Betriebe sowie sehr kleine und große Betriebe scheinen jedoch tendenziell etwas mehr Maßnahmen umzusetzen.

Wo kann angesetzt werden, um die ökologische Nachhaltigkeit in diesen Betrieben zu verbessern?

Die Auswertung der Anreize und Hemmnisse ergab, dass die befragten Personen eine hohe intrinsische Motivation aufweisen, sich im betrieblichen Umweltschutz zu engagieren. Dennoch besteht Sensibilisierungspotenzial, da die Teilnehmer/-innen noch unzureichend über die negativen Umweltauswirkungen ihrer Betriebe informiert sind. Daneben sind insbesondere die Kosten und die Nachfrage wichtige Gründe, welche die Betreiberinnen und Betreiber anregen resp. hemmen können, weitere Maßnahmen zu ergreifen. Sie können demnach durch das Eingehen auf diese Aspekte motiviert werden, in schlecht abschneidenden Teilbereichen weitere Handlungsoptionen wahrzunehmen und damit die ökologische Nachhaltigkeit in ihren Betrieben zu verbessern. Die Geschäftsstellen der Naturparks sind hier geeignete Akteure, um Impulse zu geben und die Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit voranzutreiben.

Wie spielen im Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsaspekte in den Beherbergungsbetrieben zusammen?

Anhand der operativen Ziele des strategischen Zielrahmens wurde aufgezeigt, dass die von den Beherbergungsbetrieben ergriffenen Maßnahmen in vielen Bereichen bereits einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung leisten. Die Umfrage macht zudem die vielfältigen Verflechtungen zwischen den unterschiedlichen Dimensionen von Nachhaltigkeit deutlich. Bereits bei den Handlungsbereichen, welche primär ökologischer Natur sind, bestehen Verknüpfungen zu weiteren Aspekten von Nachhaltigkeit. So fördert beispielsweise der Kauf regionaler Produkte durch die Beherbergungsbetriebe die regionale Ökonomie, womit die Existenz der ansässigen Betriebe gesichert und einer Abwanderung entgegengewirkt werden kann. Dadurch kann außer-

dem die regionale Identität gestärkt werden, da die Wahl regionaler Produkte Wertschätzung für die Region und deren Eigenschaften ausdrückt.

Auch in den Ergebnissen bezüglich der Anreize und Hemmnisse sind die Verflechtungen wiederzufinden. Diese sind zwischen den ökologischen und ökonomischen Aspekten besonders ausgeprägt. So besteht einerseits eine große intrinsische Motivation zum Erhalt einer intakten natürlichen Umwelt, andererseits spielen aber auch ökonomische Motive eine zentrale Rolle für das Engagement im betrieblichen Umweltschutz. Hier sind zudem Verknüpfungen zu sozialen Aspekten erkennbar. Die Aussagen zum Problembewusstsein zeigen, dass eine intakte Natur als wesentliche Grundlage für die Existenz des Beherbergungsbetriebes eingeschätzt wird. Das Fortbestehen des Betriebes ist wiederum für die eigene langfristige Existenzsicherung von großem Belang.

Die Beschreibung der Verflechtungen der unterschiedlichen Dimensionen in der nachhaltigen Regionalentwicklung zeigt, dass Änderungen in einem Bereich Auswirkungen auf eine Vielzahl anderer Bereiche haben können. Die Trägerschaften der Naturparks können sich die bekannten Zusammenhänge zunutze machen, um an geeigneten Stellen anzusetzen und damit die nachhaltige Regionalentwicklung weiter voranzutreiben. Dabei hilft ihnen, dass ihre Projekte und Initiativen in der Befragung ebenfalls als wichtige Anreize eingestuft wurden.

Ziel der Bewusstseinsbildung

Die Umfrage hat die Teilnehmenden angeregt, sich Gedanken über die negativen Umweltauswirkungen ihrer Betriebe zu machen, und hat konkrete Handlungsoptionen aufgezeigt. Dies illustrieren folgende Kommentare aus der Umfrage:

- *danke, es regt zum denken an, was man für sich und den betrieb noch konsequenter umsetzen könnte.*
- *[...] Ich habe durch die Umfrage einige Anregungen für Verbesserungen erhalten. Meine Küchengeräte werden demnächst ersetzt durch energiesparende Modelle.*
- *Ihre Umfrage ermuntert uns, Gedanken über den Umweltschutz zu machen und weitere Verbesserungen im Betrieb vorzunehmen. Danke und viel Erfolg.*
- *super Fragebogen, merci. [sic]*

Es ist erfreulich, dass sich trotz der Länge und Komplexität des Fragebogens viele Betriebe die Zeit genommen haben, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Rund ein

Drittel der Teilnehmenden hat sich außerdem die Mühe gemacht, in den Freitextfeldern einen Kommentar zu hinterlassen. Diese Resonanz stimmt positiv, dem Ziel der Nachhaltigkeit auch in Zukunft einige Schritte näherzukommen.

10.2 Weiterer Forschungsbedarf

Die vorliegende Untersuchung konnte einen ersten Überblick über die Situation in den Beherbergungsbetrieben in regionalen Naturparks in der Deutschschweiz liefern und einige damit verknüpfte Fragen beantworten. Die teilnehmenden Beherbergungsbetriebe scheinen sich auf einem guten Weg zu befinden und eine Verbesserung der gegenwärtigen Situation bezüglich ökologischer Nachhaltigkeit anzustreben. Von besonderem Interesse ist, ob dies bis zu einem gewissen Grad der Errichtung von Naturparks zu verdanken ist. Da die vorliegenden Ergebnisse diesen Schluss momentan nicht zulassen, sind hier weitere Untersuchungen angezeigt. Wie oben beschrieben (s. Kap. 8.1.3) ist eine mögliche Erklärung für den fehlenden Zusammenhang die relativ kurze Bestehensdauer der Naturparks. Dementsprechend kann eine Untersuchung zu einem späteren Zeitpunkt gegebenenfalls eindeutigere Ergebnisse liefern. Aufschlussreich wäre in diesem Zusammenhang auch ein Vergleich mit Beherbergungsbetrieben in ähnlichen Regionen, die jedoch nicht zu einem Naturpark gehören.

Um die Wirkung von Naturparks auf die nachhaltige Regionalentwicklung genauer zu verorten, müssen neben der Beherbergungsbranche auch andere Wirtschaftszweige betrachtet werden. Dies wurde teilweise bereits in Angriff genommen. So erfolgte beispielsweise eine Untersuchung der Nachhaltigkeit von Landwirtschaftsbetrieben im Jurapark Aargau (vgl. Obrist 2012). Weitere denkbare Untersuchungsobjekte sind die Gastronomie oder das lokale Handwerk. Dadurch könnte festgestellt werden, inwiefern die vorliegenden Ergebnisse auch auf andere Branchen übertragbar sind und welche Unterschiede oder Synergieeffekte bezüglich der Ansatzpunkte zur Verbesserung der Nachhaltigkeit existieren.

Die Untersuchung von Branchen stellt lediglich ein Baustein in der von Naturparks zu fördernden nachhaltigen Regionalentwicklung dar. Um den Nutzen von Naturparks für die nachhaltige Regionalentwicklung einschätzen und deren Existenz rechtfertigen zu können, ist eine ganzheitliche Sicht nötig. Daher sollten die einzelnen Bausteine in einen Gesamtkontext eingeordnet werden. Aufschlussreich wären demnach Übersichtsstudien, welche die Rolle der Naturparks in den unterschiedlichen Aspekten nachhaltiger Regio-

nalentwicklung (z. B. regionalökonomische Effekte, Erhalt von Natur und Landschaft, Förderung der regionalen Identität, politische Partizipation) beleuchten und die Wechselwirkungen innerhalb und zwischen diesen Aspekten herausarbeiten. Eine solche Darstellung, welche die Wirkungen von Naturparks ganzheitlich betrachtet, ist sicherlich ein komplexes Unterfangen. Damit könnte jedoch auch umfassender beurteilt werden, ob die Ressourcen, die für die Errichtung und den Betrieb von Naturparks zur Verfügung gestellt werden, an den richtigen Stellen eingesetzt werden und welches Optimierungspotenzial besteht.

Quellenverzeichnis

- Álvarez-Gil, María José / Burgos-Jiménez, Jerónimo de / Céspedes-Lorente, José Joaquín (2001):** An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels. In: Omega: The International Journal of Management Science, vol. 29, no. 6, S. 457–471.
- Amstutz, Marc / Schegg, Roland (2004):** Hotel-Power: Energieeffizienz und CO₂-Emissionen in der Schweizer Hotellerie. Schlussbericht der Phase 1, BfE-Projekt „Energieeffizienz und CO₂-Emissionen der Schweizer Hotellerie“. URL: http://www.hotelpower.ch/sites/default/files/Energieeffizienz_und_CO2-Emissionen_in_Schweizer_Hotellerie_2003.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- ARE – Bundesamt für Raumentwicklung (2012):** Monitoring Ländlicher Raum: Synthesebericht 2012. Bern: Bundesamt für Raumentwicklung. URL: <http://www.are.admin.ch/themen/laendlich/00792/?lang=de> [letzter Zugriff: 04.06.2014].
- Atteslander, Peter (2010):** Methoden der empirischen Sozialforschung. 13., neu bearb. und erw. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Ayuso, Silvia (2006):** Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: analysing the experience of Spanish hotels. In: Corporate Social Responsibility and Environmental Management, vol. 13, no. 4, S. 207–220.
- Backhaus, Norman et al. (2013):** Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal (= Schriftenreihe Humangeographie, Band 27). Zürich: Geographisches Institut der Universität Zürich. URL: http://www.parks.ch/snp/pdf_public/2013/9748_20130731_133206_Wertschoepfung_SNP-BVM_2013.pdf [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- BAFU – Bundesamt für Umwelt (2008):** Zielrahmen für Regionale Naturpärke und Biosphärenreservate. URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/04405/04407/index.html?lang=de> [letzter Zugriff: 30.06.2014].
- BAFU – Bundesamt für Umwelt (2010a):** Die Pärkepolitik des Bundes. URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/10459/index.html?lang=de> [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- BAFU – Bundesamt für Umwelt (2010b):** Strategische Ziele des BAFU in der Pärkepolitik. URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/10459/10460/index.html?lang=de> [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- BAFU – Bundesamt für Umwelt (2010c):** Parklabel. URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/03296/03373/index.html?lang=de> [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- BAFU – Bundesamt für Umwelt (2010d):** Dateien des Park- und Produktelabels zum Herunterladen. URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/03296/03373/10062/index.html?lang=de> [letzter Zugriff: 03.06.2014].

- Baker, Claire (Hg.) (2008):** Environmental management for hotels: the industry guide to sustainable operation. 3., überarb. Aufl. London: International Business Leaders Forum.
- Baker, Melissa A. / Davis, Eric A. / Weaver, Pamela A. (2013):** Eco-friendly attitudes, barriers to participation, and differences in behavior at green hotels. In: Cornell Hospitality Quarterly, vol. 55, no. 1, S. 89–99.
- Barth, Martin / Weber, Fabian (2011):** Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie: Schlussbericht 1. Teil (Bestandesaufnahme). Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern. URL: http://www.hotelpower.ch/sites/default/files/bericht_nachhaltigkeitslabels_teil1_def.pdf [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Beckmann, Jürgen / Heckhausen, Heinz (2006):** Motivation durch Erwartung und Anreiz. In: Heckhausen, Jutta / Heckhausen, Heinz (Hg.): Motivation und Handeln. Heidelberg: Springer. S. 105–142.
- Berberat, Didier (2000):** Schaffung von Regionalparks in der Schweiz. Motion 00.3374. URL: http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20003374# [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Biosfera Val Müstair (2006):** Kriterien für Produkte und Dienstleistungen. Internes Dokument.
- Bitzer, Christoph (1997):** Ökologie und Wettbewerbsfähigkeit in der Schweizer Tourismusbranche. Dissertation an der Universität St. Gallen.
- Blake, James (1999):** Overcoming the „value-action gap“ in environmental policy: tensions between national policy and local experience. In: Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability, vol. 4, no. 3, S. 257–278.
- Bohdanowicz, Paulina (2005):** European hoteliers' environmental attitudes: greening the business. In: Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, vol. 46, no. 2, S. 188–204.
- Bohdanowicz, Paulina (2006):** Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries: survey results. In: Hospitality Management, vol. 25, no. 4, S. 662–682.
- bmwfj – Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2011):** Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie: ein Leitfaden. 2. Aufl. URL: http://www.hotelpower.ch/sites/default/files/leitfaden_energiemanagement_-_2_auflage1.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Bramwell, Bill / Alletorp, Lone (2001):** Attitudes in the Danish tourism industry to the roles of business and government in sustainable tourism. In: International Journal of Tourism Research, vol. 3, no. 2, S. 91–103.
- Buckley, Ralf / Araujo, Guilherme (1997):** Environmental management performance in tourism accommodation. In: Annals of Tourism Research, vol. 24, no. 2, S. 465–469.

- Bundesrat (2005):** Botschaft zur Teilrevision des Bundesgesetzes über den Natur- und Heimatschutz (NHG) vom 23. Februar 2005. URL: <http://www.admin.ch/opc/de/federal-gazette/2005/2151.pdf> [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Bundesrat (2013):** Bericht über die strukturelle Situation des Schweizer Tourismus und die künftige Tourismusstrategie des Bundesrates: Bericht in Erfüllung der Motion 12.3985 der Finanzkommission des Nationalrates vom 09.11.12 und der Motion 12.3989 der Finanzkommission des Ständerates vom 13.11.12. URL: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/31233.pdf> [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- Burgos-Jiménez, Jerónimo de / Cano-Guillén, Carlos Jesús / Céspedes-Lorente, José Joaquín (2002):** Planning and control of environmental performance in hotels. In: *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10, no. 3, S. 207–221.
- Büsser, Sybille et al. (2010):** Umweltbelastungen verschiedener Ferienszenarien. Studie im Auftrag des WWF Schweiz. URL: http://assets.wwf.ch/downloads/studie_umweltbelastung_verschiedener_ferienzzenarien.pdf [letzter Zugriff: 04.06.2014].
- Carlsen, Jack / Getz, Donald / Ali-Knight, Jane (2001):** The environmental attitudes and practices of family businesses in the rural tourism and hospitality sectors. In: *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 9, no. 4, S. 281–297.
- Carmona-Moreno, Eva / Céspedes-Lorente, José / Burgos-Jiménez, Jerónimo de (2004):** Environmental strategies in Spanish hotels: contextual factors and performance. In: *The Service Industries Journal*, vol. 24, no. 3, S. 101–130.
- Chan, Eric S.W. (2011):** Implementing environmental management systems in small- and medium-sized hotels: obstacles. In: *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 35, no. 1, S. 3–23.
- Codoni, Davide / Koch, Karl (2010):** Lageanalyse des Schweizer Tourismus. In: *Die Volkswirtschaft: Magazin für Wirtschaftspolitik*, Nr. 9, S. 58–60.
- Connor, Patrick E. / Becker, Boris W. (1994):** Personal values and management: what do we know and why don't we know more? In: *Journal of Management Inquiry*, vol. 3, no. 1, S. 67–73.
- Dewhurst, Helen / Thomas, Rhodri (2003):** Encouraging sustainable business practices in a non-regulatory environment: a case study of small tourism firms in a UK national park. In: *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, no. 5, S. 383–403.
- Diekmann, Andreas / Preisendörfer, Peter (1998):** Umweltbewußtsein und Umweltverhalten in Low- und High-Cost-Situationen: eine empirische Überprüfung der Low-Cost-Hypothese. In: *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 27, Nr. 6, S. 438–453.
- Di Giulio, Antonietta (2004):** Die Idee der Nachhaltigkeit im Verständnis der Vereinten Nationen: Anspruch, Bedeutung und Schwierigkeiten (=Ethik in der Welt, Bd. 3). Münster: LIT Verlag.

- Dreyer, Axel / Dehner, Christian (2003):** Kundenzufriedenheit im Tourismus: Entstehung, Messung und Sicherung mit Beispielen aus der Hotelbranche. 2., unwesentlich veränderte Aufl. München: Oldenbourg.
- Dülmer, Hermann (2001):** Bildung und der Einfluss von Argumenten auf das moralische Urteil: eine empirische Analyse zur moralischen Entwicklungstheorie Kohlbergs. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 53, Nr. 1, S. 1–27.
- Dyllick, Thomas / Belz, Frank / Schneidewind, Uwe (1997):** Ökologie und Wettbewerbsfähigkeit. München: Carl Hanser.
- EarthCheck (o. J.):** EarthCheck certified: six steps to sustainable tourism development.
- Engelfried, Justus (2011):** Nachhaltiges Umweltmanagement. 2., vollst. überarb., aktual. und erw. Aufl. München: Oldenbourg.
- England, George W. (1967):** Personal value systems of American managers. In: Academy of Management Journal, vol. 10, no. 1, S. 53–68.
- Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ (1998):** Konzept Nachhaltigkeit: vom Leitbild zur Umsetzung. Abschlussbericht. Drucksache 13/11200 des deutschen Bundestags. URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/13/112/1311200.pdf> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Erdogan, Nazmiye / Baris, Emin (2007):** Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. In: Tourism Management, vol. 28, no. 2, S. 604–614.
- Erdogan, Nazmiye / Tosun, Cevat (2009):** Environmental performance of tourism accommodations in the protected areas: case of Goreme Historical National Park. In: International Journal of Hospitality Management, vol. 28, no. 3, S. 406–414.
- Ermann, Ulrich (1998):** Regionale Wirtschaftsverflechtungen fränkischer Brauereien: Perspektiven für eine eigenständige und nachhaltige Regionalentwicklung (=Erlanger Geographische Arbeiten, Sonderband 25). Erlangen: Fränkische Geographische Gesellschaft.
- EU (2009):** Entscheidung der Kommission vom 9. Juli 2009 zur Festlegung der Umweltkriterien für die Vergabe des EG-Umweltzeichens an Beherbergungsbetriebe. Bekannt gegeben unter Aktenzeichen K(2009) 5619 (2009/578/EG). Amtsblatt der Europäischen Union L 198/57 vom 30.07.2009. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:198:0057:0079:DE:PDF> [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- European Environment Agency (2010):** Sustainable development online: the International Hotels Environment Initiative (IHEI). URL: <http://root.ew.eea.europa.eu/sd-online/networks/international-hotels-environment-initiative-ihei> [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Frings, Cornelia (2010):** Soziales Vertrauen: eine Integration der soziologischen und ökonomischen Vertrauensatheorie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Font, Xavier / Garay, Lluís / Jones, Steve (2014):** Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas. In: Journal of Cleaner Production, article in press. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.071> [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- Garay, Luis / Font, Xavier (2012):** Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises. In: International Journal of Hospitality Management, vol. 31, no. 2, S. 329–337.
- Glatz, Hans / Scheer, Günter (1981):** Autonome Regionalentwicklung – eine neue Dimension des Regionalismus? In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, Jg. 10, Nr. 3, S. 333–346.
- Graf, Matthias Michael (2011):** Der Einfluss von Werten und Unwerten auf das Erleben und Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitern. Publikationsbasierte Dissertation an der Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt am Main. URL: <http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/24299> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Green Globe (2014):** Standard criteria and indicators. URL: <http://greenglobe.com/standard/> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Green Key (o. J.):** The Green Key: baseline criteria for hotels 2012-2015. URL: <http://www.green-key.org/menu/criteria/hotels/international-baseline-criteria-hotels> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Grunwald, Armin (2006):** Technikfolgenabschätzung als Nachhaltigkeitsbewertung: konzeptionelle Herausforderungen und methodische Probleme. In: Kopfmüller, Jürgen (Hg.): Ein Konzept auf dem Prüfstand: das integrative Nachhaltigkeitskonzept in der Forschungspraxis (=Global zukunftsfähige Entwicklung, Bd. 12). Berlin: Sigma. S. 39–61.
- Grunwald, Armin / Kopfmüller, Jürgen (2012):** Nachhaltigkeit: eine Einführung. 2., aktual. Aufl. Frankfurt: Campus Verlag.
- Gurtner, Rolf (2009):** Der Wert der Landschaft für den Tourismus. In: Siegrist, Dominik / StremLOW, Matthias (Hg.): Landschaft – Erlebnis – Reisen: naturnaher Tourismus in Parks und UNESCO-Gebieten. Zürich: Rotpunktverlag. S. 123–133.
- Hamele, Herbert / Eckardt, Sven (2006):** Umweltleistungen europäischer Tourismusbetriebe – Instrumente, Kennzahlen und Praxisbeispiele: ein Beitrag zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Europa. URL: http://sutour.ier.uni-stuttgart.de/downloads/Umweltleistungen_europaeischer_Tourismusbetriebe.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Hammer, Thomas (2002):** Das Biosphärenreservat-Konzept als Instrument nachhaltiger Raumentwicklung? Beispiel Entlebuch, Schweiz. In: Mose, Ingo / Weixlbaumer, Norbert (Hg.): Naturschutz: Großschutzgebiete und Regionalentwicklung. Sankt Augustin: Academia Verlag. S. 111–135.

- Hammer, Thomas (2003a):** Grossschutzgebiete neu interpretiert als Instrumente nachhaltiger Regionalentwicklung. In: Hammer, Thomas (Hg.): Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. München: ökom. S. 9–34.
- Hammer, Thomas (2003b):** Grosse Schutzgebiete: Instrumente nachhaltiger Regionalentwicklung. In: Hotspot – Informationen des Forum Biodiversität Schweiz, Nr. 7, S. 8–9. URL: http://www.biodiversity.ch/downloads/7_03_d.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Hammer, Thomas (2007):** Protected areas and regional development: conflicts and opportunities. In: Mose, Ingo (Hg.): Protected areas and regional development in Europe: towards a new model for the 21st century. Aldershot: Ashgate. S. 21–36.
- Hart, Stuart L. (1995):** A natural-resource-based view of the firm. In: Academy of Management Review, vol. 20, no. 4, S. 986–1014.
- Hauff, Volker (Hg.) (1987):** Unsere gemeinsame Zukunft: der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. Greven: Eggenkamp.
- Hobson, Kim / Essex, Stephen (2001):** Sustainable tourism: a view from accommodation businesses. In: The Service Industries Journal, vol. 21, no. 4, S. 133–146.
- Hoffmann, Stefan (2008):** Boykottpartizipation: Entwicklung und Validierung eines Erklärungsmodells durch ein vollständig integriertes Forschungsdesign. Wiesbaden: Gabler.
- ibex fairstay (o. J.a):** Informationen: Zertifizierung und Marketing. URL: http://ibexfairstay.ch/download/CY4214fcc3X13eb297bfc9XY58f/Informationen_fuer_Betriebe.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- ibex fairstay (o. J.b):** Kurztest ibex fairstay: Nachhaltigkeitsleistung. URL: http://ibexfairstay.ch/download/C7cd80c66X1378fc86417XY49d9/Kurztest_ibex_fairstay_Formular.doc?ITServ=C7ae845e5X145a81edf40XY2368 [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Jamin, Klaus / Schaetzing, Edgar E. / Spitschka, Horst (1982):** Organisation und Datenverarbeitung in Hotellerie und Gastronomie: Aufbau- und Ablauforganisation, Datenverarbeitung/Registrierkassen. München: Oldenbourg.
- Janssen, Jürgen / Laatz, Wilfried (2013):** Statistische Datenanalyse mit SPSS: eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests. 8. Aufl. Berlin: Springer.
- Job, Hubert / Metzler, Daniel / Vogt, Luisa (2003):** Inwertsetzung alpiner Nationalparks: eine regionalwirtschaftliche Analyse des Tourismus im Alpenpark Berchtesgaden (=Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Band 43). Kallmünz über Regensburg: Verlag Michael Lassleben.
- Job, Hubert / Metzler, Daniel / Mayer, Marius (2006):** Regionale Wertschöpfung: Der Beitrag der Großschutzgebiete. In: Raum, Jg. 63, Nr. 3, S. 24–27.
- Kaspar, Claude (1991):** Die Tourismuslehre im Grundriss. 4., überarb. und ergänzte Aufl. Bern: Haupt Verlag.

- Knaus, Florian (2012):** Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch: Resultate einer umfassenden Gästebefragung. Interner Bericht der ETH Zürich und des Biosphärenmanagements „UNESCO Biosphäre Entlebuch“. URL: http://www.ecology.ethz.ch/people/obass/fknaus/UBE_2012_Sommertourismus_Wertschoepfung.pdf [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- Kollmuss, Anja / Agyeman, Julian (2002):** Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? In: *Environmental Education Research*, vol. 8, no. 3, S. 239–260.
- Kopfmüller, Jürgen et al. (2001):** Nachhaltige Entwicklung integrativ betrachtet: konstitutive Elemente, Regeln, Indikatoren (=Global zukunftsfähige Entwicklung, Bd. 1). Berlin: Sigma.
- Kopfmüller, Jürgen (2006):** Das integrative Konzept nachhaltiger Entwicklung: Motivation, Architektur, Perspektiven. In: Kopfmüller, Jürgen (Hg.): Ein Konzept auf dem Prüfstand: das integrative Nachhaltigkeitskonzept in der Forschungspraxis (=Global zukunftsfähige Entwicklung, Bd. 12). Berlin: Sigma. S. 23–37.
- Küpfer, Irene / Elsasser, Hans (2000):** Regionale touristische Wertschöpfungsstudien: Fallbeispiel Nationalparktourismus in der Schweiz. In: *Tourismus Journal*, 4. Jg., Heft 4, S. 433–448.
- Lagler, Theres (2012):** CO₂-Abgabe: Für Hoteliers ändert einiges. In: *Hotelrevue*. URL: [http://www.htr.ch/aktuell/co²-abgabe-fuer-hoteliere-aendert-einiges-34338.html](http://www.htr.ch/aktuell/co2-abgabe-fuer-hoteliere-aendert-einiges-34338.html) [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- Leonhart, Rainer (2009):** Lehrbuch Statistik. 2., überarb. und erw. Aufl. Bern: Verlag Hans Huber.
- Leslie, David (2009):** Environmental performance and tourism enterprises in the UK: progress towards sustainability? In: Leslie, David (Hg.): *Tourism enterprises and sustainable development: international perspectives on responses to the sustainability agenda*. New York: Routledge. S. 209–228.
- López-Gamero, María D. / Molina-Azorín, José F. / Claver-Cortes, Enrique (2010):** The potential of environmental regulation to change managerial perception, environmental management, competitiveness and financial performance. In: *Journal of Cleaner Production*, vol. 18, no. 10–11, S. 963–974.
- López-Gamero, María D. / Molina-Azorín, José F. / Claver-Cortes, Enrique (2011):** The relationship between managers' environmental perceptions, environmental management and firm performance in Spanish hotels: a whole framework. In: *International Journal of Tourism Research*, vol. 13, no. 2, S. 141–163.
- Lund-Durlacher, Dagmar (2012):** CSR und nachhaltiger Tourismus. In: Schneider, Andreas / Schmidpeter, René (Hg.): *Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis*. Berlin: Springer. S. 559–570.
- Mayer, Marius et al. (2010):** The economic impact of tourism in six German national parks. In: *Landscape and Urban Planning*, vol. 97, no. 2, S. 73–82.

- Mensah, Ishmael (2006):** Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. In: *International Journal of Hospitality Management*, vol. 25, no. 3, S. 414–431.
- Mensah, Ishmael / Blankson, Emmanuel J. (2013):** Determinants of hotels' environmental performance: evidence from the hotel industry in Accra, Ghana. In: *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21, no. 8, S. 1212–1231.
- Mensah, Ishmael (2014):** Stakeholder pressure and hotel environmental performance in Accra, Ghana. In: *Management of Environmental Quality: An International Journal*, vol. 25, no. 2, S. 227–243.
- Michelsen, Gerd (2010):** Grundlagen einer nachhaltigen Entwicklung. Leuphana Universität Lüneburg.
- Millar, Michelle / Baloglu, Seyhmus (2011):** Hotel guests' preferences for green guest room attributes. In: *Cornell Hospitality Quarterly*, vol. 52, no. 3, S. 302–311.
- Molina-Azorín, José F. et al. (2009):** Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry. In: *Journal of Cleaner Production*, vol. 17, no. 5, S. 516–524.
- Möller, Andrea (2001):** Umweltorientierung im Gastgewerbe: umweltbezogene Auswirkungen, Innovationen und Entwicklungspfade einer tourismusorientierten Dienstleistungsbranche (=Schriftenreihe des DWIF, Nr. 48). München: Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr.
- Mose, Ingo (1989):** Eigenständige Regionalentwicklung-Chance für den peripheren ländlichen Raum? In: *Geographische Zeitschrift*, Jg. 77, Nr. 3, S. 154–167.
- Mose, Ingo / Weixlbaumer, Norbert (2003):** Grossschutzgebiete als Motoren einer nachhaltigen Regionalentwicklung? Erfahrungen mit ausgewählten Schutzgebieten in Europa. In: Hammer, Thomas (Hg.): *Grossschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung*. München: Oekom. S. 35–95.
- Mose, Ingo / Weixlbaumer, Norbert (2006):** Gebietsschutz in Europa: Vom Schützen zum Nützen – ein Paradigmenwechsel. In: *Raum*, Jg. 63, Nr. 6, 20–23.
- Mose, Ingo / Weixlbaumer, Norbert (2007):** A new paradigm for protected areas in Europe? In: Mose, Ingo (Hg.): *Protected areas and regional development in Europe: towards a new model for the 21st century*. Aldershot: Ashgate. S. 3–19.
- Mose, Ingo (2009):** Akzeptanz, Einstellung und Image als Einflussgrößen von Großschutzgebieten: einige theoretische und methodische Vorüberlegungen. In: Mose, Ingo (Hg.): *Wahrnehmung und Akzeptanz von Großschutzgebieten* (=Wahrnehmungsgeographische Studien, Band 25). Oldenburg: BIS-Verlag der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, S. 9–35.
- Mühlinghaus, Sabine (2002):** Eigenständige Regionalentwicklung als Strategie für periphere ländliche Räume? Eine Untersuchung aus dem Schweizer Berggebiet. In: *Geographica Helvetica*, Jg. 57, Nr. 2, S. 127–134.

- Müller, Stefan et al. (2007):** Umweltbewusstes Konsumentenverhalten im interkulturellen Vergleich: ein Beitrag zum interkulturellen Marketing. Göttingen: Cuvillier Verlag.
- Netzwerk alpiner Schutzgebiete (Hg.) (2004):** Vertragsnaturschutz und Gütesiegel: Beispiele aus Ländern und Schutzgebieten der Alpen (=Die Dossiers des Alpenen Netzwerks, Nr. 11). URL: <http://www.alparc.org/index.php/de/resources/our-publications/dossiers/item/46-dossier-n-11-environmental-contracts-and-quality-measurement-tools-examples-from-protected-areas-in-the-alpine-countries> [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Netzwerk Schweizer Pärke (2013):** Panorama Schweizer Pärke 2013. Bern: Netzwerk Schweizer Pärke. URL: http://www.paerke.ch/de/pdf/schweizer-paerke/zahlen/Querformat_Panorama_schweizerprke_deutsch_web_gross.pdf [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Netzwerk Schweizer Pärke (2014):** Karte Übersicht Pärke und Parkprojekte. URL: http://www.paerke.ch/de/pdf/schweizer-paerke/karte/parkkarte_de_jan2014.pdf [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Obrist, Robert (2012):** Beurteilung der Nachhaltigkeit von Landwirtschaftsbetrieben im Jurapark Aargau mit der Methode RISE. Forschungsprojekt des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) und des Regionalen Naturparks Jurapark Aargau. URL: http://4dweb.proclim.ch/4dcgi/parkforschung/de/Detail_Project?ch-4548 [letzter Zugriff: 08.08.2014].
- Parc Naziunal Svizzer (o. J.):** Entstehung und Entwicklung: 1904-1914. URL: <http://www.nationalpark.ch/go/de/about/ueber-uns/entstehung-und-entwicklung/1904-1914/> [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Park, Jeongdoo / Kim, Hyun Jeong / McCleary, Ken W. (2014):** The impact of top management's environmental attitudes on hotel companies' environmental management. In: Journal of Hospitality & Tourism Research, vol. 38, no. 1, S. 95–115.
- Paulsson, Maria (2011):** Regionale Naturpärke in der Schweiz: Eine qualitative Untersuchung der Umsetzung ihres Bildungsauftrags. Masterarbeit der Philosophisch-naturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Bern. URL: http://www.parks.ch/nwp/pdf_public/2014/28322_20140117_135406_Masterarbeit_Paerke_Bildung_Paulsson_final.pdf [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Perincioli, Lorenz (2010):** Energiemanagement in der Hotellerie. 3. Aufl. URL: http://www.hotelpower.ch/sites/default/files/eidh_d_wkom_link_0.pdf [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Polterauer, Judith / Nährlich, Stefan (2010):** Corporate Citizenship: Funktion und gesellschaftliche Anerkennung von Unternehmensengagement in der Bürgergesellschaft. In: Backhaus-Maul, Holger et al. (Hg.): Corporate Citizenship in Deutschland: Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen – Bilanz und Perspektiven. 2. aktual. und erw. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 561–587.
- Porst, Rolf (2001):** Wie man die Rücklaufquote bei postalischen Befragungen erhöht (=ZUMA How-to-Reihe, Nr. 9). URL:

- http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/howto/how-to9rp.pdf [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Porst, Rolf (2014):** Fragebogen: ein Arbeitsbuch. Wiesbaden: Springer.
- Porter, Michael E. (2013):** Wettbewerbsstrategien: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. 12., aktual. und erw. Aufl. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Pröbstl, Ulrike / Wirth, Veronika (Hg.) (2011):** Nachhaltige Waldbewirtschaftung im Naturpark Mürzer Oberland. Endbericht im Projekt: „Modellregion für Nachhaltige Waldwirtschaft im Naturpark Mürzer Oberland“. URL: http://www.mueroberland.at/fileadmin/user_upload/pdfs/Endbericht%20Nachhaltige%20Waldwirtschaft.pdf [letzter Zugriff: 04.07.2014].
- Pröbstl-Haider, Ulrike (2013):** Regionalwirtschaftliche Effekte von Naturparks. In: Verband der Naturparke Österreichs (Hg.): Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung. S. 24–38. URL: http://www.naturparke.at/down/vnoe/Endbericht_Naturparke_und_nachhaltige_Regionalentwicklung.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Prognos (2013):** Trendstudie Hoteleinkauf 2012/2013. Eschborn: Prognos.
- Raab-Steiner, Elisabeth / Benesch, Michael (2010):** Der Fragebogen: von der Forschungsidee zur SPSS/PASW-Auswertung. 2., aktual. Aufl. Wien: Facultas.
- Rahman, Imran / Reynolds, Dennis / Svaren, Stefani (2012):** How „green“ are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. In: International Journal of Hospitality Management, vol. 31, no. 3, S. 720–727.
- Rat von Sachverständigen für Umweltfragen (1978):** Umweltgutachten 1978. Drucksache 8/1938. Bonn: Bonner Universitäts-Buchdruckerei. URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/08/019/0801938.pdf> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Redmann, Britta (2012):** Erfolgreich führen im Ehrenamt: ein Praxisleitfaden für freiwillig engagierte Menschen. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Revermann, Christoph / Petermann, Thomas (2002):** TA-Projekt Tourismus in Großschutzgebieten: Wechselwirkungen und Kooperationsmöglichkeiten zwischen Naturschutz und regionalem Tourismus (=TAB Arbeitsbericht Nr. 77). Endbericht des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, Berlin. URL: <https://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab077.pdf> [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Rokeach, Milton (1968):** Beliefs, attitudes and values. San Francisco: Jossey-Bass.
- Rüdiger, Jacob et al. (2011):** Umfrage: Einführung in die Methoden der Umfrageforschung. 2., erw. und korr. Aufl. München: Oldenbourg.
- Rudolph, Udo (2009):** Erwartung und Anreiz. In: Brandstätter, Veronika / Otto, Jürgen H. (Hg.): Handbuch der allgemeinen Psychologie: Motivation und Emotion. Göttingen: Hogrefe. S. 21–28.

- Sampaio, Ana Rita / Thomas, Rhodri / Font, Xavier (2012):** Why are some engaged and not others? Explaining environmental engagement among small firms in tourism. In: *International Journal of Tourism Research*, vol. 14, issue 3, S. 235–249.
- Sauerborn, Klaus (1998):** Nachhaltige Regionalentwicklung – das Trierer Konzept und eine Positionierung in der Globalisierungs- und Standortdebatte. In: Danielzyk, Rainer / Deppe, Henriette Carola / Mose, Ingo (Hg.): *Von der eigenständigen zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Dokumentation der Tagung vom 26. bis 28. Juni 1997.* Bremen: Econtur. S. 51–60.
- Scheidegger, Eric (2009):** Tourismus im naturnahen Raum: die wirtschaftliche Sicht. In: Siegrist, Dominik / StremLOW, Matthias (Hg.): *Landschaft – Erlebnis – Reisen: naturnaher Tourismus in Pärken und UNESCO-Gebieten.* Zürich: Rotpunktverlag. S. 41–53.
- Schlenczek, Gudrun (2012):** Ökologie als Standard. In: *Hotelrevue.* URL: <http://www.htr.ch/fokus/oekologie-als-standard-34360.html> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Schnell, Rainer / Hill, Paul B. / Esser, Elke (2011):** *Methoden der empirischen Sozialforschung.* 9., aktual. Aufl. München: Oldenbourg.
- Semadeni, Silvia (1998):** Rahmenerlass über Schutzgebiete von nationaler Bedeutung. Motion 98.3661. URL: http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=19983661# [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Siegrist, Dominik (2002):** Naturnahe Kulturlandschaften als Ausgangsbasis für Regionalparke in der Schweiz: eine neue Perspektive der alpinen Gebietsschutzpolitik mit dem Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung (BLN). In: Mose, Ingo / Weixlbaumer, Norbert (Hg.): *Naturschutz: Großschutzgebiete und Regionalentwicklung.* Sankt Augustin: Academia. S. 155–192.
- Siegrist, Dominik et al. (2006):** Ökonomische Analyse von Regionalen Naturpark-Projekten im Kanton Bern. Studie im Auftrag der Berner Wirtschaft (beco), durchgeführt von der Hochschule für Technik Rapperswil und der Zürcher Hochschule Winterthur. URL: http://www.jgk.be.ch/jgk/de/index/raumplanung/raumplanung/kantonale_raumplanung/paerke/grundlagen.assetref/content/dam/documents/JGK/AGR/de/Raumplanung/agr_kpl_studie_pärke_siegrist_2006_de.pdf [letzter Zugriff: 06.08.2014].
- Siegrist, Dominik et al. (2007):** The economic potential of regional nature parks in Switzerland: a case study of the planned regional nature parks in the canton of Bern. In: Mose (Hrsg.): *Protected areas and regional development in Europe: towards a new model for the 21st century.* Aldershot: Ashgate. S. 213–230.
- Siegrist, Dominik (2013):** Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke. In: *Verband der Naturparke Österreichs (Hrsg.): Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung.* S. 39–57. URL: http://www.naturparke.at/down/vnoe/Endbericht_Naturparke_und_nachhaltige_Regionalentwicklung.pdf [letzter Zugriff: 06.08.2014].

- Singh, A. J. / Houdré, Hervé (2013):** Hotel sustainable development: principles and best practices. Lansing: Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.
- Sloan, Philip / Legrand, Willy / Chen, Joseph S. (2013):** Sustainability in the hospitality industry. 2nd edition. London: Routledge.
- Stulz, Franz-Sepp (2003):** Grossschutzgebiete in der Schweizerischen Bundespolitik. In: Hammer, Thomas (Hg.): Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. München: ökom. S. 179–184.
- STV – Schweizer Tourismus-Verband (2013):** Schweizer Tourismus in Zahlen 2012: Struktur- und Branchendaten. Bern: Länggass Druck. URL: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1115 [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Sustainable Travel International (o. J.):** Sustainable tourism education program: STEP baseline criteria v4. URL: <https://docs.google.com/file/d/0B93z1n6A03iidFk2bzZLYVYyMlk/edit> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Travelife (2012):** Travelife sustainability system for hotels & accommodations criteria. URL: <http://www.its4travel.com/Hotels/documents/Travelife%20Sustainability%20System%20for%20Hotels%20and%20Accommodations%20criteria.pdf> [letzter Zugriff: 26.06.2014].
- Tzschentke, Nadia / Kirk, David / Lynch, Paul A. (2004):** Reasons for going green in serviced accommodation establishments. In: International Journal of Contemporary Hospitality Management, vol. 16, no. 2, S. 116–124.
- Tzschentke, Nadia A. / Kirk, David / Lynch, Paul A. (2008a):** Going green: decisional factors in small hospitality operations. In: International Journal of Hospitality Management, vol. 27, no. 1, S. 126–133.
- Tzschenkte, Nadia A. / Kirk, David / Lynch, Paul A. (2008b):** Ahead of their time? Barriers to action in green tourism firms. In: The Service Industries Journal, vol. 28, no. 2, S. 167–178.
- Uchtmann, Johanna (2013):** Nachhaltige Hotels: grüner Punkt fürs gute Gewissen. In: SpiegelOnline vom 07.03.2013. URL: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/nachhaltige-hotels-bieten-gaesten-ein-gutes-gewissen-a-887380.html> [letzter Zugriff: 30.06.2014].
- Universität Bern (2008):** Schlussbericht Modul 1: KMH – Kleine und mittlere Hotels der Schweiz: Typisierung, volkswirtschaftliche Bedeutung und Marktfähigkeit. Auftraggeber: GastroSuisse; Auftragnehmer: Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF).
- UNWTO – World Tourism Organization / UNEP – United Nations Environment Programme (2008):** Climate change and tourism: responding to global challenges. Madrid: UNWTO/UNEP. URL:

- <http://www.unep.fr/scp/publications/details.asp?id=WEB/0142/PA> [letzter Zugriff: 30.06.2014].
- UVEK – Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (2007):** Erläuterungsbericht zur Verordnung über die Pärke von nationaler Bedeutung (Pärkeverordnung, PÄV) vom 25. Januar 2007. URL: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/6671.pdf> [letzter Zugriff: 03.06.2014].
- Vanoni, Bruno (2009):** Ein Blick zurück, ein Schritt nach vorn – für naturnahe Kulturlandschaften. In: Siegrist, Dominik / StremLOW, Matthias (Hg.): Landschaft – Erlebnis – Reisen: naturnaher Tourismus in Pärken und UNESCO-Gebieten. Zürich: Rotpunktverlag. S. 71–85.
- Vernon, Jon et al. (2003):** The „greening“ of tourism micro-businesses: outcomes of focus group investigations in South East Cornwall. In: Business Strategy and the Environment, vol. 12, no. 1, S. 49–69.
- Verträglich Reisen (o. J.):** Die Blaue Schwalbe: Mindestkriterien. URL: <http://www.vertraeglich-reisen.de/bio-urlaub/blau-schwalbe-kriterien.php> [letzter Zugriff: 30.06.2014].
- Viebahn, Peter (2006):** Anwendung des integrativen Konzepts der HGF auf Forschungseinrichtungen. In: Kopfmüller, Jürgen (Hg.): Ein Konzept auf dem Prüfstand: das integrative Nachhaltigkeitskonzept in der Forschungspraxis (=Global zukunftsfähige Entwicklung, Bd. 12). Berlin: Sigma. S. 311–325.
- Vogt, Luisa / Job, Hubert (2003):** Strukturelle Differenzierung ausgewählter Alpen-Nationalparks hinsichtlich der nachhaltigen Inwertsetzung ihrer Schutzgüter. In: Hammer, Thomas (Hg.): Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. München: ökom. S. 137–177.
- Von Camphausen, Hartmut (2013):** Jeder Tropfen Wasser zählt. In: Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung, Heft 46 vom 16.11.2013. S. 13.
- Weber, Friedericke (2013):** Naturparke als Manager einer nachhaltigen Regionalentwicklung: Probleme, Potenziale und Lösungsansätze. Dissertation an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg in 2012. Wiesbaden: Springer.
- Weissen, Andreas (2013):** Pärke – in der Schweiz ticken die Uhren ein klein wenig anders. In: Verband der Naturparke Österreichs (Hg.): Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung. S. 86–88. URL: http://www.naturparke.at/down/vnoe/Endbericht_Naturparke_und_nachhaltige_Regionalentwicklung.pdf [letzter Zugriff: 20.06.2014].
- Witte, Eberhard (1999):** Das Promotoren-Modell. In: Hauschildt, Jürgen / Gemünden, Hans Georg (Hg.): Promotoren: Champions der Innovation. 2., erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler. S. 9–42.
- WWF Deutschland (2009):** Der touristische Klima-Fußabdruck: WWF-Bericht über die Umweltauswirkungen von Urlaub und Reisen. URL: http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Der_touristische_Klima-Fussabdruck.pdf [letzter Zugriff: 04.06.2014].

York, Jeffrey G. (2009): Pragmatic sustainability: translating environmental ethics into competitive advantage. In: Journal of Business Ethics, vol. 85, no. 1, S. 97–109.

Rechtsquellen

CO₂-Gesetz: Bundesgesetz über die Reduktion der CO₂-Emissionen (CO₂-Gesetz) vom 23. Dezember 2011 (Stand am 1. Januar 2013), SR 641.71. URL: <http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20091310/index.html> [letzter Zugriff: 30.06.2014].

NHG: Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz (NHG) vom 1. Juli 1966 (Stand am 1. Oktober 2013), SR 451. URL: <http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19660144/index.html> [letzter Zugriff: 30.06.2014].

PäV: Verordnung über die Pärke von nationaler Bedeutung (Pärkeverordnung, PäV) vom 7. November 2007 (Stand am 1. Januar 2008), SR 451.36. URL: <http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20071162/index.html> [letzter Zugriff: 30.06.2014].

Anhang

- Anhang 1: Porträts der Naturparks
- Anhang 2: Labels im Bereich Tourismus und deren abgedeckte Bereiche
- Anhang 3: In der Literatur identifizierte Anreize und Hemmnisse
- Anhang 4: Herleitung der Fragebogenelemente von Block B
- Anhang 5: Einladungs- und Erinnerungstext zur Online-Umfrage
- Anhang 6: Fragebogen
- Anhang 7: Protokoll der Datenbereinigung in SPSS
- Anhang 8: Daten Betriebseigenschaften und soziodemografische Merkmale
- Anhang 9: Daten Handlungsbereiche
- Anhang 10: Daten Anreize und Hemmnisse
- Anhang 11: Daten Problembewusstsein

Anhang 1: Porträts der Naturparks**Naturpark Beverin**

Center da Capricorns
7433 Wergenstein
Tel. +41 (0)81 650 70 10

info@naturpark-beverin.ch
<http://www.naturpark-beverin.ch>

Errichtung: 2013
Fläche: 373 km²
Beteiligte Gemeinden: 12
Einwohner/-innen: 2 480



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

Vier Täler, Viamala- und Roffla-Schlucht, von den Rätoromanen und den Walsern geprägte Ortsbilder und Kultur, Kirche St. Martin in Zillis – auch bekannt als „Sixtina der Alpen“, Steinbockpopulation rund um den Piz Beverin

Landschaftspark Binntal

Postfach 20
3996 Binn
Tel. +41 (0)27 971 50 50

info@landschaftspark-binntal.ch
<http://www.landschaftspark-binntal.ch>

Errichtung: 2012
Fläche: 180 km²
Beteiligte Gemeinden: 6
Einwohner/-innen: 1 300



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

Ortsbilder von nationaler und regionaler Bedeutung. Das Binntal gehört zum Inventar der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung, Weiler Mühlebach mit ältestem Dorfkern der Schweiz in Holzbauweise, Mineralienreichtum, Vorkommen der seltenen Grenchjer Tulpe und der Walliser Levkoje

Naturpark Diemtigtal

Diemtigtal Tourismus
Bahnhofstrasse 20
3753 Oey
Tel. +41 (0)33 681 26 06

info@diemtigtal.ch
http://www.naturpark-diemtigtal.ch

Errichtung: 2012
Fläche: 135,4 km²
Beteiligte Gemeinden: 2
Einwohner/-innen: 2 140



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

Größtes Alpwirtschaftsgebiet der Schweiz. 1986 Wakker-Heimatschutzpreis für den guten Zustand der Streusiedlungen Diemtigen, ein Hochmoor, zwei Amphibienlaichgebiete und zwei Auengebiete von nationaler Bedeutung, große Waldreservate in Planung

Parc Ela

Infostelle Parc Ela
Stradung
7460 Savognin
Tel. +41 (0)81 659 16 18

info@parc-ela.ch
http://www.parc-ela.ch

Errichtung: 2012
Fläche: 548 km²
Beteiligte Gemeinden: 19
Einwohner/-innen: 5 245



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

Größter Naturpark der Schweiz. Sprachliche und kulturelle Vielfalt (im Parkgebiet wird Rätoromanisch, Deutsch und Italienisch gesprochen), Kehrtunnel der Rhätischen Bahn zwischen Bergün und Preda (UNESCO Welterbe), drei Moorlandschaften von nationaler Bedeutung

UNESCO Biosphäre Entlebuch

Biosphärenzentrum
 Klosterbüel 28
 6170 Schüpfheim
 Tel. +41 41 485 88 50

zentrum@biosphaere.ch
<http://www.biosphaere.ch>

Errichtung: 2008
 Fläche: 394 km²
 Beteiligte Gemeinden: 8
 Einwohner/-innen: 17 000



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
 Eigenschaften:

UNESCO Biosphäre seit 2001. Moorlandschaften von nationaler Bedeutung auf ca. ein Viertel der Fläche (44 Hochmoore, 61 Flachmoore, vier große Moorlandschaften), Karstgebiet Schratzenfluh, über 350 Regionalprodukte unter dem Label „Echt Entlebuch“

Naturpark Gantrisch

Schloss
 Schlossgasse 13
 3150 Schwarzenburg
 Tel. +41 (0)31 808 00 20

info@gantrisch.ch
<http://www.gantrisch.ch>

Errichtung: 2012
 Fläche: 402 km²
 Beteiligte Gemeinden: 26 + 1 Pfortengemeinde
 Einwohner/-innen: 43 500



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
 Eigenschaften:

Klosterruine Rüeggisberg am Jakobsweg, alte Bäderkultur im Gurnigelgebiet, Moorlandschaft Gurnigel-Gantrisch, Urlandschaft Brecca, Flusslandschaft Sense-Schwarzwasser, Gantrischbergkette, Schwarzenburgerland, Kapelle Schwarzenburg

Jurapark Aargau

Linn 51
5225 Bözberg
Tel. +41 (0) 62 877 15 04

info@jurapark-aargau.ch
http://www.jurapark-aargau.ch

Errichtung: 2012
Fläche: 244 km²
Beteiligte Gemeinden: 29
Einwohner/-innen: 37 000



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

Pfeifengras- und Orchideen-Föhrenwälder, Stollen vom ehemaligen Abbau von Erzflöss, Dorfbilder von nationaler Bedeutung in beinahe der Hälfte der Parkgemeinden, Gesteinsschichten von Tafel- und Kettenjura, Hochstamm-obstgärten

Naturpark Pfyn-Finges

Natur- und Landschaftszentrum
Kirchstrasse 4
Postfach 65
3970 Salgesch
Tel.+41 (0)27 452 60 60

admin@pfyn-finges.ch
http://www.pfyn-finges.ch

Errichtung: 2013
Fläche: 279 km²
Beteiligte Gemeinden: 12
Einwohner/-innen: 27 124



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

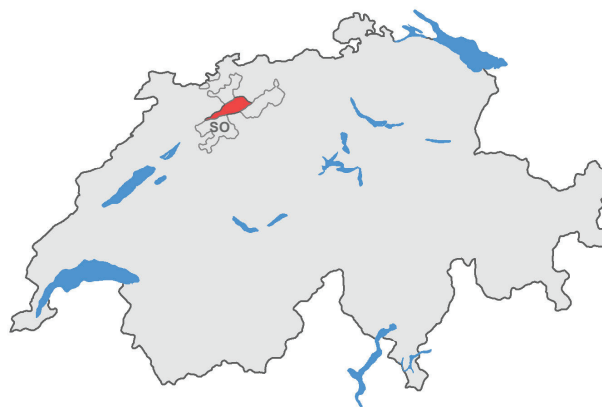
Biodiversitätshotspot Schutzgebiet Pfynwald, Wildbach Illgraben, Turtmantal, deutsch-französische Sprachgrenze am Bach Raspille, wilde Rhône, seltene Vogelarten

Naturpark Thal

Hölzlistrasse 57
4710 Balsthal
Tel. +41 (0)62 386 12 30

info@regionthal.ch
<http://www.naturparkthal.ch>

Errichtung: 2010
Fläche: 139 km²
Beteiligte Gemeinden: 9
Einwohner/-innen: 14 400



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

Kettenjura-Landschaft, 3 Gebiete von nationaler Bedeutung, Juraschutzzone, Heumatten und Sömmerungsweiden, Kalkfelsen, Fels- und Kretenwälder, alte Kammfabrik in Mümliswil, alte Keramikmanufaktur

UNESCO Biosfera Val Müstair

Center da Biosfera
Chasa Cumünala
7532 Tschierv
Tel. +41 (0)81 850 09 09

info@biosfera.ch
<http://www.biosfera.ch>

Errichtung: 2011
Fläche: 198 km²
Beteiligte Gemeinden: 1
Einwohner/-innen: 1 547



© Netzwerk Schweizer Pärke 04/2012 EB - Quelle: Swisstopo 5704002947

Besondere
Eigenschaften:

UNESCO Biosphäre seit 2010. 80 % der Landwirtschaftsbetriebe sind biologisch geführt, Karsee⁹ Lai da Rims, Fresken im Kloster St. Johann (UNESCO Weltkulturerbe), Manufatura Tessanda – letzte große Handweberei der Schweiz

⁹ Ein Karsee ist ein See in einer nischen- oder sesselförmigen Hohlform in den Steilhängen vergletscherter oder ehemals vergletscherter Gebirge. Hangabwärts ist der Karsee durch eine Karschwelle abgeriegelt (Brockhaus Enzyklopädie Online, Stichwort: Kar (Geomorphologie)).

Anhang 2: Labels im Bereich Tourismus und deren abgedeckte Bereiche

Label/Kennzeichnung	Abgedeckte Bereiche
Blaue Schwalbe http://www.vertraeglich-reisen.de/bio-urlaub/blaue-schwalbe-kriterien.php	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Speisen und Getränke • Chemikalien • Sensibilisierung Gäste • Transport • Flora/Fauna/Ökosysteme <i>Quelle: Verträglich Reisen o. J.</i>
EarthCheck http://www.earthcheck.org	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Einkauf • Chemikalien • Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung <i>Quelle: EarthCheck o. J.</i>
EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe http://www.eu-ecolabel.de/produktgruppen-kriterien.html?&no_cache=1	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Einkauf • Chemikalien • Sensibilisierung Mitarbeitende • Sensibilisierung Gäste • Transport <i>Quelle: EU 2009</i>
Green Globe http://greenglobe.com	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Bau • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Einkauf • Chemikalien • Sensibilisierung Mitarbeitende • Sensibilisierung Gäste • Flora/Fauna/Ökosysteme • Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung • Arbeitsbedingungen • Kulturelles Erbe <i>Quelle: Green Globe 2014</i>

<p>Green Key http://www.green-key.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Speisen und Getränke • Chemikalien • Sensibilisierung Mitarbeitende • Sensibilisierung Gäste • Flora/Fauna/Ökosysteme • Raumklima <p><i>Quelle: Green Key o. J.</i></p>
<p>ibex fairstay http://ibexfairstay.ch</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Einkauf • Sensibilisierung Mitarbeitende • Transport • Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung • Arbeitsbedingungen • Ökonomische Entwicklung <p><i>Quelle: ibex fairstay o. J.a; ibex fairstay o. J.b</i></p>
<p>STEP (Sustainable Tourism Education Program) http://sustainabletravel.org/program/step-sector-specific-standards/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Einkauf • Chemikalien • Sensibilisierung der Gäste • Transport • Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung • Arbeitsbedingungen <p><i>Quelle: Sustainable Travel International o. J.</i></p>
<p>Travelife http://www.travelife.org/Hotels/home.asp</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Management • Energie • Wasser • Abfall und Recycling • Einkauf • Chemikalien • Sensibilisierung der Gäste • Flora/Fauna/Ökosysteme • Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung • Arbeitsbedingungen <p><i>Quelle: Travelife 2012</i></p>

Anhang 3: In der Literatur identifizierte Anreize und Hemmnisse

Untersuchte Anreize	Verfasser/-innen	Erhebungsmethode
Incentives: increased customer awareness, potential cost savings, ethical beliefs, obtain a marketing advantage / better image, wish to be seen involved in green issues, pressure from existing government regulations, avoidance of new regulations	Bramwell & Alletorp 2001	Erhoben durch Interviews
Benefits: improved business prospects, savings in expenditure, improved image, new clientele, improved customer perception, increased environmental protection	Hobson & Essex 2001	Anreize durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch mündliche Befragung
Motives: savings in operating costs, altruistic or personal concern for the environment	Vernon et al. 2003	Erhoben durch Focus Groups
Drivers: public/official recognition of environmental commitment, envisioned cost savings, pressure of customers and tour operators, personal awareness of hotel manager, potential improvement of internal management system	Ayuso 2006	Erhoben durch Interviews
Incentives: reducing operating costs, demands from customers, diminishing environmental impacts of the hotels, improving image of hotel, marketing asset, recommendations of management, availability of professional advice	Bodanowicz 2006	Anreize durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch E-Mail-Fragebogen
Influential factors: customer care, cost savings, health and safety, care for the environment, customer demand, personal beliefs, quality management, public relations, potential legislation, industry standards, competitors' actions	Leslie 2009	Anreize durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch Fragebogen
Reasons for engaging: <i>Altruistic reasons:</i> environmental protection, lifestyle, social commitment <i>Economic & competitive reasons:</i> reduction of cost, enterprise image <i>Legitimization reasons:</i> legal and governmental compliance, stakeholder pressure	Garay & Font 2012	Anreize durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch Online-Befragung

Untersuchte Hemmnisse	Verfasser/-innen	Erhebungsmethode
Obstacles: costs/business profitability, practical difficulties (education of employees, increase in administration), limited commitment from local authorities	Bramwell & Alletorp 2001	Erhoben durch Interviews
Difficulties: initial financial cost, time and energy, customer opposition, staff opposition, external restriction, lack of information and support, lack of interest in the concept of sustainability	Hobson & Essex 2001	Hemmnisse durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch Interviews
Barriers: <i>Direct:</i> time, effort, money, frustration, lack of customer demand, business practices of suppliers, availability of local produce and labour, lack of knowledge, image (jeopardise customer satisfaction and enjoyment), distanced responsibility <i>Indirect:</i> lack of infrastructure (e.g. public transport, recycling), economic barriers, political barriers	Vernon et al. 2003	Erhoben durch Focus Groups
Barriers: low levels of awareness, contentment with status quo, lack of customer demand, being green has negative connotations (drop in standards, customer satisfaction and enjoyment), costs, dissatisfaction with environmentally friendly products, availability and reliability of green suppliers, lack of information, lack of recycling facilities	Tzschentke, Kirk & Lynch 2008b	Hemmnisse durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch Interviews
Barriers: costs, lack of time, lack of knowledge/need for more information, effort, lack of exemplars, perception of customers	Leslie 2009	Hemmnisse durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch Fragebogen
Barriers: lack of time, lack of money, lack of motivation, don't know what to do, the customers haven't asked for it, nobody will value it	Font, Garay & Jones 2014	Hemmnisse durch Literaturstudium gesammelt und danach Verifizierung durch Fragebogen

Anhang 4: Herleitung der Fragebogenelemente von Block B

Wasserverbrauch

Wasserverbrauch				
Teilbereiche	Unterpunkte	Nr.	Fragebogenelemente	Antwortoptionen
Vermeidung von unnötigem Wasserverbrauch		B21	Handtücher und Bettwäsche werden nur gewechselt, wenn die Gäste dies verlangen.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B22	Geschirrspüler und Waschmaschinen werden nur voll beladen in Betrieb genommen.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
Senkung Wasserverbrauch	• Einsatz effizienter Armaturen	B23	Es sind wassersparende Armaturen (z. B. Duschbrausen, Wasserhähne, WC-Spülung mit Spartaste) im Einsatz.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
	• Einsatz effizienter Geräte	B24	Es sind wassersparende Geräte (z. B. Geschirrspüler, Waschmaschinen) im Einsatz.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
Substituierung		B25	Wo möglich wird Regenwasser statt Trinkwasser verwendet (z. B. für die Bewässerung von Pflanzen, Toiletten-spülung).	6er Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“

Der Teilbereich „Vermeidung von unnötigem Wasserverbrauch“ wird durch zwei Fragen operationalisiert, die häufig vorkommende Situationen in Beherbergungsbetrieben abbilden. Außerdem sind diese Maßnahmen bei entsprechender Sensibilisierung einfach in die Praxis umsetzbar.

Abfall und Recycling

Abfall und Recycling				
Teilbereiche	Unterpunkte	Nr.	Fragebogenelemente	Antwortoptionen
Abfallminderung	• Verzicht auf Wegwerfprodukte	B31	Im Betrieb werden Einwegprodukte verwendet (z. B. Plastikgeschirr, Hausschuhe, Gästeseifen).	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
	• Vermeidung von Verpackung	B32	Es wird darauf geachtet, Verpackungsmaterial zu vermeiden (z. B. Kauf von Grosspackungen, wiederverwendbare Behälter und Taschen, Verzicht auf Portionsverpackungen für Konfitüre).	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
Wiederverwendung		B33	Nicht mehr benötigte Gegenstände, Möbel oder Armaturen werden zur	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis

			Wiederverwendung gespendet (z. B. Brockenhaus ¹⁰) oder verkauft.	„trifft zu“
Recycling		B34	Der im Betrieb und in den Zimmern anfallende Abfall wird systematisch getrennt und dem Recycling zugeführt.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“

Einkauf

Einkauf				
Teilbereiche	Unterpunkte	Nr.	Fragebogenelemente	Antwortoptionen
Produktwahl	• Lokale Produkte und Anbieter	B41	Lokale/regionale Produkte und Anbieter werden beim Einkauf bevorzugt.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
	• Ökologische Produkte	B42	Es werden Bioprodukte gekauft.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B43	Es werden saisonale Lebensmittel gekauft.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B44	Es werden umweltfreundliche Reinigungsmittel, Hygieneprodukte und Gartenprodukte (z. B. Dünger, Schädlingsbekämpfung) gekauft.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
		B45	Es werden Produkte aus rezyklierten Materialien gekauft (z. B. Büropapier, WC-Papier, Briefumschläge).	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
Einkaufs-koordination		B46	Einkäufe werden koordiniert, um Transporte zu minimieren.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“
Lieferanten		B47	Lieferanten werden ermutigt, sich für die Umwelt zu engagieren.	6er-Skala „trifft nicht zu“ bis „trifft zu“

Der Unterpunkt „ökologische Produkte“ wird durch die vier Aspekte bio, saisonal, umweltfreundlich und rezykliert operationalisiert. Damit sind die zentralen Eigenschaften ökologischer Produkte, die sich beim Einkauf in der Regel durch Labels und Etiketten einfach überprüfen lassen, abgedeckt.

¹⁰ Der Begriff Brockenhaus bezeichnet in der Schweiz einen Secondhand-Laden, in dem sich preiswerte gebrauchte Alltagsgegenstände und Hausrat (von Kleidung über Möbel bis zu Elektrogeräten) erwerben lassen. Brockenhäuser erhalten ihre Artikel in der Regel kostenlos von Privatpersonen, Unternehmen oder Haushaltsauflösungen.

Sensibilisierung

Sensibilisierung				
Teilbereiche	Unterpunkte	Nr.	Fragebogenelemente	Antwortoptionen
Gäste	• Verhalten im Betrieb	B51	Die Gäste werden ermutigt, sich bei Umweltschutzmassnahmen im Betrieb zu beteiligen, z. B. durch Hinweisschilder, Aufkleber oder Broschüren.	trifft zu / trifft nicht zu
	• Verhalten außerhalb des Betriebes	B52	Den Gästen werden Informationen zum öffentlichen Verkehr zur Verfügung gestellt.	trifft zu / trifft nicht zu
		B53	Die Gäste werden über umweltfreundliche Freizeitaktivitäten (z. B. Wanderungen, Führungen mit Fokus auf Natur und Umwelt, ausgeschilderte Velotouren ¹¹) informiert.	trifft zu / trifft nicht zu
Mitarbeitende	• Schulung	B54	Die Mitarbeitenden werden im betrieblichen Umweltschutz geschult (z. B. Licht ausschalten, Waschmaschinen voll auslasten, Abfall trennen).	trifft zu / trifft nicht zu / Der Betrieb beschäftigt keine Mitarbeitenden
	• Belohnung	B55	Mitarbeitende erhalten eine Anerkennung für eine besonders gute Leistung im betrieblichen Umweltschutz.	trifft zu / trifft nicht zu / Der Betrieb beschäftigt keine Mitarbeitenden

Der Unterpunkt „Verhalten außerhalb des Betriebs“ im Teilbereich „Gäste“ wird durch zwei Fragen abgedeckt. Diese beiden Fragen behandeln die zwei Hauptbereiche der touristischen Aktivitäten neben der Unterkunft und der Verpflegung: den Verkehr und die Freizeitaktivitäten (vgl. Bitzer 1997, S. 43–53).

Umweltmanagement

Umweltmanagement				
Teilbereiche	Unterpunkte	Nr.	Fragebogenelemente	Antwortoptionen
Umweltpolitik		B61	Im Betrieb gibt es schriftlich festgelegte Ziele und/oder Massnahmen ¹² für den Umweltschutz.	trifft zu / trifft nicht zu
Umsetzung	• Aktionspläne		<i>Siehe Umweltpolitik</i>	
	• Zuständigkeiten	B65	Es gibt eine Person, die für den Umweltschutz im Betrieb zuständig ist.	trifft zu / trifft nicht zu

¹¹ Velo ist der Schweizer Ausdruck für Fahrrad.

¹² Da das ß in der Schweiz nicht verwendet wird, kommt es im Fragebogen nicht zum Einsatz.

Monitoring	• Zielerreichung	B62	Es wird kontrolliert, ob die festgelegten Ziele erreicht bzw. die Massnahmen umgesetzt wurden.	trifft zu / trifft nicht zu
	• Quantifizierung von Kosten und Einsparungen	B63	Die Kosten für die Umweltschutzmassnahmen werden zusammengestellt.	trifft zu / trifft nicht zu
		B64	Die Einsparungen, die durch Umweltschutzmassnahmen erzielt wurden, werden zusammengestellt (z. B. geringerer Stromverbrauch, weniger Heizenergie, geringere Entsorgungskosten).	trifft zu / trifft nicht zu
Zertifizierung		B66	Der Betrieb hat eine Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifizierung erlangt (z. B. ibex fairstay, Green Globe, Green Key, ISO 14001, EMAS).	trifft zu / trifft nicht zu / ist in Vorbereitung

Im Teilbereich Umweltpolitik wird der Begriff Umweltpolitik in der Frage nicht genannt, weil davon ausgegangen wird, dass der Begriff in sehr unterschiedlicher Art und Weise von den zu Befragenden verstanden werden kann oder dessen genaue Bedeutung gar nicht bekannt ist. Stattdessen wird der Begriff der Ziele verwendet, welcher das Hauptelement der Umweltpolitik darstellt. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass viele der zu befragenden Betriebe KMU oder gar Kleinunternehmen sind. Es ist anzunehmen, dass ein Teil der Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer mit den Begriffen und Denkstrukturen der Betriebswirtschaftslehre wenig vertraut ist. Dies gilt vermutlich auch für die in der Betriebswirtschaftslehre vorgenommene Trennung von in der Umweltpolitik verankerten Zielen und den darauf basierenden Aktionsplänen (s. dazu auch Kap. 1.2.6). Die Bereiche Umweltpolitik und Aktionspläne werden daher mit einer einzigen Frage abgedeckt, welche sowohl die Ziele als auch die Maßnahmen beinhaltet.

Der Unterpunkt „Quantifizierung von Kosten und Einsparungen“ des Teilbereichs Monitoring wird anhand von zwei separaten Fragen abgefragt, um Eindimensionalität gewährleisten zu können.

Die Fragen zur Zielerreichung sowie zur Quantifizierung von Kosten und Einsparungen werden nur vorgelegt, wenn die Teilnehmerin bzw. der Teilnehmer die Frage zur Umweltpolitik mit „trifft zu“ beantwortet hat.

Anhang 5: Einladungs- und Erinnerungstext zur Online-Umfrage

Einladung

Betreff: Umfrage Umweltschutz in Beherbergungsbetrieben

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Rahmen meiner Abschlussarbeit im Master-Studiengang Nachhaltigkeitswissenschaft interessiere ich mich für den Umweltschutz in Beherbergungsbetrieben in Naturparks. Ich untersuche dazu alle Betriebe, welche eine Unterkunft in Zimmern mit mind. einem Frühstück anbieten (Hotels, Gasthäuser, Pensionen, Gruppenunterkünfte, B&Bs, agro-touristische Betriebe, Jugendherbergen, Motels und Kurbetriebe) und sich in einem Naturpark befinden. Mein Ziel ist es zu erforschen, wie die Betriebe zum Thema Umweltschutz stehen, welche Massnahmen getroffen werden und welche Gründe den betrieblichen Umweltschutz fördern oder hemmen.

Um ein möglichst detailliertes Bild der Situation zu erhalten, führe ich eine Online-Umfrage bei den Betrieben durch. Sie erhalten diese E-Mail, weil Ihre E-Mail-Adresse im Internet als Kontakt eines Beherbergungsbetriebs aufgeführt ist. Ich möchte Sie bitten, an dieser Umfrage mitzumachen und damit einen wertvollen und sehr geschätzten Beitrag zur Unterstützung dieser Forschungsarbeit zu leisten. Der Fragebogen sollte durch den oder die Hauptverantwortliche für das Tagesgeschäft im Betrieb ausgefüllt werden. Die Teilnahme an der Umfrage dauert ca. 10 bis 15 Minuten und umfasst das Ankreuzen der zutreffenden Antworten. Die Umfrage finden Sie unter folgendem Link:
<https://survey.leuphana.de/index.php/126192/lang-de>

Die Daten werden selbstverständlich anonym erhoben, es ist also kein Rückschluss auf Ihre Person oder Ihren Betrieb möglich.

Für Rückfragen und Auskünfte können Sie sich gerne an mich wenden (nathalie.t.hutter@stud.leuphana.de). Die Masterarbeit verfasse ich als eingeschriebene Studentin der Leuphana Universität Lüneburg, wo ich mein Auslandsstudium absolviere. Sie wird von Frau Dr. Thiem und Frau Prof. Dr. Mölders betreut.

Vielen herzlichen Dank für Ihre Bemühungen!

Freundliche Grüsse

Nathalie Hutter

Erinnerung

Betreff: Freundliche Erinnerung: Umfrage in Beherbergungsbetrieben

Sehr geehrte

Vor zwei Wochen habe ich Sie zu der Teilnahme an der Online-Umfrage zum Umweltschutz in Beherbergungsbetrieben in Naturparks eingeladen. Falls Sie die Umfrage bereits ausgefüllt haben, bedanke ich mich ganz herzlich für Ihre wertvolle Unterstützung! Andernfalls würde ich mich sehr freuen, wenn auch Sie an der Befragung unter folgendem Link teilnehmen:

<https://survey.leuphana.de/index.php/126192/lang-de>

Der Fragebogen bietet Ihnen einen Überblick über aktuell diskutierte Handlungsfelder im Umweltschutz und erlaubt Ihnen eine Einschätzung der derzeitigen Situation in Ihrem Betrieb.

Ihre Teilnahme ist für mein Forschungsprojekt im Rahmen meines Studiums sehr wichtig und ich würde mich sehr freuen, wenn Sie den Fragebogen ausfüllen. Falls Sie Probleme haben, auf die Umfrage zuzugreifen, sende ich Ihnen gerne einen ausgedruckten Fragebogen und ein vorfrankiertes Antwortcouvert zu.

Die Daten werden selbstverständlich anonym erhoben, es ist also kein Rückschluss auf Ihre Person oder Ihren Betrieb möglich.

Über Ihre Teilnahme würde ich mich sehr freuen und ich danke Ihnen bereits jetzt ganz herzlich für Ihre Unterstützung!

Freundliche Grüße

Nathalie Hutter

Studentin Master Nachhaltigkeitswissenschaften

Leuphana Universität Lüneburg

Anhang 6: Fragebogen

Umfrage zum Umweltschutz in Beherbergungsbetrieben

Herzlichen Dank für Ihr Interesse an dieser Umfrage!

Im Rahmen meiner Studienabschlussarbeit interessiere ich mich für den Umweltschutz in Beherbergungsbetrieben (Hotels, Gasthäuser, Pensionen, Motels, Kurbetriebe, Gruppenunterkünfte, Jugendherbergen, B&Bs, agrotouristische Betriebe) in Naturparks. Diese Umfrage umfasst Fragen zur Einstellung gegenüber dem Umweltschutz und zu betrieblichen Massnahmen¹³. Daher ist es wichtig, dass der oder die Hauptverantwortliche für das Tagesgeschäft im Betrieb diesen Fragebogen beantwortet.

Die Teilnahme an der Umfrage dauert ca. 10 bis 15 Minuten. Bitte beantworten Sie alle Fragen so vollständig wie möglich.

Alle Daten werden anonym erhoben, d.h. ein Rückschluss auf Ihre Person ist nicht möglich.

Diese Abschlussarbeit schreibe ich an der Leuphana Universität Lüneburg im Rahmen meines Auslandsstudiums im Bereich Nachhaltigkeitswissenschaft. Sie wird von Frau Dr. Thiem und Frau Prof. Dr. Mölders betreut. Für Rückfragen zum Fragebogen oder zu der Arbeit stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung: nathalie.t.hutter@stud.leuphana.de

Haltung zum betrieblichen Umweltschutz

Im ersten Teil der Umfrage interessiert mich Ihre Meinung zu den vorgegebenen Aussagen. Sie können Ihre Meinung durch Ankreuzen auf einer Skala von "stimme überhaupt nicht zu" bis "stimme völlig zu" zum Ausdruck bringen. Richtige oder falsche Antworten gibt es nicht.

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?							
		stimme über- haupt nicht zu					stimme völlig zu
		1	2	3	4	5	6
A1	Eine intakte natürliche Umwelt ist für meinen Betrieb wichtig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A2	Mein Betrieb beeinträchtigt die natürliche Umwelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A3	Mein Betrieb kann etwas zum Schutz der natürlichen Umwelt beitragen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hilfetext: Wenn Sie einer Aussage rundherum zustimmen, kreuzen Sie "stimme völlig zu" an. Vertreten Sie den entgegengesetzten Standpunkt, sollten Sie "stimme überhaupt nicht zu" ankreuzen. Mit den Feldern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

¹³ Da das ß in der Schweiz nicht verwendet wird, kommt es im Fragebogen nicht zum Einsatz.

Energienutzung

Die folgenden Fragen betreffen Massnahmen und Aktivitäten im Bereich des Umweltschutzes in Ihrem Betrieb. Anhand einer Skala von "trifft nicht zu" bis "trifft zu" können Sie angeben, zu welchem Grad die abgefragten Massnahmen in Ihrem Betrieb umgesetzt werden.

Wird eine Massnahme im gesamten Betrieb flächendeckend umgesetzt, kreuzen Sie bitte "trifft zu" an. Wird die Massnahme nicht umgesetzt, wählen Sie "trifft nicht zu".

Die dazwischen stehenden Antwortmöglichkeiten können Sie zur Abstufung verwenden, wenn eine Massnahme nur in einem Teil des Betriebs umgesetzt wird oder nur ein Teil der Massnahme realisiert wird.

Weist eine Massnahme keinen Bezug zu Ihrem Betrieb auf, können Sie "kein Bezug" ankreuzen.

Bitte geben Sie an, zu welchem Grad die folgenden Massnahmen und Aktivitäten in Ihrem Betrieb umgesetzt werden.		stimme über- haupt nicht zu 1	2	3	4	5	stimme völlig zu 6	kein Bezug
B11	Die Beleuchtung wird jeweils ausgeschaltet, wenn sie nicht benötigt wird (z. B. manuell, mit Zeitschaltuhren oder Sensoren).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B12	Geräte (z. B. Fernseher, Klimaanlage) werden jeweils komplett ausgeschaltet (kein Standby), wenn sie nicht in Gebrauch sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B13	Es werden sparsame Leuchtmit- tel wie z. B. Energiesparlampen oder LED verwendet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B14	Es sind energieeffiziente Geräte (z. B. Kühlschrank, Kaffeemaschi- nen, Minibar) im Einsatz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B15	Strom wird aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft, Solar- energie, Windenergie, Biogas, Geothermie) bezogen oder selber produziert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B16	Es wird mit erneuerbaren Ener- gien geheizt (Holz, Wärmepumpe, Solarenergie, Biogas).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B17	In den letzten 10 Jahren wurde eine energetische Sanierung (z. B. Wärmedämmung, Fensterersatz, Ersatz der Heizung) des Gebäudes vorgenommen oder das Gebäude wurde erst in den letzten 10 Jahren erbaut.	
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu

Hilfetext: Befindet sich der Betrieb in mehreren Gebäuden, beziehen Sie sich bitte auf das Gebäude, in dem sich der Grossteil der Unterkunftsmöglichkeiten befindet.

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage B17 „trifft nicht zu“ angekreuzt wurde.

B18	Eine energetische Sanierung ist in Planung.	
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu

Wasserverbrauch

Bitte geben Sie an, zu welchem Grad die folgenden Massnahmen und Aktivitäten in Ihrem Betrieb umgesetzt werden.		stimme über- haupt nicht zu					stimme völlig zu	kein Bezug zu
		1	2	3	4	5	6	
B21	Handtücher und Bettwäsche werden nur gewechselt, wenn die Gäste dies verlangen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B22	Geschirrspüler und Waschmaschinen werden nur voll beladen in Betrieb genommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B23	Es sind wassersparende Armaturen (z. B. Duschbrausen, Wasserhähne, WC-Spülung mit Spartaste) im Einsatz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B24	Es sind wassersparende Geräte (z. B. Geschirrspüler, Waschmaschinen) im Einsatz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B25	Wo möglich wird Regenwasser statt Trinkwasser verwendet (z. B. für die Bewässerung von Pflanzen, Toilettenspülung).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Abfall und Recycling

Bitte geben Sie an, zu welchem Grad die folgenden Massnahmen und Aktivitäten in Ihrem Betrieb umgesetzt werden.		stimme überhaupt nicht zu					stimme völlig zu	kein Bezug
		1	2	3	4	5	6	
B31	Im Betrieb werden Einwegprodukte verwendet (z. B. Plastikgeschirr, Hausschuhe, Gästeseifen).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B32	Es wird darauf geachtet, Verpackungsmaterial zu vermeiden (z. B. Kauf von Grosspackungen, wiederverwendbare Behälter und Taschen, Verzicht auf Portionsverpackungen für Konfitüre).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B33	Nicht mehr benötigte Gegenstände, Möbel oder Armaturen werden zur Wiederverwendung gespendet (z. B. Brockenhaus ¹⁴) oder verkauft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B34	Der im Betrieb und in den Zimmern anfallende Abfall wird systematisch getrennt und dem Recycling zugeführt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Einkauf

Bitte geben Sie an, zu welchem Grad die folgenden Massnahmen und Aktivitäten in Ihrem Betrieb umgesetzt werden.		stimme überhaupt nicht zu					stimme völlig zu	kein Bezug
		1	2	3	4	5	6	
B41	Lokale/regionale Produkte und Anbieter werden beim Einkauf bevorzugt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B42	Es werden Bio-Produkte gekauft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B43	Es werden saisonale Lebensmittel gekauft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B44	Es werden umweltfreundliche Reinigungsmittel, Hygienepro-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¹⁴ Der Begriff Brockenhaus bezeichnet in der Schweiz einen Secondhand-Laden, in dem sich preiswerte gebrauchte Alltagsgegenstände und Hausrat (von Kleidung über Möbel bis zu Elektrogeräten) erwerben lassen. Brockenhäuser erhalten ihre Artikel in der Regel kostenlos von Privatpersonen, Unternehmen oder Haushaltsauflösungen.

	dukte und Gartenprodukte (z. B. Dünger, Schädlingsbekämpfung) gekauft.							
B45	Es werden Produkte aus rezyklierten Materialien gekauft (z. B. Büropapier, WC- Papier, Briefumschläge).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B46	Einkäufe werden koordiniert, um Transporte zu minimieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B47	Lieferanten werden ermutigt, sich für die Umwelt zu engagieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sensibilisierung und Umweltbildung

B51	Die Gäste werden ermutigt, sich bei Umweltschutzmassnahmen im Betrieb zu beteiligen, z. B. durch Hinweisschilder, Aufkleber oder Broschüren.
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu <input type="checkbox"/> trifft zu

B52	Den Gästen werden Informationen zum öffentlichen Verkehr zur Verfügung gestellt.
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu <input type="checkbox"/> trifft zu

B53	Die Gäste werden über umweltfreundliche Freizeitaktivitäten (z. B. Wanderungen, Führungen mit Fokus auf Natur und Umwelt, ausgeschilderte Velotouren¹⁵) informiert.
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu <input type="checkbox"/> trifft zu

B54	Die Mitarbeitenden werden im betrieblichen Umweltschutz geschult (z. B. Licht ausschalten, Waschmaschinen voll auslasten, Abfall trennen).
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu <input type="checkbox"/> trifft zu <input type="checkbox"/> Der Betrieb beschäftigt keine Mitarbeitenden

B55	Mitarbeitende erhalten eine Anerkennung für eine besonders gute Leistung im betrieblichen Umweltschutz.
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu <input type="checkbox"/> trifft zu <input type="checkbox"/> Der Betrieb beschäftigt keine Mitarbeitenden

Umweltmanagement

B61	Im Betrieb gibt es schriftlich festgelegte Ziele und/oder Massnahmen für den Umweltschutz.
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu <input type="checkbox"/> trifft zu

¹⁵ Velo ist der Schweizer Ausdruck für Fahrrad.

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage B61 „trifft zu“ angekreuzt wurde.

B62	Es wird kontrolliert, ob die festgelegten Ziele erreicht bzw. die Massnahmen umgesetzt wurden.	
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage B61 „trifft zu“ angekreuzt wurde.

B63	Die Kosten für die Umweltschutzmassnahmen werden zusammengestellt.	
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage B61 „trifft zu“ angekreuzt wurde.

B64	Die Einsparungen, die durch Umweltschutzmassnahmen erzielt wurden, werden zusammengestellt (z. B. geringerer Stromverbrauch, weniger Heizenergie, geringere Entsorgungskosten).	
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu

B65	Es gibt eine Person, die für den Umweltschutz im Betrieb zuständig ist.	
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu

B66	Der Betrieb hat eine Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifizierung erlangt (z. B. ibex fairstay, Green Globe, Green Key, ISO 14001, EMAS).		
	<input type="checkbox"/> trifft nicht zu	<input type="checkbox"/> trifft zu	<input type="checkbox"/> ist in Vorbereitung

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage B66 „trifft zu“ angekreuzt wurde.

B67: Welche Zertifizierung haben Sie erlangt? _____

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage B66 „ist in Vorbereitung“ angekreuzt wurde.

B68: Welche Zertifizierung wollen Sie erlangen? _____

Veränderung

B7	Vergleichen Sie die heutige Situation im Umweltschutz in Ihrem Betrieb mit dem Stand in früheren Jahren. Gab es eine Veränderung?
	<input type="checkbox"/> Der Betrieb legt heute viel weniger Wert auf Umweltschutz als früher. <input type="checkbox"/> Der Betrieb legt heute weniger Wert auf Umweltschutz als früher. <input type="checkbox"/> Die Situation ist etwa gleich geblieben. <input type="checkbox"/> Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher. <input type="checkbox"/> Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher.

Anreize und Hemmnisse

Die folgenden Fragen beschäftigen sich mit Faktoren, die ein Engagement im betrieblichen Umweltschutz fördern oder hemmen.

Es gibt unterschiedliche Gründe, die dafür sprechen, sich im betrieblichen Umweltschutz zu engagieren. Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Gründe für Ihren Betrieb einen Anreiz darstellen.		trifft nicht zu 1	2	3	4	5	trifft zu 6
C1.1	Nachfrage von Kundinnen/Kunden oder Reiseveranstaltern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.2	Mögliche Kosteneinsparungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.3	Umweltschutz kann im Marketing verwendet werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.4	Umweltschutzmassnahmen der Konkurrenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.5	Projekte und Initiativen des Naturparks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.6	Bestehende Umweltgesetzgebung (z. B. CO ₂ -Abgabe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.7	Proaktiv Massnahmen ergreifen, um einer möglichen zukünftigen Umweltgesetzgebung entgegenzuwirken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.8	Einsatz für den Umweltschutz aus persönlicher Überzeugung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.9	Der Einfluss von Branchenvereinen oder Umweltverbänden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.10	Gesellschaftliche Anerkennung des Engagements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C1.11	Eine professionelle Beratung (z. B. durch Behörden oder Verbände) und Informationen zu den möglichen Massnahmen im betrieblichen Umweltschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Es gibt aber auch Gründe, die gegen ein (weitergehendes) Engagement im betrieblichen Umweltschutz sprechen können. Bitte bewerten Sie, inwiefern in Ihrem Betrieb die folgenden Argumente gegen Umweltschutz zutreffen.		trifft nicht zu 1	2	3	4	5	trifft zu 6
C2.1	Die Kosten sind zu hoch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.2	Es fehlt die Zeit, um sich damit zu beschäftigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.3	Die Kundennachfrage ist unzureichend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C2.4	Es gibt zu wenig umweltfreundliche Alternativen (z. B. Lebensmittel, Produkte, Lieferanten) oder sie sind von schlechter Qualität.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.5	Die negativen Umweltauswirkungen des Betriebs sind zu gering.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.6	Die Qualität des Betriebs würde leiden und Gäste werden abgeschreckt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.7	Es gibt zu wenig Informationen und Unterstützung (z. B. durch Behörden oder Verbände).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.8	Die Infrastruktur ist unzureichend (z. B. Vorhandensein/Nähe von Entsorgungsstellen oder Werkhöfen, Anbieter von erneuerbaren Energien).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2.9	Es mangelt an Unterstützung durch die Mitarbeitenden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C3: Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Gründe, die für oder gegen den betrieblichen Umweltschutz sprechen? Falls ja, beschreiben Sie diese Gründe bitte kurz im unten stehenden Feld.

Informationen zum Betrieb

Die nächsten Fragen betreffen einige Eigenschaften Ihres Betriebs.

D1	In welchem Naturpark befindet sich Ihr Betrieb?	
	<input type="checkbox"/> Jurapark Aargau <input type="checkbox"/> Landschaftspark Binntal <input type="checkbox"/> Naturpark Beverin <input type="checkbox"/> Naturpark Diemtigtal <input type="checkbox"/> Naturpark Gantrisch <input type="checkbox"/> Naturpark Pfyn-Finges	<input type="checkbox"/> Naturpark Thal <input type="checkbox"/> Parc Ela <input type="checkbox"/> UNESCO Biosfera Val Müstair <input type="checkbox"/> UNESCO Biosphäre Entlebuch <input type="checkbox"/> Ausserhalb eines Naturparks

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage D1 „Ausserhalb eines Naturparks“ angekreuzt wurde.

D2: In welchem Ort befindet sich Ihr Betrieb? _____

D3: Wie viele Betten umfasst Ihr Betrieb? _____

D4: Seit welchem Jahr gibt es Ihren Betrieb? _____

D5	Bitte ordnen Sie Ihren Betrieb einer der folgenden Kategorien zu. <i>Falls Ihr Betrieb zwei oder mehr Kategorien umfasst, wählen Sie bitte die Kategorie, welche den grössten Teil Ihres Betriebs beschreibt.</i>	
	<input type="checkbox"/> Hotel <input type="checkbox"/> Gasthaus <input type="checkbox"/> Pension <input type="checkbox"/> Motel <input type="checkbox"/> Kurbetrieb	<input type="checkbox"/> Gruppenunterkunft <input type="checkbox"/> Jugendherberge <input type="checkbox"/> Bed & Breakfast <input type="checkbox"/> Agrotouristischer Betrieb <input type="checkbox"/> Andere _____

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage D4 „Gruppenunterkunft“, „Jugendherberge“ oder „Agrotouristischer Betrieb“ angekreuzt wurde.

D6: Bieten Sie ein Frühstück an? _____

Die folgende Frage erscheint nur, wenn bei Frage D4 „Gruppenunterkunft“, „Jugendherberge“ oder „Agrotouristischer Betrieb“ angekreuzt wurde.

D7: Muss ein Schlafsack verwendet werden? _____

Soziodemografische Merkmale

Zum Abschluss benötige ich folgende Daten zu Ihrer Person:

E1	Sind Sie Eigentümer/-in des Betriebs?	
	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein

E2: Wie alt sind Sie? _____

E3	Ihr Geschlecht:	
	<input type="checkbox"/> weiblich	<input type="checkbox"/> männlich

E4	Bitte geben Sie Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung an:	
	<input type="checkbox"/> kein Abschluss <input type="checkbox"/> obligatorische Schule <input type="checkbox"/> Berufslehre <input type="checkbox"/> Mittelschule	<input type="checkbox"/> Höhere Fach- oder Berufsausbildung <input type="checkbox"/> Universität/ETH/Fachhochschule <input type="checkbox"/> Andere _____

F1: Haben Sie Ergänzungen oder Bemerkungen zum Fragebogen? Möchten Sie sonst etwas zur Umfrage oder zum Thema anmerken? Sie können dafür gerne das unten stehende Feld nutzen.

--

Vielen herzlichen Dank für Ihre Teilnahme! Sollten Sie Anmerkungen und Fragen haben, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung: nathalie.t.hutter@stud.leuphana.de

Anhang 7: Protokoll der Datenbereinigung in SPSS

- Daten aus LimeSurvey in SPSS eingelesen: 81 Variablen, 127 Antworten
- 32 nicht oder über große Strecken nur teilweise ausgefüllte Fragebögen entfernt
- 1 Datensatz eines Betriebs außerhalb eines Naturparks ausgeschlossen
- 1 Datensatz ohne Angabe des Naturparks ausgeschlossen
- 2 Datensätze von Betrieben, die kein Frühstück anbieten, ausgeschlossen
- 2 Datensätze angepasst: Eingabe war „außerhalb Naturpark“, aufgrund der Ortsangabe befindet sich der Betrieb jedoch in einem Naturpark
- Freitexte in „Betriebskategorie“ analysiert und zugeordnet
- Freitexte in „Ausbildung“ analysiert und zugeordnet
- Antwortoption „kein Bezug“ (99) in Block B als fehlender Wert definiert
- Antwortoption „in Vorbereitung“ (98) bei B66zertifiziert zu 6 (trifft zu) umcodiert
- Variable B3_31 einweg umcodiert, da Bewertung in Fragebogen invers
- Aus B17 und B18 neue Variable (B1_17_18energiansierung) erstellt, welche die Ergebnisse aus B17 und B18 zusammenfasst
- Minergie Wallis als Nachhaltigkeitszertifikat entfernt (6 durch 1 ersetzt)

Anhang 8: Daten Betriebseigenschaften und soziodemografische Merkmale

Verteilung der Antworten nach Naturparks

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Jurapark Aargau	9	9,9	9,9	9,9
Naturpark Beverin	14	15,4	15,4	25,3
Landschaftspark Binnental	1	1,1	1,1	26,4
Naturpark Diemtigtal	2	2,2	2,2	28,6
Parc Ela	12	13,2	13,2	41,8
UNESCO Biosphäre Entlebuch	15	16,5	16,5	58,2
Naturpark Gantrisch	13	14,3	14,3	72,5
Naturpark Pfyn-Finges	13	14,3	14,3	86,8
Naturpark Thal	6	6,6	6,6	93,4
UNESCO Biosfera Val Müstair	6	6,6	6,6	100,0
Gesamt	91	100,0	100,0	

Verteilung der Antworten nach Betriebsart

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Agrotouristischer Betrieb	11	12,1	12,1	12,1
Bed & Breakfast	30	33,0	33,0	45,1
Gasthaus	15	16,5	16,5	61,5
Gruppenunterkunft	10	11,0	11,0	72,5
Hotel	23	25,3	25,3	97,8
Pension	2	2,2	2,2	100,0
Gesamt	91	100,0	100,0	

Lageparameter Betriebsgröße und Gründungsjahr des Betriebs

	N		Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum
	Gültig	Fehlend					
Betten	90	1	31,66	15,00	41,243	1	270
Jahr	88	3		1992,00		1800	2014

Lageparameter Alter der Teilnehmenden

	N		Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum
	Gültig	Fehlend					
Alter	88	3	49,91	50,50	11,429	29	76

Verteilung der Antworten nach Eigentümer/-in

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	62	68,1	68,9	68,9
	Nein	28	30,8	31,1	100,0
	Gesamt	90	98,9	100,0	
Fehlend	System	1	1,1		
Gesamt		91	100,0		

Verteilung der Antworten nach Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiblich	47	51,6	54,0	54,0
	männlich	40	44,0	46,0	100,0
	Gesamt	87	95,6	100,0	
Fehlend	System	4	4,4		
Gesamt		91	100,0		

Verteilung der Antworten nach Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Höhere Fach- oder Berufsausbildung	35	38,5	39,3	39,3
	Mittelschule	6	6,6	6,7	46,1
	Berufslehre	29	31,9	32,6	78,7
	obligatorische Schule	1	1,1	1,1	79,8
	Universität/ETH/ Fachhochschule	18	19,8	20,2	100,0
	Gesamt	89	97,8	100,0	
Fehlend	Fehlender Wert	2	2,2		
Gesamt		91	100,0		

Anhang 9: Daten Handlungsbereiche

Lageparameter Handlungsbereiche

		Hotellerie			Parahotellerie			Insgesamt		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Energienutzung										
B11	Beleuchtung ausschalten	40	5,45	0,932	48	5,04	1,570	88	5,23	1,328
B12	Geräte ausschalten	37	4,11	1,712	46	4,46	1,735	83	4,30	1,723
B13	Effiziente Leuchtmittel	38	5,34	0,847	50	5,02	1,407	88	5,16	1,202
B14	Effiziente Geräte	39	4,64	1,088	47	4,57	1,281	86	4,60	1,191
B15	Strom aus eE	37	3,11	2,105	50	3,30	2,140	87	3,22	2,115
B16	Heizen mit eE	37	2,59	2,034	49	3,76	2,287	86	3,26	2,245
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	37	4,24	2,420	49	3,55	2,525	86	3,85	2,490
B18	Geplante energetische Sanierung	12	1,83	1,946	23	2,52	2,352	35	2,29	2,217
B17/18	Energetische Sanierung	37	4,51	2,317	49	4,27	2,405	86	4,37	2,357
	Kennzahl Energie	40	4,2698	0,65382	51	4,3244	0,92005	91	4,3004	0,81009
Wasserverbrauch										
B21	Wäschewechsel	40	4,98	1,687	47	5,43	1,229	87	5,22	1,466
B22	Volle Ladung	40	5,58	0,781	48	5,94	0,245	88	5,77	0,582
B23	Armaturen	40	4,28	1,739	48	4,73	1,771	88	4,52	1,762
B24	Geräte	40	4,60	1,317	49	4,90	1,503	89	4,76	1,422
B25	Regenwasser	40	1,98	1,593	50	2,62	1,905	90	2,33	1,793
	Kennzahl Wasser	40	4,2800	0,85910	51	4,7088	0,90613	91	4,5203	0,90652
Abfall/Recycling										
B31	Einwegprodukte	40	4,95	1,413	50	5,52	1,297	90	5,27	1,372
B32	Wenig Verpackung	40	4,68	1,385	50	5,28	1,213	90	5,01	1,320
B33	Wiederverwendung	38	4,47	1,656	44	4,98	1,455	82	4,74	1,562
B34	Recycling	40	5,40	1,008	51	5,29	1,474	91	5,34	1,284
	Kennzahl Abfall	40	4,8875	0,86305	51	5,2761	0,76112	91	5,1053	0,82597
Einkauf										
B41	Regionale Produkte	40	5,48	1,176	51	5,63	,894	91	5,56	1,024
B42	Bioprodukte	40	3,48	1,853	50	4,00	1,852	90	3,77	1,861
B43	Saisonale Lebensmittel	40	5,50	0,716	51	5,65	0,716	91	5,58	0,716
B44	Chemische Produkte	40	4,38	1,353	51	5,10	1,171	91	4,78	1,298
B45	Rezyklierte Produkte	40	4,28	1,536	51	5,04	1,232	91	4,70	1,418
B46	Koordination Einkäufe	40	5,03	1,441	50	5,60	0,969	90	5,34	1,229
B47	Ermutigung Lieferanten	38	2,97	1,910	29	3,28	1,791	67	3,10	1,852
	Kennzahl Einkauf	40	4,4470	0,81832	51	5,0235	0,81420	91	4,7701	0,86096
Sensibilisierung										
B51	Beteiligung Gäste	40	0,75	2,519	49	2,94	2,461	89	3,30	2,506
B52	Mobilitätsinformationen	40	5,63	1,334	49	5,69	1,211	89	5,66	1,261
B53	Freizeit	39	5,87	0,801	50	5,80	0,990	89	5,83	0,907
B54	MA-Schulung	34	5,71	1,194	20	6,00	0,000	54	5,81	0,953
B55	Anerkennung MA	35	1,57	1,614	18	1,83	1,917	53	1,66	1,709
	Kennzahl Sensibilisierung	40	4,5125	0,98810	50	4,6700	0,90366	90	4,6000	0,94001

		Hotellerie			Parahotellerie			Insgesamt		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Umweltmanagement										
B61	Schriftliche Ziele	40	1,63	1,675	50	1,30	1,199	90	1,44	1,431
B62	Monitoring	5	6,00	0,000	3	6,00	0,000	8	6,00	0,000
B63	Zusammenstellung Kosten	5	3,00	2,739	2	1,00	0,000	7	2,43	2,440
B64	Zusammenstellung Einsparungen	5	3,00	2,739	2	1,00	0,000	7	2,43	2,440
B65	Zuständige Person	39	2,67	2,388	50	2,70	2,393	89	2,69	2,377
B66	Zertifizierung	39	1,13	0,801	48	1,10	0,722	87	1,11	,754
	Kennzahl Umweltmanagement	40	1,791 7	1,131 49	51	1,817 0	1,348 77	91	1,805 9	1,251 24
	Kennzahlensumme	40	24,18 85	3,161 09	50	25,72 16	3,519 58	90	25,04 02	3,433 03

U-Test nach Mann & Whitney für Handlungsbereiche * Hotellerie/Parahotellerie

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]
Energie						
B11	Beleuchtung ausschalten	907,500	2083,500	-0,503	0,615	
B12	Geräte ausschalten	734,000	1437,000	-1,105	0,269	
B13	Effiziente Leuchtmittel	891,000	2166,000	-0,548	0,584	
B14	Effiziente Geräte	912,500	2040,500	-0,036	0,971	
B15	Strom aus eE	873,000	1576,000	-0,465	0,642	
B16	Heizen mit eE	654,000	1357,000	-2,350	0,019	
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	781,000	2006,000	-1,276	0,202	
B18	Geplante energetische Sanierung	119,000	197,000	-0,872	0,383	0,526 ^b
B17/18	Energetische Sanierung	861,500	2086,500	-0,484	0,629	
	Kennzahl Energie	949,000	1769,000	-0,568	0,570	
Wasser						
B21	Wäschewechsel	801,000	1621,000	-1,465	0,143	
B22	Volle Ladung	748,500	1568,500	-2,788	0,005	
B23	Armaturen	792,000	1612,000	-1,496	0,135	
B24	Geräte	796,000	1616,000	-1,592	0,111	
B25	Regenwasser	806,500	1626,500	-1,730	0,084	
	Kennzahl Wasser	725,500	1545,500	-2,362	0,018	
Abfall/Recycling						
B31	Einwegprodukte	705,500	1525,500	-2,954	0,003	
B32	Wenig Verpackung	719,500	1539,500	-2,466	0,014	
B33	Wiederverwendung	675,000	1416,000	-1,607	0,108	
B34	Recycling	973,500	1793,500	-0,467	0,640	
	Kennzahl Abfall	743,000	1563,000	-2,246	0,025	
Einkauf						
B41	Regionale Produkte	957,500	1777,500	-0,668	0,504	
B42	Bioprodukte	827,500	1647,500	-1,429	0,153	
B43	Saisonale Lebensmittel	887,500	1707,500	-1,320	0,187	
B44	Chemische Produkte	694,000	1514,000	-2,735	0,006	
B45	Rezyklierte Produkte	701,500	1521,500	-2,654	0,008	
B46	Koordination Einkäufe	741,500	1561,500	-2,493	0,013	
B47	Ermutigung Lieferanten	494,000	1235,000	-0,740	0,459	
	Kennzahl Einkauf	582,000	1402,000	-3,508	0,000	

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]
Sensibilisierung						
B51	Beteiligung Gäste	821,000	2046,000	-1,519	0,129	
B52	Mobilitätsinformationen	966,500	1786,500	-0,256	0,798	
B53	Freizeit	961,000	2236,000	-0,370	0,711	
B54	MA-Schulung	320,000	915,000	-1,095	0,274	
B55	Anerkennung MA	298,500	928,500	-0,528	0,597	
	Kennzahl Sensibilisierung	910,500	1730,500	-0,746	0,455	
Umweltmanagement						
B61	Schriftliche Ziele	935,000	2210,000	-1,071	0,284	
B62	Monitoring	7,500	13,500	0,000	1,000	1,000 ^b
B63	Zusammenstellung Kosten	3,000	6,000	-0,980	0,327	0,571 ^b
B64	Zusammenstellung Einsparungen	3,000	6,000	-0,980	0,327	0,571 ^b
B65	Zuständige Person	968,500	1748,500	-0,066	0,948	
B66	Zertifizierung	931,500	2107,500	-0,148	0,882	
	Kennzahl Umweltmanagement	987,000	2313,000	-0,310	0,757	
	Kennzahlensumme	705,000	1525,000	-2,395	0,017	

^b Nicht für Bindungen korrigiert.

Kendall's Tau c für Handlungsbereiche * Betten

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
Energie						
B11	Beleuchtung ausschalten	88	0,056	0,072	0,772	0,440
B12	Geräte ausschalten	83	-0,031	0,084	-0,374	0,709
B13	Effiziente Leuchtmittel	87	-0,027	0,078	-0,346	0,729
B14	Effiziente Geräte	85	0,025	0,084	0,302	0,762
B15	Strom aus eE	86	0,052	0,087	0,599	0,549
B16	Heizen mit eE	85	-0,169	0,077	-2,185	0,029
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	85	0,162	0,124	1,305	0,192
B18	Geplante energetische Sanierung	35	0,101	0,166	0,610	0,542
B17/18	Energetische Sanierung	85	0,166	0,119	1,390	0,165
	Kennzahl Energie	90	0,018	0,074	0,244	0,808
Wasser						
B21	Wäschewechsel	86	0,032	0,065	0,501	0,616
B22	Volle Ladung	87	-0,076	0,055	-1,379	0,168
B23	Armaturen	88	-0,107	0,077	-1,399	0,162
B24	Geräte	88	-0,092	0,080	-1,148	0,251
B25	Regenwasser	89	-0,193	0,077	-2,495	0,013
	Kennzahl Wasser	90	-0,146	0,072	-2,021	0,043
Abfall/Recycling						
B31	Einwegprodukte	89	-0,177	0,069	-2,544	0,011
B32	Wenig Verpackung	89	-0,085	0,076	-1,126	0,260
B33	Wiederverwendung	81	-0,058	0,081	-0,716	0,474
B34	Recycling	90	-0,103	0,064	-1,617	0,106
	Kennzahl Abfall	90	-0,177	0,073	-2,419	0,016
Einkauf						
B41	Regionale Produkte	90	-0,082	0,063	-1,309	0,190
B42	Bioprodukte	89	-0,195	0,086	-2,254	0,024
B43	Saisonale Lebensmittel	90	-0,149	0,071	-2,094	0,036

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
B44	Chemische Produkte	90	-0,122	0,080	-1,521	0,128
B45	Rezyklierte Produkte	90	-0,083	0,077	-1,081	0,280
B46	Koordination Einkäufe	89	-0,091	0,075	-1,220	0,222
B47	Ermütigung Lieferanten	67	0,025	0,092	0,274	0,784
	Kennzahl Einkauf	90	-0,192	0,067	-2,840	0,005
Sensibilisierung						
B51	Beteiligung Gäste	88	0,396	0,110	3,588	0,000
B52	Mobilitätsinformationen	88	-0,036	0,053	-0,686	0,492
B53	Freizeit	88	0,033	0,025	1,322	0,186
B54	MA-Schulung	53	-0,093	0,064	-1,455	0,146
B55	Anerkennung MA	52	0,034	0,136	0,249	0,803
	Kennzahl Sensibilisierung	89	0,022	0,078	0,281	0,779
Umweltmanagement						
B61	Schriftliche Ziele	89	0,058	0,067	0,860	0,390
B62	Monitoring	Es werden keine Statistiken berechnet, da Monitoring eine Konstante ist				
B63	Zusammenstellung Kosten	7	0,163	0,488	0,335	0,738
B64	Zusammenstellung Einsparungen	7	-0,327	0,335	-0,974	0,330
B65	Zuständige Person	88	-0,034	0,117	-0,290	0,772
B66	Zertifizierung	86	0,083	0,057	1,460	0,144
	Kennzahl Umweltmanagement	90	-0,028	0,091	-0,312	0,755
	Kennzahlensumme	89	-0,157	0,073	-2,158	0,031

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Spearman-Rho Betriebsalter * Kennzahlensumme

		Kennzahlensumme
Betriebsalter	Korrelationskoeffizient	-0,271
	Sig. (2-seitig)	0,011
	N	88

Cramers V für Naturpark * Handlungsbereiche

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Energie				
B11	Beleuchtung ausschalten	88	0,365	0,084
B12	Geräte ausschalten	83	0,349	0,266
B13	Effiziente Leuchtmittel	88	0,307	0,623
B14	Effiziente Geräte	86	0,350	0,199
B15	Strom aus eE	87	0,398	0,012
B16	Heizen mit eE	86	0,437	0,001
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	86	0,190	0,960
B18	Geplante energetische Sanierung	35	0,514	0,321
B17/18	Energetische Sanierung	86	0,252	0,794
	Kennzahl Energie	91	0,593	0,632
Wasser				
B21	Wäschewechsel	87	0,370	0,070
B22	Volle Ladung	88	0,293	0,701
B23	Armaturen	88	0,337	0,281
B24	Geräte	89	0,347	0,175
B25	Regenwasser	90	0,343	0,192
	Kennzahl Wasser	91	0,460	0,792

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Abfall/Recycling				
B31	Einwegprodukte	90	0,288	0,783
B32	Wenig Verpackung	90	0,327	0,344
B33	Wiederverwendung	82	0,424	0,004
B34	Recycling	91	0,321	0,391
	Kennzahl Abfall	91	0,502	0,000
Einkauf				
B41	Regionale Produkte	91	0,398	0,012
B42	Bioprodukte	90	0,382	0,024
B43	Saisonale Lebensmittel	91	0,273	0,813
B44	Chemische Produkte	91	0,305	0,587
B45	Rezyklierte Produkte	91	0,301	0,636
B46	Koordination Einkäufe	90	0,330	0,311
B47	Ermütigung Lieferanten	67	0,316	0,897
	Kennzahl Einkauf	91	0,613	0,058
Sensibilisierung				
B51	Beteiligung Gäste	89	0,303	0,516
B52	Mobilitätsinformationen	89	0,411	0,090
B53	Freizeit	89	0,290	0,588
B54	MA-Schulung	54	0,523	0,098
B55	Anerkennung MA	53	0,389	0,532
	Kennzahl Sensibilisierung	90	0,353	0,091
Umweltmanagement				
B61	Schriftliche Ziele	90	0,325	0,391
B62	Monitoring			
B63	Zusammenstellung Kosten	7	0,806	0,473
B64	Zusammenstellung Einsparungen	7	1,000	0,221
B65	Zuständige Person	89	0,238	0,831
B66	Zertifizierung	87	0,403	0,117
	Kennzahl Umweltmanagement	91	0,293	0,661
	Kennzahlensumme	90	1,000	0,405

Cramers V für Bestehensdauer Naturpark (2 Kategorien) * Handlungsbereiche

Gruppierung Naturparks:

- Gruppe 1: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2008, 2009 und 2010 gegründet wurden
- Gruppe 2: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2012 und 2013 gegründet wurden

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Energie				
B11	Beleuchtung ausschalten	88	0,297	0,171
B12	Geräte ausschalten	83	0,104	0,971
B13	Effiziente Leuchtmittel	88	0,254	0,340
B14	Effiziente Geräte	86	0,418	0,010
B15	Strom aus eE	87	0,291	0,196
B16	Heizen mit eE	86	0,290	0,205
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	86	0,013	0,907
B18	Geplante energetische Sanierung	35	0,083	0,625
B17/18	Energetische Sanierung	86	0,047	0,663
	Kennzahl Energie	91	0,599	0,485
Wasser				
B21	Wäschewechsel	87	0,324	0,104
B22	Volle Ladung	88	0,129	0,690
B23	Armaturen	88	0,247	0,373

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
B24	Geräte	89	0,244	0,379
B25	Regenwasser	90	0,233	0,432
	Kennzahl Wasser	91	0,466	0,536
Abfall/Recycling				
B31	Einwegprodukte	90	0,191	0,655
B32	Wenig Verpackung	90	0,271	0,252
B33	Wiederverwendung	82	0,263	0,342
B34	Recycling	91	0,213	0,531
	Kennzahl Abfall	91	0,447	0,252
Einkauf				
B41	Regionale Produkte	91	0,282	0,125
B42	Bioprodukte	90	0,441	0,004
B43	Saisonale Lebensmittel	91	0,201	0,297
B44	Chemische Produkte	91	0,168	0,765
B45	Rezyklierte Produkte	91	0,298	0,152
B46	Koordination Einkäufe	90	0,224	0,475
B47	Ermutigung Lieferanten	67	0,132	0,949
	Kennzahl Einkauf	91	0,633	0,193
Sensibilisierung				
B51	Beteiligung Gäste	89	-0,28	0,795
B52	Mobilitätsinformationen	89	0,310	0,003
B53	Freizeit	89	0,148	0,164
B54	MA-Schulung	54	-0,127	0,350
B55	Anerkennung MA	53	-0,126	0,359
	Kennzahl Sensibilisierung	90	0,325	0,220
Umweltmanagement				
B61	Schriftliche Ziele	90	0,119	0,258
B62	Monitoring			
B63	Zusammenstellung Kosten	7	-0,645	0,088
B64	Zusammenstellung Einsparungen	7	-0,645	0,088
B65	Zuständige Person	89	0,109	0,305
B66	Zertifizierung	87	0,100	0,350
	Kennzahl Umweltmanagement	91	0,204	0,284
	Kennzahlensumme	90	1,000	0,450

Phi für Bestehensdauer Naturparks (2 Kategorien) * Kennzahlen (2 Kategorien)

Gruppierung Naturparks:

- Gruppe 1: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2008, 2009 und 2010 gegründet wurden
- Gruppe 2: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2012 und 2013 gegründet wurden

Gruppierung Kennzahlen:

- Gruppe 1: Betriebe mit Werten unter dem Median
- Gruppe 2: Betriebe mit Werten über dem Median

	Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Kennzahl Energie	91	0,224	0,033
Kennzahl Wasser	91	0,167	0,111
Kennzahl Abfall	91	0,105	0,318
Kennzahl Einkauf	91	9,133	0,205
Kennzahl Sensibilisierung	90	0,099	0,349
Kennzahl Umweltmanagement	91	0,154	0,143
Kennzahlensumme	90	0,170	0,107

U-Test nach Mann & Whitney für Betriebe in Naturparks mit resp. ohne Parkprojekte im Bereich regionale Produkte

		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Regionale Produkte	Keine Projekte	22	49,05	1079,00
	Projekte	69	45,03	3107,00
	Gesamt	91		

	Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]
Parkprojekte regionale Produkte	692,000	3107,000	-0,830	0,407	

Phi für Betriebe in Naturparks mit resp. ohne Parkprojekte im Bereich energetische Sanierung

	Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Parkprojekte energetische Sanierung	86	0,149	0,166

U-Test nach Mann & Whitney für Betriebe in Naturparks mit resp. ohne Parkprojekte für Nachhaltigkeit im Betrieb

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]
Energie						
B11	Beleuchtung ausschalten	916,000	2401,000	-0,020	0,984	
B12	Geräte ausschalten	765,000	2143,000	-0,398	0,691	
B13	Effiziente Leuchtmittel	873,500	1503,500	-0,508	0,612	
B14	Effiziente Geräte	788,000	1349,000	-0,799	0,424	
B15	Strom aus eE	701,000	2132,000	-1,812	0,070	
B16	Heizen mit eE	737,500	2063,500	-1,454	0,146	
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	866,000	2297,000	-0,088	0,930	
B18	Geplante energetische Sanierung	119,500	210,500	-1,059	0,289	0,428 ^b
B17/18	Energetische Sanierung	820,500	1381,500	-0,591	0,555	
	Kennzahl Energie	902,000	2498,000	-0,637	0,524	
Wasser						
B21	Wäschewechsel	834,000	2319,000	-0,617	0,537	
B22	Volle Ladung	849,000	2389,000	-0,793	0,428	
B23	Armaturen	889,500	2429,500	-0,165	0,869	
B24	Geräte	712,500	1273,500	-1,885	0,059	
B25	Regenwasser	888,000	1483,000	-0,587	0,558	
	Kennzahl Wasser	914,000	1544,000	-0,540	0,589	
Abfall/Recycling						
B31	Einwegprodukte	790,500	2330,500	-1,759	0,079	
B32	wenig Verpackung	917,500	1547,500	-0,403	0,687	
B33	Wiederverwendung	774,500	2049,500	-0,260	0,795	
B34	Recycling	907,000	2503,000	-0,748	0,454	
	Kennzahl Abfall	878,500	2474,500	-0,840	0,401	
Einkauf						
B41	Regionale Produkte	862,000	2458,000	-1,286	0,198	
B42	Bioprodukte	765,500	2361,500	-1,583	0,113	

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]
B43	Saisonale Lebensmittel	977,500	1607,500	-0,025	0,980	
B44	Chemische Produkte	932,000	1562,000	-0,411	0,681	
B45	Rezyklierte Produkte	937,000	1567,000	-0,366	0,715	
B46	Koordination Einkäufe	897,000	1492,000	-0,544	0,587	
B47	Ermütigung Lieferanten	464,000	815,000	-0,911	0,362	
	Kennzahl Einkauf	978,500	1608,500	-0,012	0,990	
Sensibilisierung						
B51	Beteiligung Gäste	861,500	2346,500	-0,812	0,417	
B52	Mobilitätsinformationen	916,500	1546,500	-0,551	0,582	
B53	Freizeit	937,000	2422,000	-0,215	0,830	
B54	MA-Schulung	306,000	972,000	-1,010	0,313	
B55	Anerkennung MA	298,500	928,500	-0,528	0,597	
	Kennzahl Sensibilisierung	871,000	2411,000	-0,778	0,437	
Umweltmanagement						
B61	Schriftliche Ziele	912,500	1542,500	-0,840	0,401	
B62	Monitoring	6,000	9,000	0,000	1,000	1,000 ^b
B63	Zusammenstellung Kosten	3,500	18,500	-0,735	0,462	0,571 ^b
B64	Zusammenstellung Einsparungen	3,500	18,500	-0,735	0,462	0,571 ^b
B65	Zuständige Person	891,500	2376,500	-0,549	0,583	
B66	Zertifizierung	875,000	1505,000	-1,167	0,243	
	Kennzahl Umweltmanagement	967,500	1597,500	-0,120	0,905	
	Kennzahlensumme	909,000	2449,000	-0,443	0,658	

^b Nicht für Bindungen korrigiert

Verteilung zeitliche Veränderung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Die Situation ist etwa gleich geblieben	25	27,5	27,8	27,8
	Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher	47	51,6	52,2	80,0
	Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher	18	19,8	20,0	100,0
	Gesamt	90	98,9	100,0	
Fehlend	System	1	1,1		
Gesamt		91	100,0		

Vergleich Mittelwerte Handlungsbereiche in den Kategorien der zeitlichen Veränderung

		Die Situation ist etwa gleich geblieben			Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher			Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Energie										
B11	Beleuchtung ausschalten	23	5,13	1,290	46	5,09	1,532	18	5,72	,575
B12	Geräte ausschalten	23	3,96	1,609	44	4,27	1,757	16	4,88	1,746
B13	Effiziente Leuchtmittel	23	4,96	1,397	46	5,07	1,237	18	5,61	,698
B14	Effiziente Geräte	23	4,61	1,118	44	4,43	1,319	18	4,94	,873
B15	Strom aus eE	22	3,14	2,054	46	3,07	2,059	18	3,56	2,357
B16	Heizen mit eE	21	3,00	2,302	46	3,43	2,277	18	2,94	2,127
B17	Durchgeführte energetische Sanierung	23	3,83	2,534	44	3,95	2,487	18	3,78	2,557
B18	Geplante energetische Sanierung	9	2,67	2,500	17	2,47	2,348	8	1,63	1,768
B17/18	Energetische Sanierung	23	4,48	2,352	44	4,52	2,308	18	4,06	2,508
	Kennzahl Energie	25	4,165 6	0,907 52	47	4,267 1	0,812 29	18	4,535 7	0,639 52
Wasser										
B21	Wäschewechsel	24	5,33	1,308	46	5,07	1,625	16	5,44	1,263
B22	Volle Ladung	25	5,72	0,678	45	5,78	0,560	17	5,82	0,529
B23	Armaturen	25	4,84	1,700	44	4,30	1,812	18	4,56	1,756
B24	Geräte	25	4,68	1,249	45	4,73	1,498	18	4,89	1,530
B25	Regenwasser	25	2,68	1,952	46	1,89	1,402	18	2,89	2,246
	Kennzahl Wasser	25	4,654 0	0,922 17	47	4,362 8	0,844 77	18	4,686 1	1,013 12
Abfall/Recycling										
B31	Einwegprodukte	25	5,04	1,594	46	5,48	1,130	18	5,06	1,626
B32	Wenig Verpackung	25	5,20	1,291	46	4,85	1,333	18	5,17	1,383
B33	Wiederverwendung	20	4,70	1,593	45	4,56	1,589	16	5,25	1,438
B34	Recycling	25	5,32	1,180	47	5,32	1,337	18	5,39	1,378
	Kennzahl Abfall	25	5,090 0	0,783 55	47	5,072 7	0,855 08	18	5,189 8	,8640 4
Einkauf										
B41	Regionale Produkte	25	5,52	1,159	47	5,49	1,081	18	5,78	0,647
B42	Bioprodukte	25	4,12	1,716	47	3,45	1,815	17	4,00	2,121
B43	Saisonale Lebensmittel	25	5,60	0,577	47	5,53	0,747	18	5,67	0,840
B44	Chemische Produkte	25	4,88	1,364	47	4,64	1,309	18	4,94	1,211
B45	Rezyklierte Produkte	25	4,76	1,332	47	4,49	1,502	18	5,11	1,278
B46	Koordination Einkäufe	24	5,46	1,062	47	5,28	1,174	18	5,61	1,195
B47	Ermütigung Lieferanten	18	3,17	1,465	34	2,71	1,899	14	3,79	1,968
	Kennzahl Einkauf	25	4,880 0	0,939 99	47	4,603 3	0,863 04	18	5,024 3	0,694 79
Sensibilisierung										
B51	Beteiligung Gäste	24	3,71	2,545	46	2,74	2,408	18	4,06	2,508
B52	Mobilitätsinformationen	24	6,00	0,000	46	5,35	1,703	18	6,00	0,000
B53	Freizeit	25	5,80	1,000	46	5,78	1,031	17	6,00	0,000

		Die Situation ist etwa gleich geblieben			Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher			Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher		
B54	MA-Schulung	14	5,64	1,336	26	5,81	0,981	14	6,00	0,000
B55	Anerkennung MA	14	1,71	1,816	25	1,60	1,658	14	1,71	1,816
	Kennzahl Sensibilisierung	25	4,840	0,913	46	4,347	0,982	18	4,833	0,678
			0	48		8	93		3	81
Umweltmanagement										
B61	Schriftliche Ziele	24	1,21	1,021	47	1,43	1,410	18	1,83	1,917
B62	Monitoring	1	6,00	.	4	6,00	0,000	3	6,00	0,000
B63	Zusammenstellung Kosten	1	1,00	.	3	1,00	0,000	3	4,33	2,887
B64	Zusammenstellung Einsparungen	1	1,00	.	3	2,67	2,887	3	2,67	2,887
B65	Zuständige Person	25	2,20	2,179	46	2,63	2,370	17	3,65	2,572
B66	Zertifizierung	24	1,00	0,000	45	1,00	0,000	17	1,59	1,661
	Kennzahl Umweltmanagement	25	1,600	1,166	47	1,744	1,088	18	2,296	1,672
			0	67		7	39		3	10
	Kennzahlensumme	25	25,22	3,643	46	24,26	3,040	18	26,56	3,701
			96	10		77	53		56	78

U-Test nach Mann & Whitney für Kennzahlen der Handlungsbereiche * zeitliche Veränderung

Vergleich zwischen „Die Situation ist etwa gleich geblieben“ und „Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher“

	Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Kennzahl Energie	557,500	882,500	-0,355	0,722
Kennzahl Wasser	466,000	1594,000	-1,442	0,149
Kennzahl Abfall	585,500	910,500	-0,024	0,981
Kennzahl Einkauf	461,000	1589,000	-1,498	0,134
Kennzahl Sensibilisierung	412,000	1493,000	-2,013	0,044
Kennzahl Umweltmanagement	529,500	854,500	-0,824	0,410
Kennzahlensumme	455,500	1536,500	-1,439	0,150

Vergleich zwischen „Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher“ und „Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher“

	Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Kennzahl Energie	339,000	1467,000	-1,233	0,217
Kennzahl Wasser	332,500	1460,500	-1,331	0,183
Kennzahl Abfall	384,500	1512,500	-0,572	0,567
Kennzahl Einkauf	308,000	1436,000	-1,690	0,091
Kennzahl Sensibilisierung	292,500	1373,500	-1,867	0,062
Kennzahl Umweltmanagement	355,000	1483,000	-1,142	0,253
Kennzahlensumme	277,000	1358,000	-2,046	0,041

Kendall's Tau c für zeitliche Veränderung * Bestehensdauer Naturparks

Anzahl der gültigen Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
90	0,076	0,070	1,088	0,276

a Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Kendall's Tau c für zeitliche Veränderung * Bestehensdauer Naturparks (2 Kategorien)

Gruppierung Naturparks:

- Gruppe 1: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2008, 2009 und 2010 gegründet wurden
- Gruppe 2: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2012 und 2013 gegründet wurden

Anzahl der gültigen Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
90	0,056	0,092	0,609	0,543

a Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Kendall's Tau c für zeitliche Veränderung * Betriebsalter

Anzahl der gültigen Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
87	0,229	0,096	2,389	0,017

a Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Anhang 10: Daten Anreize und Hemmnisse

Lageparameter Anreize und Hemmnisse

		Hotellerie			Parahotellerie			Insgesamt		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Anreize										
C1.1	Nachfrage	40	2,70	1,572	49	2,27	1,812	89	2,46	1,713
C1.2	Kosteneinsparungen	40	4,65	1,424	49	3,78	1,817	89	4,17	1,701
C1.3	Marketing	40	3,80	1,757	49	3,29	1,720	89	3,52	1,746
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	39	2,15	1,406	48	1,56	0,965	87	1,83	1,212
C1.5	Projekte Park	39	3,64	1,842	49	3,51	1,850	88	3,57	1,837
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	40	2,90	1,630	48	2,60	1,759	88	2,74	1,699
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	40	2,90	1,646	47	2,70	1,706	87	2,79	1,671
C1.8	Persönliche Überzeugung	40	5,03	1,097	51	5,24	1,176	91	5,14	1,141
C1.9	Einfluss Vereine	40	2,43	1,375	48	2,17	1,389	88	2,28	1,381
C1.10	Anerkennung	40	3,13	1,697	49	2,86	1,780	89	2,98	1,738
C1.11	Beratung	40	2,53	1,601	48	2,21	1,473	88	2,35	1,532
Hemmnisse										
C2.1	Zu hohe Kosten	38	4,08	1,667	49	2,86	1,581	87	3,39	1,721
C2.2	Zeitmangel	40	3,30	1,652	43	2,42	1,592	83	2,84	1,671
C2.3	Mangelnde Nachfrage	40	3,73	1,467	48	3,15	1,879	88	3,41	1,720
C2.4	Mangelnde Alternativen	39	3,44	1,518	48	2,29	1,557	87	2,80	1,634
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	40	3,45	1,694	45	3,40	1,947	85	3,42	1,822
C2.6	Qualitätseinbuße	40	2,15	1,424	46	1,65	1,353	86	1,88	1,401
C2.7	Keine Informationen	40	3,00	1,617	45	2,56	1,853	85	2,76	1,750
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	40	3,10	1,661	48	2,29	1,529	88	2,66	1,632
C2.9	Mitarbeitende	38	2,05	1,293	45	1,51	1,308	83	1,76	1,321

U-Test nach Mann & Whitney für Hotellerie/Parahotellerie * Anreize/Hemmnisse

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Anreize					
C1.1	Nachfrage	791,000	2016,000	-1,654	0,098
C1.2	Kosteneinsparungen	713,500	1938,500	-2,258	0,024
C1.3	Marketing	816,500	2041,500	-1,371	0,170
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	725,500	1901,500	-2,071	0,038
C1.5	Projekte Park	920,500	2145,500	-0,300	0,764
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	841,000	2017,000	-1,029	0,304
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	867,000	1995,000	-0,640	0,522
C1.8	Persönliche Überzeugung	889,500	1709,500	-1,141	0,254
C1.9	Einfluss Vereine	853,000	2029,000	-0,952	0,341
C1.10	Anerkennung	894,000	2119,000	-0,727	0,467
C1.11	Beratung	860,000	2036,000	-0,886	0,376
Hemmnisse					
C2.1	Zu hohe Kosten	558,000	1783,000	-3,264	0,001
C2.2	Zeitmangel	612,000	1558,000	-2,338	0,019
C2.3	Mangelnde Nachfrage	786,500	1962,500	-1,479	0,139
C2.4	Mangelnde Alternativen	544,000	1720,000	-3,426	0,001
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	873,500	1908,500	-0,238	0,812
C2.6	Qualitätseinbuße	699,500	1780,500	-2,230	0,026
C2.7	Keine Informationen	729,000	1764,000	-1,558	0,119
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	688,000	1864,000	-2,355	0,019
C2.9	Mitarbeitende	583,500	1618,500	-2,924	0,003

Kendall's Tau c für Betriebsgröße * Anreize/Hemmnisse

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
Anreize						
C1.1	Nachfrage	88	0,054	0,078	0,696	0,487
C1.2	Kosteneinsparungen	88	0,180	0,082	2,203	0,028
C1.3	Marketing	88	0,096	0,078	1,233	0,218
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	86	0,077	0,070	1,097	0,273
C1.5	Projekte Park	87	0,105	0,087	1,201	0,230
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	87	0,140	0,093	1,511	0,131
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	86	0,197	0,081	2,420	0,016
C1.8	Persönliche Überzeugung	90	-0,131	0,075	-1,738	0,082
C1.9	Einfluss Vereine	87	0,032	0,086	0,370	0,712
C1.10	Anerkennung	88	0,039	0,091	0,431	0,666
C1.11	Beratung	87	0,115	0,084	1,372	0,170
Hemmnisse						
C2.1	Zu hohe Kosten	86	0,226	0,089	2,538	0,011
C2.2	Zeitmangel	82	0,340	0,076	4,489	0,000
C2.3	Mangelnde Nachfrage	87	0,148	0,086	1,710	0,087
C2.4	Mangelnde Alternativen	86	0,154	0,083	1,860	0,063
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	84	-0,097	0,087	-1,113	0,266
C2.6	Qualitätseinbuße	85	0,140	0,078	1,784	0,074
C2.7	Keine Informationen	84	0,076	0,086	0,880	0,379
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	87	0,247	0,078	3,157	0,002
C2.9	Mitarbeitende	82	0,214	0,080	2,686	0,007

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Mittelwerte der Anreize/Hemmnisse in den Betriebsgrößen-Kategorien

		bis 6 Betten			7 bis 20 Betten			21 bis 50 Betten			mehr als 50 Betten		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Anreize													
C1.1	Nachfrage	26	2,35	1,810	23	2,43	1,805	22	2,59	1,736	17	2,29	1,312
C1.2	Kosteneinsparungen	26	3,65	1,917	23	3,91	1,676	22	4,73	1,453	17	4,65	1,498
C1.3	Marketing	27	3,30	1,750	23	3,35	1,921	21	3,67	1,713	17	3,94	1,638
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	26	1,50	0,812	22	2,05	1,430	21	2,00	1,095	17	1,88	1,536
C1.5	Projekte Park	27	3,19	1,798	23	3,48	1,880	20	4,00	1,622	17	3,65	2,060
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	26	2,65	1,832	23	2,61	1,530	21	2,24	1,179	17	3,76	1,954
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	25	2,16	1,573	23	3,00	1,758	21	3,14	1,526	17	3,12	1,728
C1.8	Persönliche Überzeugung	28	5,36	1,026	23	5,26	1,054	22	4,77	1,307	17	5,06	1,197
C1.9	Einfluss Vereine	26	2,19	1,443	23	2,48	1,504	21	2,14	1,153	17	2,41	1,460
C1.10	Anerkennung	26	2,88	1,796	23	2,83	1,723	22	2,95	1,618	17	3,18	1,845
C1.11	Beratung	26	1,77	1,177	23	2,74	1,630	21	2,48	1,401	17	2,65	1,869

		bis 6 Betten			7 bis 20 Betten			21 bis 50 Betten			mehr als 50 Betten		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Hemmnisse													
C2.1	Zu hohe Kosten	27	2,74	1,678	22	3,09	1,477	20	4,30	1,342	17	3,88	1,965
C2.2	Zeitmangel	24	2,04	1,459	23	2,74	1,685	20	3,15	1,531	15	4,00	1,512
C2.3	Mangelnde Nachfrage	26	3,12	1,862	23	3,13	1,714	21	4,00	1,549	17	3,65	1,579
C2.4	Mangelnde Alternativen	26	2,50	1,631	23	2,57	1,562	20	3,40	1,698	17	2,88	1,654
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	23	4,00	1,907	23	3,04	1,894	21	3,52	1,601	17	3,18	1,776
C2.6	Qualitätseinbuße	25	1,56	1,294	23	1,78	1,313	20	2,10	1,210	17	2,29	1,829
C2.7	Keine Informationen	23	2,91	1,782	23	2,09	1,564	21	2,90	1,640	17	3,24	1,985
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	26	2,04	1,483	23	2,39	1,373	21	3,29	1,821	17	3,12	1,654
C2.9	Mitarbeitende	24	1,58	1,501	23	1,48	,898	19	1,79	,918	16	2,44	1,788

Kendall's Tau c für Kennzahlensumme * Anreize/Hemmnisse

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
Anreize						
C1.1	Nachfrage	89	0,081	0,076	1,069	0,285
C1.2	Kosteneinsparungen	89	0,005	0,079	0,058	0,954
C1.3	Marketing	88	0,201	0,085	2,356	0,018
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	87	-0,057	0,085	-0,678	0,498
C1.5	Projekte Park	88	0,059	0,092	0,638	0,524
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	88	0,024	0,085	0,289	0,773
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	87	0,000	0,086	0,004	0,997
C1.8	Persönliche Überzeugung	90	0,383	0,070	5,467	0,000
C1.9	Einfluss Vereine	88	0,093	0,087	1,061	0,289
C1.10	Anerkennung	89	0,201	0,085	2,358	0,018
C1.11	Beratung	88	-0,040	0,082	-0,483	0,629
Hemmnisse						
C2.1	Zu hohe Kosten	86	-0,196	0,085	-2,304	0,021
C2.2	Zeitmangel	82	-0,137	0,092	-1,498	0,134
C2.3	Mangelnde Nachfrage	87	-0,211	0,076	-2,774	0,006
C2.4	Mangelnde Alternativen	86	-0,165	0,084	-1,962	0,050
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	85	-0,163	0,093	-1,765	0,078
C2.6	Qualitätseinbuße	85	-0,128	0,077	-1,660	0,097
C2.7	Keine Informationen	84	0,087	0,088	0,988	0,323
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	87	-0,016	0,085	-0,187	0,851
C2.9	Mitarbeitende	82	-0,083	0,078	-1,057	0,291

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Mittelwerte Anreize/Hemmnisse in den Kategorien zeitliche Veränderung

		Die Situation ist etwa gleich geblieben.			Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher.			Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher.		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
Anreize										
C1.1	Nachfrage	25	2,48	1,610	46	2,52	1,835	17	2,06	1,345
C1.2	Kosteneinsparungen	25	3,68	1,651	46	4,37	1,611	17	4,24	1,954
C1.3	Marketing	25	3,56	1,474	47	3,60	1,790	16	3,06	1,982
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	25	1,72	1,021	45	1,89	1,301	16	1,88	1,310
C1.5	Projekte Park	24	3,08	1,840	46	3,91	1,811	17	3,47	1,772
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	25	2,72	1,720	46	2,67	1,713	16	2,94	1,769
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	25	2,56	1,685	45	2,80	1,618	16	3,13	1,893
C1.8	Persönliche Überzeugung	25	5,12	1,166	47	4,96	1,215	18	5,61	0,778
C1.9	Einfluss Vereine	25	2,20	1,155	46	2,33	1,415	16	2,38	1,668
C1.10	Anerkennung	25	3,00	1,581	46	2,83	1,755	17	3,41	1,970
C1.11	Beratung	25	2,16	1,313	46	2,48	1,588	16	2,38	1,746
Hemmnisse										
C2.1	Zu hohe Kosten	24	2,79	1,474	45	3,73	1,789	17	3,47	1,663
C2.2	Zeitmangel	23	2,78	1,536	43	2,91	1,770	16	2,88	1,668
C2.3	Mangelnde Nachfrage	24	3,25	1,726	46	3,46	1,810	17	3,65	1,455
C2.4	Mangelnde Alternativen	23	2,57	1,674	46	2,98	1,612	17	2,76	1,678
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	23	3,04	1,665	44	3,61	1,833	17	3,59	1,970
C2.6	Qualitätseinbuße	24	2,04	1,654	45	2,00	1,414	16	1,38	0,806
C2.7	Keine Informationen	23	2,96	2,011	44	2,80	1,679	17	2,53	1,625
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	24	2,08	1,501	46	2,83	1,554	17	3,12	1,867
C2.9	Mitarbeitende	23	1,78	1,506	43	1,84	1,379	16	1,56	0,892

U-Test nach Mann & Whitney für zeitliche Veränderung * Anreize/Hemmnisse

Vergleich zwischen „Die Situation ist etwa gleich geblieben“ und „Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher“

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Anreize					
C1.1	Nachfrage	566,500	1647,500	-0,108	0,914
C1.2	Kosteneinsparungen	430,500	755,500	-1,782	0,075
C1.3	Marketing	573,500	898,500	-0,169	0,866
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	549,000	874,000	-0,190	0,849
C1.5	Projekte Park	414,000	714,000	-1,744	0,081
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	563,500	1644,500	-0,143	0,886
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	510,500	835,500	-0,657	0,511
C1.8	Persönliche Überzeugung	540,000	1668,000	-0,601	0,548
C1.9	Einfluss Vereine	552,500	877,500	-0,287	0,774
C1.10	Anerkennung	535,000	1616,000	-0,495	0,620
C1.11	Beratung	519,000	844,000	-0,709	0,478
Hemmnisse					
C2.1	Zu hohe Kosten	379,000	679,000	-2,071	0,038
C2.2	Zeitmangel	478,500	754,500	-0,222	0,824
C2.3	Mangelnde Nachfrage	518,000	818,000	-0,428	0,669
C2.4	Mangelnde Alternativen	448,000	724,000	-1,055	0,291
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	418,000	694,000	-1,191	0,234
C2.6	Qualitätseinbuße	525,500	825,500	-0,206	0,837
C2.7	Keine Informationen	494,000	1484,000	-0,164	0,870

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	390,500	690,500	-2,077	0,038
C2.9	Mitarbeitende	466,500	742,500	-0,444	0,657

Vergleich zwischen „Der Betrieb legt heute mehr Wert auf Umweltschutz als früher“ und „Der Betrieb legt heute viel mehr Wert auf Umweltschutz als früher“

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Anreize					
C1.1	Nachfrage	349,000	502,000	-0,696	0,487
C1.2	Kosteneinsparungen	389,500	1470,500	-0,024	0,981
C1.3	Marketing	317,000	453,000	-0,951	0,341
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	359,000	495,000	-0,019	0,985
C1.5	Projekte Park	332,000	485,000	-0,935	0,350
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	335,000	1416,000	-0,548	0,583
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	327,500	1362,500	-0,548	0,584
C1.8	Persönliche Überzeugung	287,500	1415,500	-2,168	0,030
C1.9	Einfluss Vereine	363,500	499,500	-0,077	0,939
C1.10	Anerkennung	323,500	1404,500	-1,075	0,282
C1.11	Beratung	342,500	478,500	-0,431	0,667
Hemmnisse					
C2.1	Zu hohe Kosten	354,000	507,000	-0,461	0,645
C2.2	Zeitmangel	339,500	475,500	-0,079	0,937
C2.3	Mangelnde Nachfrage	363,500	1444,500	-0,432	0,666
C2.4	Mangelnde Alternativen	357,000	510,000	-0,538	0,591
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	366,000	519,000	-0,132	0,895
C2.6	Qualitätseinbuße	272,500	408,500	-1,678	0,093
C2.7	Keine Informationen	340,000	493,000	-0,565	0,572
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	363,000	1444,000	-0,443	0,658
C2.9	Mitarbeitende	329,500	465,500	-0,286	0,775

Kendall's Tau c für zeitliche Veränderung * Anreize/Hemmnisse

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
Anreize						
C1.1	Nachfrage	88	-0,062	0,085	-0,730	0,465
C1.2	Kosteneinsparungen	88	0,147	0,098	1,496	0,135
C1.3	Marketing	88	-0,061	0,094	-0,645	0,519
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	86	0,013	0,083	0,161	0,872
C1.5	Projekte Park	87	0,080	0,094	0,858	0,391
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	87	0,029	0,093	0,305	0,760
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	86	0,097	0,098	0,984	0,325
C1.8	Persönliche Überzeugung	90	0,105	0,084	1,250	0,211
C1.9	Einfluss Vereine	87	0,016	0,090	0,176	0,860
C1.10	Anerkennung	88	0,043	0,096	0,448	0,654
C1.11	Beratung	87	0,027	0,091	0,295	0,768
Hemmnisse						
C2.1	Zu hohe Kosten	86	0,146	0,087	1,667	0,096
C2.2	Zeitmangel	82	0,015	0,093	0,158	0,874
C2.3	Mangelnde Nachfrage	87	0,069	0,087	0,796	0,426
C2.4	Mangelnde Alternativen	86	0,053	0,100	0,531	0,596
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	84	0,098	0,096	1,015	0,310
C2.6	Qualitätseinbuße	85	-0,093	0,081	-1,149	0,251
C2.7	Keine Informationen	84	-0,054	0,100	-0,547	0,584

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler	Näherungsweise Tb	Näherungsweise Signifikanz
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	87	0,207	0,096	2,159	0,031
C2.9	Mitarbeitende	82	0,016	0,082	0,195	0,845

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Mittelwerte Anreize/Hemmnisse in den Naturparks

		Jurapark Aargau	Naturpark Beverin	Landschaftspark Binntal	Naturpark Diemtigtal	Parc Ela	UNESCO Biosphäre Entlebuch	Naturpark Gantrisch	Naturpark Pfyn-Fingees	Naturpark Thal	UNESCO Biosfera Val Müstair
Anreize											
Nachfrage	N	8	14	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	3,63	2,71	3,00	1,50	2,42	2,27	1,58	2,85	1,83	2,67
	SD	1,996	2,199	.	0,707	1,379	1,335	1,165	1,994	1,329	2,066
Kosteneinsparungen	N	8	14	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	3,75	4,07	3,00	3,50	4,42	3,53	3,75	4,69	5,17	5,17
	SD	1,832	1,940	.	2,121	1,443	1,598	2,050	1,601	1,329	0,983
Marketing	N	8	13	1	2	12	15	13	13	6	6
	M	3,13	3,62	4,00	3,00	3,50	3,60	2,85	4,15	3,67	3,67
	SD	1,808	2,022	.	0,000	1,679	1,595	1,772	1,864	1,366	2,338
Maßnahmen Konkurrenz	N	7	13	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	2,00	1,38	1,00	1,00	2,00	1,73	1,58	2,00	2,17	2,67
	SD	1,528	0,961	.	0,000	1,279	0,884	1,084	1,581	1,602	1,033
Projekte Park	N	9	13	1	2	12	15	12	12	6	6
	M	4,33	3,08	2,00	4,00	3,17	4,00	2,92	4,75	2,67	3,17
	SD	2,062	2,253	.	1,414	1,697	1,069	1,832	1,485	2,066	2,137
Bestehende Gesetzgebung	N	8	13	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	2,25	1,92	2,00	1,00	3,33	2,20	3,17	3,23	3,17	3,67
	SD	1,832	1,256	.	0,000	1,670	1,612	1,801	1,739	2,137	1,366
Potenzielle Gesetzgebung	N	8	13	1	2	12	15	11	13	6	6
	M	2,13	2,38	2,00	1,00	3,08	2,60	2,36	3,15	3,83	4,17
	SD	1,885	1,758	.	0,000	1,443	1,183	1,748	1,864	1,941	1,329
Persönliche Überzeugung	N	9	14	1	2	12	15	13	13	6	6
	M	5,33	5,43	6,00	4,50	5,00	4,80	5,54	4,62	5,50	5,33
	SD	1,414	0,756	.	2,121	1,279	1,207	,660	1,387	1,225	0,816
Einfluss Vereine	N	8	13	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	2,63	1,54	3,00	1,00	3,00	2,33	1,75	2,38	2,83	2,50
	SD	2,066	1,050	.	,000	1,206	1,175	,965	1,261	2,229	1,378
Anerkennung	N	8	14	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	3,50	2,14	5,00	1,00	3,67	2,87	3,08	3,08	3,50	2,50
	SD	2,070	1,657	.	0,000	1,371	1,506	1,929	1,754	2,258	1,517
Beratung	N	8	13	1	2	12	15	12	13	6	6
	M	2,38	2,00	1,00	1,00	3,00	2,27	1,92	2,85	2,33	2,50
	SD	1,506	1,683	.	0,000	1,809	1,163	1,621	1,573	1,633	1,378
Hemmnisse											
Zu hohe Kosten	N	8	14	1	1	12	15	12	13	6	5
	M	2,00	3,14	1,00	1,00	4,00	3,13	3,67	3,46	4,17	4,80
	SD	1,414	1,748	.	.	1,537	1,457	1,723	1,984	1,602	1,095

Zeitmangel	N	8	14	1	2	10	14	11	13	5	5
	M	2,25	2,21	1,00	2,50	3,60	3,00	2,73	3,15	3,20	3,20
	SD	1,832	1,369	.	2,121	1,430	1,664	1,902	1,772	2,168	1,483
Mangelnde Nachfrage	N	8	14	1	2	12	15	12	13	6	5
	M	3,50	2,43	1,00	4,00	3,17	3,20	4,00	3,31	4,67	4,80
	SD	1,773	1,651	.	0,000	1,337	1,521	1,954	1,750	1,506	1,789
Mangelnde Alternativen	N	8	14	1	2	12	15	12	12	6	5
	M	2,50	2,00	1,00	3,50	3,25	2,33	2,58	3,00	4,67	3,80
	SD	1,773	1,519	.	2,121	1,357	1,397	1,621	1,907	1,211	0,837
Wenig Umweltauswirkungen	N	8	14	1	2	12	14	10	13	6	5
	M	3,00	3,21	4,00	2,50	3,00	3,29	4,20	4,00	3,67	3,00
	SD	2,330	2,082	.	0,707	1,651	1,541	1,874	1,915	1,633	2,000
Qualitätseinbuße	N	8	13	1	2	12	15	11	13	6	5
	M	1,50	1,15	1,00	2,00	2,00	1,67	1,91	2,15	2,83	3,00
	SD	0,926	0,555	.	1,414	1,537	0,900	1,700	1,676	1,722	2,121
Keine Informationen	N	7	14	1	2	12	15	10	13	6	5
	M	3,57	2,21	1,00	1,00	3,75	2,27	2,20	2,92	3,17	3,60
	SD	1,902	1,578	.	0,000	1,603	1,751	1,398	1,935	1,722	1,817
Unzureichende Infrastruktur	N	8	14	1	2	12	15	12	13	6	5
	M	1,88	3,00	1,00	3,00	3,25	2,73	2,17	2,23	3,33	3,00
	SD	1,246	2,075	.	2,828	1,357	1,335	1,528	1,691	1,751	1,871
Mitarbeitende	N	7	12	1	2	11	15	11	13	6	5
	M	1,29	1,08	1,00	2,00	2,27	1,53	1,55	2,38	1,50	2,80
	SD	0,756	0,289	.	1,414	1,489	0,834	0,934	1,981	1,225	2,168

Cramers V für Naturparks * Anreize/Hemmnisse

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Anreize				
C1.1	Nachfrage	89	0,316	0,491
C1.2	Kosteneinsparungen	89	0,341	0,224
C1.3	Marketing	89	0,325	0,386
C1.4	Maßnahmen Konkurrenz	87	0,299	0,728
C1.5	Projekte Park	88	0,420	0,002
C1.6	Bestehende Gesetzgebung	88	0,340	0,253
C1.7	Potenzielle Gesetzgebung	87	0,355	0,149
C1.8	Persönliche Überzeugung	91	0,313	0,0496
C1.9	Einfluss Vereine	88	0,322	0,449
C1.10	Anerkennung	89	0,328	0,353
C1.11	Beratung	88	0,291	0,785
Hemmnisse				
C2.1	Zu hohe Kosten	87	0,339	0,282
C2.2	Zeitmangel	83	0,276	0,936
C2.3	Mangelnde Nachfrage	88	0,388	0,022
C2.4	Mangelnde Alternativen	87	0,359	0,127
C2.5	Wenig Umweltauswirkungen	85	0,366	0,111
C2.6	Qualitätseinbuße	86	0,325	0,455
C2.7	Keine Informationen	85	0,331	0,401
C2.8	Unzureichende Infrastruktur	88	0,338	0,274
C2.9	Mitarbeitende	83	0,325	0,519

Anhang 11: Daten Problembewusstsein

Verteilung der Antworten beim Problembewusstsein

A1 Relevanz intakte Umwelt					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	2	1	1,1	1,1	1,1
	3	1	1,1	1,1	2,2
	4	8	8,8	9,0	11,2
	5	19	20,9	21,3	32,6
	stimme völlig zu 6	60	65,9	67,4	100,0
	Gesamt	89	97,8	100,0	
Fehlend	System	2	2,2		
Gesamt		91	100,0		

A2 Beeinträchtigung Umwelt					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme überhaupt nicht zu 1	26	28,6	31,3	31,3
	2	21	23,1	25,3	56,6
	3	10	11,0	12,0	68,7
	4	10	11,0	12,0	80,7
	5	7	7,7	8,4	89,2
	stimme völlig zu 6	9	9,9	10,8	100,0
	Gesamt	83	91,2	100,0	
Fehlend	System	8	8,8		
Gesamt		91	100,0		

A3 Handlungsoptionen					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme überhaupt nicht zu 1	3	3,3	3,5	3,5
	2	3	3,3	3,5	7,0
	3	14	15,4	16,3	23,3
	4	15	16,5	17,4	40,7
	5	16	17,6	18,6	59,3
	stimme völlig zu 6	35	38,5	40,7	100,0
	Gesamt	86	94,5	100,0	
Fehlend	System	5	5,5		
Gesamt		91	100,0		

Lageparameter Problembewusstsein

		Hotellerie			Parahotellerie			Insgesamt		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
A1	Relevanz intakte Umwelt	40	5,53	0,751	49	5,53	0,844	89	5,53	0,799
A2	Beeinträchtigung Umwelt	38	3,13	1,727	45	2,40	1,629	83	2,73	1,704
A3	Handlungsoptionen	39	4,51	1,467	47	4,79	1,382	86	4,66	1,419

U-Test nach Mann & Whitney für Problembewusstsein * Hotellerie/Parahotellerie

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
A1	Relevanz intakte Umwelt	948,500	1768,500	-0,314	0,753
A2	Beeinträchtigung Umwelt	639,000	1674,000	-2,028	0,043
A3	Handlungsoptionen	822,000	1602,000	-0,856	0,392

Kendall's Tau c für Problembewusstsein * Betriebsgröße

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	88	0,053	0,073	0,719	0,472
A2	Beeinträchtigung Umwelt	82	0,263	0,080	3,290	0,001
A3	Handlungsoptionen	85	0,066	0,084	0,787	0,431

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Kendall's Tau c für Problembewusstsein * Kennzahlensumme

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	88	0,229	0,073	3,145	0,002
A2	Beeinträchtigung Umwelt	82	0,117	0,081	1,442	0,149
A3	Handlungsoptionen	85	0,292	0,077	3,813	0,000

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Cramers V für Naturparks * Problembewusstsein

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	89	0,347	0,199
A2	Beeinträchtigung Umwelt	83	0,327	0,497
A3	Handlungsoptionen	86	0,298	0,756

Cramers V für Bestehensdauer Naturparks (2 Kategorien) * Problembewusstsein

Gruppierung Naturparks:

- Gruppe 1: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2008, 2009 und 2010 gegründet wurden
- Gruppe 2: Betriebe in Naturparks, die in den Jahren 2012 und 2013 gegründet wurden

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	89	0,223	0,350
A2	Beeinträchtigung Umwelt	83	0,325	0,118
A3	Handlungsoptionen	86	0,275	0,260

Kendall's Tau c für Problembewusstsein * Gründungsjahr Naturpark

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	89	0,032	0,064	0,500	0,617
A2	Beeinträchtigung Umwelt	83	-0,119	0,081	-1,477	0,140
A3	Handlungsoptionen	86	0,083	0,073	1,137	0,255

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Kendall's Tau c für Problembewusstsein * Alter der Teilnehmer/-innen

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	86	-0,003	0,078	-0,044	0,965
A2	Beeinträchtigung Umwelt	81	-0,169	0,089	-1,885	0,059
A3	Handlungsoptionen	83	-0,095	0,090	-1,060	0,289

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

Kendall's Tau c für Problembewusstsein * Ausbildung

		Anzahl gültige Fälle	Wert	Asymptotischer Standardfehler ^a	Näherungsweise T ^b	Näherungsweise Signifikanz
A1	Relevanz intakte Umwelt	87	0,040	0,069	0,573	0,567
A2	Beeinträchtigung Umwelt	82	-0,072	0,084	-0,856	0,392
A3	Handlungsoptionen	84	0,008	0,088	0,088	0,930

a. Die Null-Hypothese wird nicht angenommen.

b. Unter Annahme der Null-Hypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

U-Test nach Mann & Whitney für Problembewusstsein * Geschlecht

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
A1	Relevanz intakte Umwelt	885,000	1665,000	-0,128	0,898
A2	Beeinträchtigung Umwelt	774,500	1720,500	-0,208	0,835
A3	Handlungsoptionen	813,000	1803,000	-0,223	0,824

U-Test nach Mann & Whitney für Problembewusstsein * Eigentümer/-in

		Mann-Whitney-U	Wilcoxon-W	Z	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
A1	Relevanz intakte Umwelt	758,500	1164,500	-0,880	0,379
A2	Beeinträchtigung Umwelt	716,000	2256,000	-0,269	0,788
A3	Handlungsoptionen	570,000	948,000	-2,097	0,036

Persönliche Erklärung

Ich versichere, dass ich diese Master-Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Ich versichere, alle Stellen der Arbeit, die wortwörtlich oder sinngemäß aus anderen Quellen übernommen wurden, als solche kenntlich gemacht und die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt zu haben.

Ort, Datum

Unterschrift