



ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN  
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT  
INSTITUT UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN

Touristische und soziokulturelle Bedeutung  
von Wildtierbeobachtungen  
und deren Auswirkungen auf die Wildtiere

Bachelorarbeit

von

**Natascha Jordi**

Bachelorstudiengang 2006

Studienrichtung Umweltingenieurwesen

15. Februar 2010

**Fachkorrektoren**

Forster Stefan, Prof. lic. phil., Dipl. Geograf  
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW  
Institut Umwelt und Natürliche Ressourcen IUNR  
Fachstelle Tourismus und Nachhaltige Entwicklung  
Center da Capricorns, CH-7433 Wergenstein

Albrecht Laudo, Dipl. Biologe  
Pro Natura Zentrum Aletsch  
Villa Cassel, CH-3987 Riederalp

# Impressum

## Verfasserin

Jordi Natascha | Birchwaldstrasse 1 | CH-8409 Winterthur

Studienrichtung Umweltingenieurwesen

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW

Institut Umwelt und Natürliche Ressourcen IUNR

Grüental | Postfach | CH-8820 Wädenswil

## Zitiervorschlag

Jordi, N. (2010): Touristische und soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen und deren Auswirkungen auf die Wildtiere. Bachelorarbeit, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Wädenswil (unveröffentlicht).

## Keywords

Naturnaher Tourismus, Wildtiermanagement, Wildtierbeobachtung, Soziokulturelle Bedeutung

## Dank

Ich bedanke mich ganz herzlich bei allen **Exkursionsleiterinnen** und **Exkursionsleitern** sowie **Kontaktpersonen**, die mich im Sommer 2009 tatkräftig bei der Datenerhebung unterstützt haben: *im Naturschutzgebiet Aletschwald* Daniela Corrodi, Lukas Frei, Lesly Helbling, Melanie Igbal, Christian Krähenbühl, Beatrice Nussberger, Mirjam Ringenbach, Daniel Walther, Gregor Wittwer | *im Schweizerischen Nationalpark* Seraina Campell, Flurin Filli, Roman Gross, Martin Schmutz | *in Splügen* Erwin Camastral | *in Brigels-Waltensburg-Andiast* Daniel Hunger | *im Center da Capricorn* Magnasch Michael | *in Lenzerheide* Andreas Niedermann. Ebenfalls danke ich den Kontaktpersonen bei den **Anbietern und Tourismusorganisationen** sowie den **Fachpersonen** aus Tourismus, Behörde, Fachstellen und Naturschutzverbänden, dass sie sich die Zeit und Mühe genommen haben, meine Fragen zu beantworten.

Herzlichen Dank auch meiner **Familie**, vorweg **Ralf** und **Laisa**, die mich mental auftankten | **Laudo Albrecht** und **Stefan Forster**, für Engagement, Zeit und Rat bei der Betreuung meiner Arbeit | **Susanne & Roman Affentranger** und **Andreas Sommer**, für ihren wertvollen Einsatz beim Gegengestalten und -lesen der Arbeit | **Paul Ingold**, für die wertvollen Anmerkungen und Ergänzungen beim Gegenlesen des Kapitels Auswirkungen von Wildtierbeobachtungsangeboten auf Wildtiere | **Marcel Hunziker** und **Thomas Scheurer**, für die hilfreichen Inputs und Ergänzungen beim Entwerfen der Fragebogen | **Erica Lopez**, für die nützlichen Tipps und Tricks bei der statistischen Auswertung der Daten | **Christa Mosler-Berger**, für die Unterstützung bei der Literaturrecherche und die guten Inputs beim Aufgleisen der Arbeit.

### Literaturempfehlung

Paul Ingolds Standardwerk „Freizeitaktivitäten im Lebensraum der Alpentiere“ Haupt Verlag 2005, kann ich jedem wärmstens empfehlen. Es ist erhältlich zum Sonderpreis von CHF 20.- (exkl. Verpackung und Porto); Bezugsadresse: Paul Ingold, Färichweg 1, CH-3038 Kirchlindach | paul.ingold@gmx.ch



## Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit hat zum Ziel, mittels Umfragen bei Teilnehmenden und bei Anbietern von Wildtierbeobachtungs-Angeboten sowie unter Einbezug der Sichtweise von Fachpersonen aus Behörde, Naturschutzverbänden und Tourismus, Erkenntnisse über die soziokulturelle und touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten zu gewinnen. Auf dieser Basis möchte sie ermitteln, ob und wie der Tourismus einen Beitrag dazu leisten kann, dass auch die Wildtiere von der touristischen Nutzung profitieren können. In diesem Zusammenhang wurden anhand einer Literaturrecherche jene Faktoren zusammengetragen, welche die Tiere auf einer Wildtierbeobachtungs-Exkursion unmittelbar oder auch mit weitergehenden Auswirkungen beeinflussen können. Die abgeleiteten Empfehlungen für eine wildtierschonende Durchführung von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen – mit massgeblicher räumlicher und zeitlicher Ausrichtung nach den Bedürfnissen der sensibelsten Arten – sind weiterzuentwickeln und in eine benutzerfreundliche Form zu bringen.

Die wichtigsten Ergebnisse aus den beiden Umfragen werden im Folgenden kurz aufgeführt: Die befragten Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten entsprechen weitgehend dem Profil des naturnahen Touristen sowie dem Konsumtyp des LOHAS («lifestyle of health and sustainability»). Dieser Zielgruppe ist das Beobachten von Wildtieren in freier Natur viel wert. Dies drückt sich einerseits in einer deutlichen Mehrzahlungsbereitschaft aus und andererseits in der Bereitwilligkeit, den Wildtieren und ihren Lebensräumen mittels eines finanziellen Beitrags an Projekte zugunsten von Wildtieren wieder etwas zurückgeben zu wollen. Wildtierbeobachtungs-Angebote stellen im naturnahen Tourismus ein wachsendes Segment dar und weisen ein verhältnismässig grosses Wertschöpfungspotenzial auf, welches vor allem von Anbietern ausserhalb von Naturschutzgebieten noch unzureichend ausgeschöpft wird. Dies zeigt sich nicht nur nachfrageseitig in der Mehrzahlungsbereitschaft, sondern auch angebotsseitig in den durchschnittlich tiefen Preisen, in den höchstens kostendeckenden Einnahmen und letztendlich im Unvermögen, die Exkursionsleiter angemessen für ihren Einsatz entschädigen zu können. Grundsätzlich sind die Tourismusorganisationen bereit, ihre Gäste für die Bedürfnisse und Anliegen der Wildtiere zu sensibilisieren und sich an einer entsprechenden Kommunikation zu beteiligen.

Aus Sicht der Fachpersonen soll der Tourismus als Nutzniesser einer intakten Natur und lebenden Vielfalt klar zur Verantwortung gezogen werden und einen Beitrag zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume leisten. Handlungsbedarf orten sie vor allem in der Gästesensibilisierung, in der Besucherlenkung und in einer verbesserten Zusammenarbeit mit den lokalen Wildhütern. Die möglichen Mehreinnahmen können des Weiteren für die angemessene Entschädigung sowie Aus-/Weiterbildung der Exkursionsleiter, für Lebensraumaufwertungen, für Wildruhezonen, für die Anstellung von Aufsichtspersonen für Aufklärungsarbeit und Kontrollen, für das Lösen von Interessenskonflikten zwischen Wildtieren und anderen Interessengruppen, sowie für weitere Wildtierprojekte eingesetzt werden.

Fazit: Das Bedürfnis nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten im Kontext des naturnahen Tourismus rechtfertigt die Einführung höherer Exkursionsgebühren und schafft damit die Möglichkeit, einerseits eine grössere Wertschöpfung und andererseits einen touristischen Beitrag an Projekte zum Erhalt und Schutz der Wildtiere und ihrer Lebensräume zu erzielen.



## Abstract

The objective of this thesis is to gain knowledge about the socio-cultural and touristic implications of wildlife watching services based on surveys of their participants as well as their providers, taking into consideration the views of experts from government authorities, nature conservation organizations, and tourism. This knowledge is used to estimate if and how tourism might contribute such that wildlife can benefit from its touristic exploitation. In this context, both the direct impacts and the indirect influences – which may have very broad implications – wildlife watching trips have on the animals were gathered through a literature search. The derived recommendations for conducting wildlife watching excursions with minimal impact on the animals, with a spatial and temporal orientation according to the needs of the most sensitive species, will have to be developed further and brought in a user-friendly form.

The main results of the two surveys are briefly summarized as follows: The surveyed participants of wildlife watching services can be described as nature-oriented tourists and as consumer type LOHAS ("lifestyle of health and sustainability"). This target group highly values the observation of animals in the wild, and consequently exhibits a significant willingness not only to pay higher excursion fees, but also to return something to wildlife and their habitats through a financial contribution to projects benefiting wild animals. Wildlife watching services constitute a growing segment of nature-oriented tourism and have a relatively high potential for added value. This potential is, however, still insufficiently exploited by providers outside of nature reserves. It is reflected not only on the demand side – in the willingness to pay an extra charge – but also on the supply side in the low average rates, the at best cost-covering revenues, and ultimately in the inability to adequately compensate the excursion leaders for their efforts. Basically, the tourist organizations are willing to sensitize their guests to the needs and concerns of wildlife, and to participate in a corresponding communication.

According to expert opinion, tourism – being a beneficiary of an intact nature and biodiversity – should clearly be accountable and contribute to the well-being of wildlife and their habitats. The experts detect particular need for action in raising awareness of guests, visitor guidance, and the lack of cooperation with the local rangers. Besides, the potential additional revenue could be used for adequate compensation of the excursion leaders as well as for their training and continuing education, for habitat revaluations, to establish quiet zones for wildlife, to finance the employment of custodians for educational work, awareness training and controls, for solving of conflicts of interest between wildlife and other stakeholders, and to subsidize further wildlife projects.

The demand for wildlife watching services in the context of nature-oriented tourism justifies the introduction of higher excursion fees, thereby offering to achieve not only an increased added value, but also a contribution of tourism to the conservation and protection of wildlife and their habitats.





# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Hintergrund	1
1.2	Ausgangslage	2
1.3	Zielsetzungen	5
1.4	Fragestellungen	6
1.5	Aufbau der Arbeit	7
<b>2</b>	<b>Grundlagen</b>	<b>9</b>
2.1	Grundlagen zum naturnahen Tourismus	9
2.1.1	Nachhaltigkeit im Tourismus	9
2.1.2	Triebkräfte im Tourismus	9
2.1.3	Gesellschaftlicher Wertewandel	10
2.1.4	Natur- und kulturnaher Tourismus	11
2.1.5	Naturnahe Touristen	12
2.1.6	Erlebnisangebote im naturnahen Tourismus	12
2.1.7	Wertschöpfung	14
2.2	Grundlagen zur Wildtierbeobachtung	15
2.2.1	Zu den Begriffen «Wildtierbeobachtung» und «Wildlife Watching»	15
2.2.2	Wildtierbeobachtungs-Exkursionen	15
2.2.3	Beobachten und Beobachtungsschulung	16
2.3	Grundlagen zum Schutz von Wildtieren	16
2.3.1	Wildtiermanagement	16
2.3.2	Gesetzliche Grundlagen	17
2.3.3	Artenschutz	17
2.3.4	Lebensraumschutz	17
2.3.5	Wildschutzgebiete	18
2.3.6	Wildruhezonen	18
2.4	Grundlegende Werte der Natur und der lebenden Vielfalt	18
<b>3</b>	<b>Touristische und soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen</b>	<b>23</b>
3.1	Umfrage bei Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten	23
3.1.1	Erhebungskonzept	23
3.1.2	Ergebnisse	26
3.1.2.1	Zielgruppe	26

3.1.2.2	Soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen .....	28
3.1.2.3	Leistungsbereitschaft der Teilnehmenden .....	32
3.2	Umfrage bei den Tourismusorganisationen und Anbietern .....	37
3.2.1	Ergebnisse .....	38
3.2.1.1	Angebot .....	40
3.2.1.2	Nachfrage .....	44
3.2.1.3	Touristisches Engagement für die Wildtiere.....	47
3.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Fazit .....	49
3.3.1	Zielgruppe .....	49
3.3.2	Touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungen .....	49
3.3.3	Soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen .....	52
3.3.4	Touristisches Engagement zugunsten der Wildtiere .....	53
3.3.5	Gesamtfazit.....	54
<b>4</b>	<b>Fachpersonen nehmen Stellung.....</b>	<b>57</b>
4.1	Ziele von Wildtierbeobachtungs-Angeboten .....	57
4.2	Touristisches Engagement für Wildtiere .....	59
4.3	Standards und Fair-Trade-Label.....	62
4.4	Freie Stellungnahmen der Fachpersonen zur Thematik.....	63
4.5	Fazit .....	64
<b>5</b>	<b>Auswirkungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten auf die Wildtiere.....</b>	<b>67</b>
5.1	Theoretische Grundlagen .....	67
5.1.1	Zum Begriff «Störung» .....	68
5.1.2	Reaktionen.....	68
5.1.3	Reaktions- und Fluchtdistanz .....	69
5.1.4	Zufluchtsorte .....	69
5.2	Reaktionen der Tiere gegenüber Menschen, die sich ihnen zu Fuss nähern .....	70
5.2.1	Ort, Richtung und Geschwindigkeit der Annäherung .....	70
5.2.2	Position zu den Tieren .....	70
5.2.3	Einzelpersonen und Gruppen.....	71
5.2.4	Akustische Ereignisse/Lautstärke.....	71
5.2.5	Mitführen eines Hundes.....	71
5.2.6	Gewöhnung.....	72
5.2.7	Sensitivierung .....	72
5.2.8	Schlussfolgerung .....	73
5.3	Weitergehende Auswirkungen .....	73
5.4	Empfehlungen für die Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten .....	75
<b>6</b>	<b>Diskussion mit Ausblick.....</b>	<b>79</b>
<b>7</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>85</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>89</b>
	<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>90</b>

<b>Anhang A: Umfrage bei den Teilnehmenden.....</b>	<b>I</b>
Abbildungsverzeichnis .....	II
Tabellenverzeichnis .....	IV
1) Fragebogen.....	V
2) Auswertungsdiagramme und Tabellen .....	IX
<b>Anhang B: Umfrage bei den Tourismusorganisationen/Anbietern.....</b>	<b>XXXI</b>
Abbildungsverzeichnis .....	XXXII
Tabellenverzeichnis .....	XXXII
1) Fragebogen.....	XXXIII
2) Auswertungsdiagramme und Tabellen .....	XXXV
<b>Anhang C: Stellungnahme Fachpersonen.....</b>	<b>XLIII</b>
1) Fragen an die Fachpersonen.....	XLIV
2) Auswahlliste möglicher Standards und Kenntnisse .....	XLVIII

Zur Erleichterung des Leseflusses wird in diesem Konzept hauptsächlich das männliche Genus verwendet. Es versteht sich von selbst, dass auch das weibliche Geschlecht stets mitgemeint ist und vice versa.

## Liste der Abkürzungen

TN	Teilnehmerinnen und Teilnehmer
WTBA	Wildtierbeobachtungs-Angebote
LOHAS	Lifestyle of Health and Sustainability



# 1 Einleitung

## 1.1 Hintergrund

„Touristische Entwicklung bedeutet nicht, dass man mehr Strassen in liebliche Landschaften baut. Vielmehr muss man Wege bauen, auf denen Sensibilität in das immer noch unliebliche menschliche Gemüt gelangen kann.“ (LEOPOLD 1992)

Das Segment der Wildtierbeobachtungen – auch «Wildlife Watching» genannt – ist in den letzten Jahren gewachsen und nimmt im weltweiten Tourismus an Bedeutung zu. Millionen von Menschen investieren Zeit und Geld dafür, den Wildtieren in ihren natürlichen Lebensräumen begegnen zu können. Die Möglichkeit, kurze Wildtierbeobachtungs-Exkursionen unternehmen zu können, ist ein signifikanter Bestandteil des «Mainstream-Tourismus» geworden, und der Markt für spezialisierte Wildtierbeobachtungs-Ferien wächst weiter (TAPPER 2006). Beispielsweise hat sich die Zahl der Touristen, die an Walbeobachtungs-Ausflügen teilnahmen, zwischen 1991 und 1998 mehr als verdoppelt. Sie gaben über eine Milliarde US Dollar pro Jahr für diese Aktivität aus, wovon 495 Gemeinschaften rund um die Welt profitierten (HOYT 2001). Ein neueres Untersuchungsbeispiel zu «Whale Watching» in und um Sydney, Australien, zeigt, dass sich dort die Zahl der Touristen zwischen 2003 und 2004 verdoppelt und sich deren Ausgaben in diesem Zusammenhang vervierfacht haben (IFAW 2005).

In Ost-Afrika ist «Wildlife Watching» eine internationale Attraktion und bildet die Basis für den grössten Teil des nationalen Einkommens aus dem Tourismus. Im Jahr 2000 registrierten Kenya, Tanzania und Uganda zusammen über 1,5 Millionen internationale Ankünfte. Dadurch entstanden touristische Einnahmen von über einer Milliarde US Dollar, die zu einem grossen Teil durch Wildtierbeobachtungs-Angebote generiert wurden (TAPPER 2006).

Auch die Zahlen aus den USA sind eindrücklich. Die direkte Wertschöpfung ist von 32 Milliarden US Dollar im Jahr 2001 (TAPPER 2006) auf fast 46 Milliarden US Dollar im Jahr 2006 (LEONARD 2008) gestiegen. LEONARD (2008) hält fest: „*Wildlife watching is one of the most popular types of outdoor recreation in the United States.*“ Beinahe ein Drittel der Bevölkerung in den Vereinigten Staaten – das entspricht etwa 71 Millionen Menschen – nahmen 2006 an Wildtierbeobachtungs-Aktivitäten teil. Diese beziehen sich auf das Beobachten, Füttern und Fotografieren von Wildtieren. Die gesamten Ausgaben belaufen sich auf 45,7 Milliarden US Dollar und betreffen eine breite Palette an Gütern und Dienstleistungen: Ausgaben für Essen, Übernachtung und Transport, Ferngläser, Kameras, Film und Entwicklung, Wildvogel-Futter, Vogelhäuschen, Spezialbekleidung, Feldführer und Landkarten, Mitgliedschaften bei Naturschutzorganisationen, Camping-Ausrüstung etc. Dies, obwohl 95 Prozent der Teilnehmer ihre Wildtierbeobachtungs-Aktivitäten in einem Umkreis von höchstens einer Meile von ihrem Zuhause entfernt unternahmen. Die gesamte Wertschöpfung (direkt, indirekt, induziert) beträgt beinahe 122,6 Milliarden US Dollar, bei über einer Million Beschäftigten, einem gesamthaften Einkommen von rund 40,5 Milliarden US Dollar sowie Steuern in der Höhe von 18,2 Milliarden US Dollar (LEONARD 2008).

Die Popularität entsprechender Veranstaltungen unterstreicht den Wert, den die Wildtiere für die Menschen besitzen. Die Gegenwart von Wildtieren trägt offenbar massgeblich dazu bei, in welcher Qualität Menschen einen Naturraum wahrnehmen. Wildtiere faszinieren durch ihre beeindruckenden Fähigkeiten des Überlebens unter verschiedensten Umweltbedingungen und sensibilisieren uns zugleich für die Bedürfnisse intakter Ökosysteme. In einigen Orten, wie beispielsweise Ost-Afrika, den Seychellen oder den Galapagos Inseln, sind Wildtiere die Basis auf der sich der Tourismus entwickelt hat. An anderen Orten sind Wildtierbeobachtungs-Angebote eher neue Attraktionen, die dazu beitragen, den Tourismus zu diversifizieren sowie die Entwicklung der Gemeinschaften in abgelegenen Gegenden zu fördern. Immer mehr Anbieter setzen auf eine nachhaltige und wildtierverträgliche Ausgestaltung ihrer Angebote. Sie haben erkannt, dass diese Art von Tourismus einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Tierwelt leisten kann, indem das Bewusstsein für die beobachteten Tiere und ihre Lebensräume gesteigert wird, indem Einnahmen zur Erhaltung generiert werden, und indem Arbeitsplätze für lokale Gemeinschaften entstehen. Da der Tourismus global stark im Wachstum begriffen ist, die natürlichen Ressourcen und Lebensräume dagegen aber sehr begrenzt sind, kommt den Tourismusverantwortlichen im Begegnungsfeld von „wildtierbedürftigen“ Besuchern und „lebensraumbedürftigen“ Wildtieren eine entscheidende Rolle zu. Es bedarf einer fundierten Auseinandersetzung mit den Grenzwerten des Systems, damit die besuchten Wildtiere durch die touristischen Aktivitäten nicht über ein verträgliches Mass hinaus strapaziert werden. Letztendlich hängt die Qualität des Angebots im Wesentlichen vom Wohlergehen der Tiere ab. Ein erfolgreiches Management von Seiten des Tourismus ist also notwendig. Dies kann, unter anderem, folgende Punkte umfassen: Anpassung der Gebühren für Eintritt und Führung, Kontrolle der Besucherzahl, Limitierung der Besuchszeiten, klare Besucherlenkung, temporäre oder permanente Sperrung sensibler Lebensräume, Aufklärung über Verhaltenskodizes und bewusste Vorbildfunktion der Exkursionsleitenden. Der Tourismus kann einen wahren Wert für die Natur erbringen, indem er Kapital/Fonds und Unterstützung für den Erhalt sowohl der Tierwelt als auch der Arbeitsplätze bringt. Um die Biodiversität, Ökosysteme und Landschaften, welche die Touristen als attraktive Feriendestinationen wahrnehmen, aufrecht zu erhalten, ist es notwendig, eine unkontrollierte Entwicklung zu verhindern (TAPPER 2006).

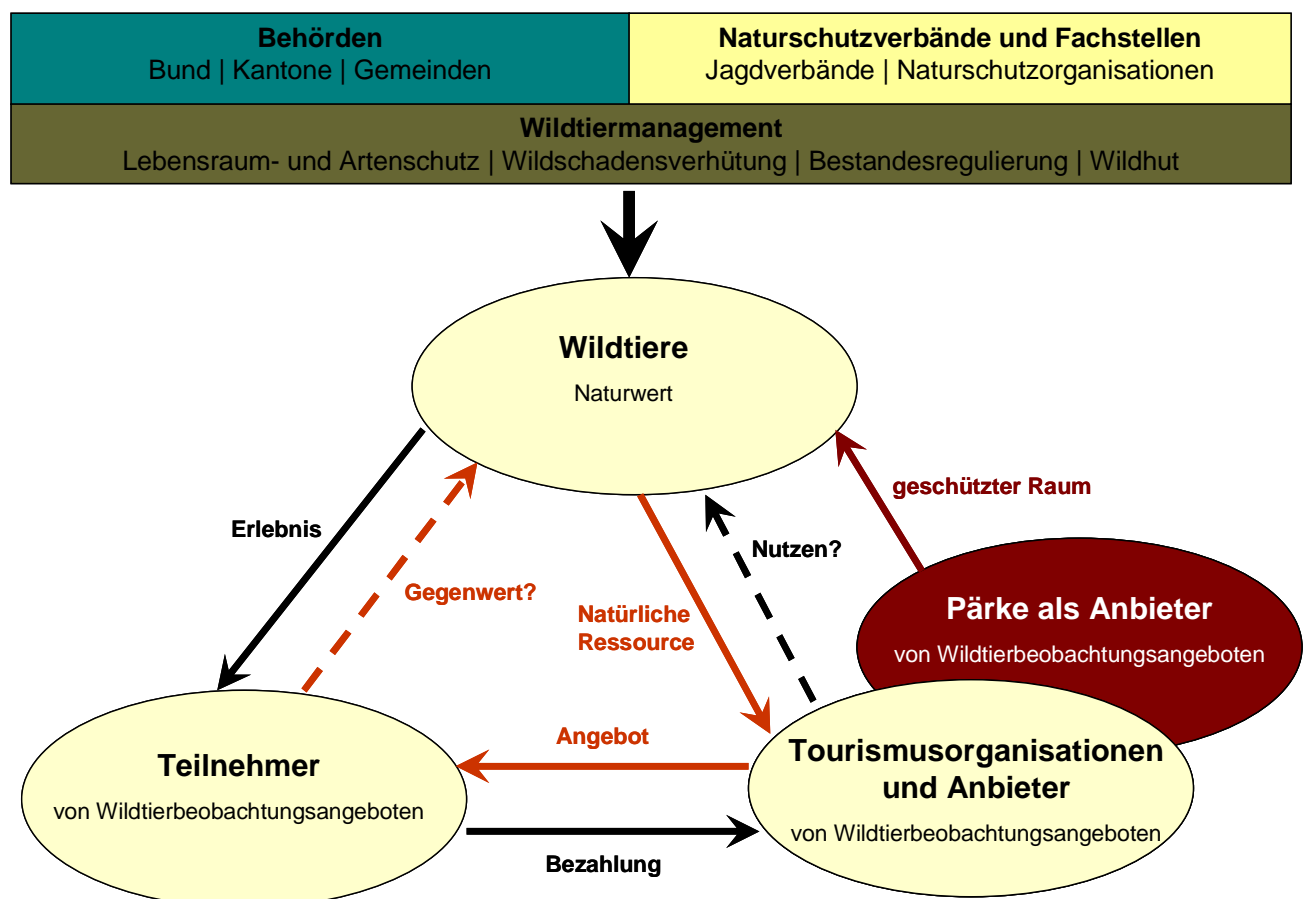
## 1.2 Ausgangslage

Die Motivation für die vorliegende Arbeit entspringt dem Anliegen, ein interdisziplinäres Thema an der Schnittstelle von Tourismus und Wildtiermanagement zu bearbeiten. Die Initiative kommt von den Fachstellen für Tourismus und Nachhaltige Entwicklung und für Wildtier- und Landschaftsmanagement, die beide unter dem Dach der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften angesiedelt sind.

Ein bereits gut beackertes Feld zwischen Tourismus und Wildtiermanagement bilden die Themen Schutz sowie Konflikte zwischen Freizeitaktivitäten und Wildtieren. Zu erwähnen sind in diesem Zusammenhang beispielsweise INGOLDS Grundlagenstudie „Freizeitaktivitäten im Lebensraum der Alpentiere. Konfliktbereiche zwischen Mensch und Tier.“ (2005) oder ZEIDENITZ umweltpsychologische Studie zu Motivation, Einstellungen und Lenkungsstrategien „Freizeitaktivitäten in der Schweiz – wegen oder gegen Natur und Landschaft?“ (2005), die sich eingehend mit diesen Konflikten auseinandersetzen und entsprechende Lösungsmöglichkeiten aufzeigen. Auch die vom Schweizer Alpen-Club (SAC) und dem

Bundesamt für Umwelt (BAFU) lancierte Kampagne «Respektiere deine Grenzen» hat sich der Konfliktlösung zwischen Mensch und Tier angenommen. Die Kampagne hat in der Wintersaison 2009/2010 begonnen und richtet sich zunächst an Freizeitaktivisten von Winter-Trendsportarten und später auch an jene von Sommeraktivitäten (STREMLow 2008).

In der Schweiz noch wenig ausgeleuchtet ist hingegen das Spannungsfeld zwischen Schutz und Nutzen im Kontaktbereich von touristischen Angeboten und Wildtieren. Wie kann der Schutz von Wildtieren mit dem Nutzen, den der Tourismus aus den Wildtieren zieht, vereinbart werden? Die Frage nach dem Nutzen von Wildtieren für den Tourismus und dem Nutzen des Tourismus für die Wildtiere steht eng in Zusammenhang mit der Frage nach dem Wert und der Bedeutung von Wildtieren für den Menschen und umgekehrt. Wildtierbeobachtungs-Angebote stellen einen geeigneten Rahmen dar, um diesen Fragen nachzugehen. Die vorliegende Arbeit beabsichtigt daher, anhand von Wildtierbeobachtungs-Angeboten im Alpenraum aufzuzeigen, wie es hierzulande um die Schutz-Nutzen-Thematik im Begegnungsfeld von Tourismus und Wildtiermanagement bestellt ist. Die nachstehende Abbildung veranschaulicht das Beziehungsgeflecht zwischen den Wildtieren, der touristischen Nutzung und dem Wildtiermanagement.



**Abb. 1:** Schutz-Nutzen-Schema/Wildtiere im Kontext von Tourismus und Wildtiermanagement

Erläuterung zu Abb. 1: Der Wildbestand hat neben seiner ökologischen Funktion eine hohe Bedeutung als natürliche Attraktion für den naturnahen Tourismus. Wildtierbeobachtungs-Angebote (Exkursionen,

Umweltbildung, Film, Fotografie, etc.) in der freien Natur sind beliebte Tourismusaktivitäten. Die Gäste ziehen ihren Nutzen daraus durch das Erlebnis, und die Anbieter durch die Bezahlung, gegen welche sie den Zugang zum Erlebnis ermöglichen. Wie steht es nun aber um den Nutzen für die Wildtiere? Pärke zum Beispiel, die wichtige Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten sind, können den Wildtieren im Gegenzug einen geschützten Lebensraum und ein kontrolliertes Besuchsreglement bieten. Sie stehen somit in einem ausgeglichenen Schutz-Nutzen-Verhältnis zu den Wildtieren. Ausserhalb dieser Schutzgebiete können Bemühungen von Seiten der öffentlichen Stellen, Naturschutzverbände und Fachstellen ebenfalls zum Nutzen der Wildtiere beitragen: zum Beispiel in Form von Lebensraum- und Artenschutz, Wildschadensverhütung, Bestandesregulierung und Wildhut. Wie können die Wildtiere aber in diesen nicht geschützten Naturräumen von der touristischen Nutzung profitieren?

Den Nutzen, den die Wildtiere möglicherweise aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten ziehen können, hängt zum einen vom Wert, respektive von der Bedeutung, ab, den die Menschen den Wildtieren beimessen, und zum anderen von der Bereitschaft und den Möglichkeiten der Touristen und Tourismusverantwortlichen, sich zugunsten der Wildtiere einzusetzen. Deshalb soll die vorliegende Arbeit dazu beitragen, Erkenntnisse über die soziokulturelle und touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungen zu gewinnen. Darüber hinaus soll ermittelt werden, inwieweit die Wildtiere von dieser Nutzungsform betroffen sind, beziehungsweise wie sich Wildtierbeobachtungen auf verschiedene Tierarten auswirken können, und welche Empfehlungen für die Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten daraus konkret ableitbar sind.

Die Frage nach diesen essentiellen und komplexen Zusammenhängen soll mit einer Aussage des Bundesamtes für Umwelt (BAFU 2009) abgerundet werden: „*Schutz und Nutzung schliessen sich nicht aus; sie bedingen sich sogar. Deshalb sollten sich Schützer wie Nutzer auf gemeinsame Interessen besinnen.*“



### 1.3 Zielsetzungen

Im Einzelnen verfolgt die Arbeit folgende Ziele:

1. Unter Einbezug der Teilnehmenden und der Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den Schweizer Alpen sollen Erkenntnisse über die Bedeutung von Wildtierbeobachtungen in freier Natur gewonnen werden. Folgende Gegenstände sollen dabei untersucht werden:
  - a) Zielgruppe von Wildtierbeobachtungs-Angeboten
  - b) Bedeutung von organisierten Wildtierbeobachtungen für die Teilnehmenden und ihre Leistungsbereitschaft
  - c) Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten aus touristischer Sicht (Angebot, Nachfrage) und Engagement zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume
2. Eine Grundlagenerarbeitung über die Auswirkungen von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen auf Wildtiere mit entsprechenden Empfehlungen zum Schutz der Tiere. Die Grundlagen sollen sich mit folgenden Inhalten auseinandersetzen:
  - a) Reaktionen verschiedener Säugetiere und Vögel im Alpenraum gegenüber Menschen, die sich ihnen zu Fuss nähern sowie mögliche weitergehende Auswirkungen
  - b) Abgeleitete Empfehlungen für eine wildtierschonende Gestaltung von Beobachtungsexkursionen
3. Auf dieser Basis und mit Einbezug der Ansichten und Vorschläge von Fachpersonen aus Tourismus und Wildtiermanagement soll ermittelt werden, ob und wie der Tourismus dazu beitragen kann, dass auch die Wildtiere einen Nutzen oder Gegenwert aus der touristischen Nutzung ziehen.

Diesen Zielen liegt die Vorstellung zugrunde, dass der Mensch bestrebt ist, nachhaltig im ökologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Sinne mit den ihm zur Verfügung stehenden natürlichen Ressourcen und Werten umzugehen.

#### Abgrenzung

Der Wert/die Bedeutung, welche Wildtierbeobachtungs-Angebote im Tourismus haben, wird nicht ökonomisch im Sinne einer Wertschöpfungsstudie ermittelt – dazu wäre eine eigenständige Arbeit notwendig –, sondern in soziokultureller Hinsicht sowie anhand der touristischen Leistungsbereitschaft.

Die Bedeutung von Wildtieren wird nicht wesentlich differenziert von der Bedeutung des Beobachtens von Wildtieren sowie der Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten.

## 1.4 Fragestellungen

Grundlegend geht es darum, nach Möglichkeiten und Ansätzen zu suchen, wie der Schutz von Wildtieren mit dem Nutzen, den der Tourismus aus den Wildtieren zieht, nachhaltig und sinnvoll vereinbart werden kann. Vor diesem Hintergrund und aufgrund der oben definierten Ziele können folgende drei Fragestellungen formuliert werden:

1. Welche soziokulturelle und touristische Bedeutung haben Wildtierbeobachtungen?
  - a) Welche Zielgruppe lässt sich von Wildtierbeobachtungs-Angeboten ansprechen?
  - b) Welchen Wert haben organisierte Wildtierbeobachtungen für die Teilnehmenden, und was sind sie bereit, dafür zu leisten?
  - c) Welche Bedeutung haben organisierte Wildtierbeobachtungen im Tourismus, und wie steht es um das Engagement zugunsten der Wildtiere?
2. Welche Auswirkungen haben Wildtierbeobachtungs-Angebote auf die Wildtiere?
  - a) Wie reagieren verschiedene Säugetiere und Vögel im Alpenraum gegenüber Menschen, die sich ihnen zu Fuss nähern, und welches sind die möglichen weitergehenden Auswirkungen?
  - b) Welche Empfehlungen für eine wildtierschonende Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen lassen sich daraus ableiten?
3. Kann und soll der Tourismus einen Beitrag zugunsten der Wildtiere leisten, und wenn ja, auf welche Art und Weise?

## 1.5 Aufbau der Arbeit

**Grundlagen:** Als Ausgangspunkt für alle weiterführenden Betrachtungen dient eine Zusammenstellung von Grundlagen, welche verschiedene in das Thema hineinwirkenden Komponenten umfasst: das Konzept des naturnahen Tourismus und der zugrundeliegende gesellschaftliche Wertewandel; eine kurze theoretische Erörterung des Phänomens Wildtierbeobachtung an sich; rechtliche und praktische Ansätze zum Thema Schutz und Wildtiermanagement sowie eine Beschreibung der ethischen Werte, welche die Natur und die darin enthaltene lebende Vielfalt beinhalten können und die letztendlich der Motivation für das Beobachten von Tieren zugrunde liegen.

**Touristische und soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten:** Im Sommer 2009 führte die Verfasserin zwei Umfragen unter Teilnehmenden und Anbietern von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen durch, um daraus Schlussfolgerungen über das Zielpublikum, seine Bedürfnisse und Leistungsbereitschaft sowie die Situation und Haltung der Tourismusorganisationen in Bezug auf Wildtierbeobachtungs-Angebote ziehen zu können. Die wichtigsten Ergebnisse werden dargestellt, kommentiert und ausgewertet.

**Fachpersonen nehmen Stellung:** Die Zusammenstellung der Ergebnisse einer Umfrage unter Experten aus Wildtiermanagement und Tourismus ergänzt die Aussagen der vorangehenden Ergebnisse und rückt sie teilweise in ein anderes Licht.

**Auswirkungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten auf die Wildtiere:** Dieses Kapitel beinhaltet eine Zusammenstellung von Untersuchungsergebnissen zu den Reaktionen der Tiere gegenüber Menschen, die sich ihnen am Boden von Wegen aus oder abseits von ihnen nähern – entsprechend einer Gruppe auf einer Wildtierbeobachtungs-Exkursion –, und den Faktoren, welche die Reaktionen beeinflussen. Auch wird kurz auf die weitergehenden möglichen Auswirkungen eingegangen. Aufgrund der präsentierten Ergebnisse werden Empfehlungen für eine wildtierschonende Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten abgeleitet.

**Diskussion mit Ausblick:** Dieses Kapitel bietet eine Übersicht der bisher erarbeiteten Aussagen, mit Ausblick auf die anstehenden Herausforderungen und Handlungsfelder im Themenfeld Tourismus und Wildtierschutz.

Im **Anhang** werden die Ergebnisse aus den beiden Umfragen in Form von Auswertungsdiagrammen und Tabellen komplett dargestellt, da für die Arbeit nur diejenigen Aspekte verwendet wurden, die zu themenrelevanten Aussagen führen.

Der eilige Leser mag sich – für einen ausreichenden Einblick in die Ergebnisse der Arbeit – auf die Lektüre der Zusammenfassung, sowie der Kapitel 1 (Einleitung), 3.3 (Zusammenfassung und Fazit aus den Umfragen) und 6 (Diskussion mit Ausblick) beschränken.



## 2 Grundlagen

Dieses einführende Kapitel bildet den theoretischen Unterbau für die anschliessend präsentierten Datenerhebungen und Expertenbefragungen. Es versucht möglichst jene Inhalte aus Tourismus und Wildtiermanagement darzustellen, die für die Thematik im Zusammenhang mit der Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten relevant sind.

### 2.1 Grundlagen zum naturnahen Tourismus

Wildtierbeobachtungen sind exemplarische Angebote im Kontext des naturnahen Tourismus, der sich mit seinen spezifischen Merkmalen immer mehr aus dem konventionellen Tourismus herauszuprägen beginnt und die aktuellen Strömungen in Gesellschaft, Ökonomie und Ökologie abbildet.

#### 2.1.1 Nachhaltigkeit im Tourismus

Ein naturnaher Tourismus verpflichtet sich per Definition dem Prinzip der Nachhaltigkeit und berücksichtigt dessen ökologische, ökonomische und gesellschaftliche Aspekte in ausgewogenem Verhältnis. Nach der – United Nations World Tourism Organization – (UNWTO 2004) bemüht sich ein nachhaltiger Tourismus um ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen diesen drei Dimensionen. Der nachhaltige Tourismus soll:

- 1) die natürlichen Ressourcen, die eine Schlüsselrolle im Tourismus spielen, optimal verwerten, essenzielle ökologische Prozesse aufrechterhalten und das natürliche Erbe und die Biodiversität erhalten.
- 2) die gesellschaftliche Authentizität der gastgebenden Gemeinschaften respektieren, ihr gewachsenes und gelebtes Kulturerbe und ihre traditionellen Werte erhalten und zu interkulturellem Verständnis sowie Toleranz beitragen.
- 3) eine langfristige wirtschaftliche Wirkung sicherstellen, den wirtschaftlichen Nutzen gerecht verteilt allen Interessensgruppen bereitstellen, stabile Anstellungen, Einkommensmöglichkeiten sowie Sozialleistungen beinhalten, und damit zur Linderung der Armut beitragen.

#### 2.1.2 Triebkräfte im Tourismus

Die aktuellen Entwicklungen im Tourismus sind verschiedenen Triebkräften unterworfen. Nachstehend sind jene drei beschrieben, welche der sozialen, ökologischen und ökonomischen Komponente des Wandels entsprechen (BOSSHART et al. 2006):

### **Soziale Triebkräfte**

Als Gegentrend zum Preis- und Mengenwettbewerb entsteht ein Wettbewerb der Werte, in dem substantielle und dauerhafte Werte wichtiger werden. Dabei gewinnt ein gesunder, auf Nachhaltigkeit bedachter, verantwortungsbewusster und naturbezogener Lebensstil (Lifestyle of Health and Sustainability – kurz: LOHAS) in den USA und in Europa immer mehr Anhänger. Der LOHAS-Konsumtyp ist «Natur- und Outdoor-Urlauber», auch Ferien müssen für ihn ökologisch und sozial verträglich sein. Die Suche nach Reisen mit Sinngehalt nimmt zu. Zudem sucht der Reisende von morgen immer öfter das Vertraute und nicht das Fremde.

### **Ökologische Triebkräfte**

Bei den ökologischen Triebkräften steht die Natur im Mittelpunkt, sie wird knapper und dadurch wertvoller. Intakte und unberührte Natur wird Luxus und immer öfter unter Schutz gestellt. Die Nachfrage nach ökologisch intakten und wilden Landschaften wächst, doch der Zugang zu wertvollen Gebieten wie Biosphärenreservaten oder Weltnaturerbe-Gebieten wird limitiert. Die Ferienanbieter werden verantwortlich für das richtige und nachhaltige Verhalten der Touristen. Auch verschieben sich die regionalen Klimavorteile, was viele Tourismusgebiete zwingt, sich grundlegend neu auszurichten.


### **Ökonomische Triebkräfte**

Die globalen Informations-, Güter- und Kapitalströme wachsen, und damit auch die Konkurrenz. Diese wird umso härter zwischen den Destinationen, je stärker die Ferienangebote standardisiert werden. Der Wettbewerbs- und Preisdruck nimmt zu.

## **2.1.3 Gesellschaftlicher Wertewandel**

Wurden in den 1950er bis 1960er Jahren Werte wie Fleiss, Pflicht, Familie, Frömmigkeit, Treue und Nutzen gross geschrieben, waren die 1970er bis 1990er Jahre von der hedonistisch ausgelegten Spasskultur geprägt. Seit Ende der 1990er Jahre macht diese «Spassgesellschaft» zunehmend der «Sinngesellschaft» mit Werten wie Erfahrung, Engagement, Freundschaft, Spiritualität, Authentizität und Natürlichkeit Platz. Diese «Sinngesellschaft» braucht eine ökologisch weitgehend intakte Natur, unter anderem als Ressource für Kreativität, Gesundheit, richtiges Zeitmass und Spiritualität. Die Konsumforschung spricht in diesem Zusammenhang vom wachsenden Segment des «lifestyle of health and sustainability», jenen Menschen, die in ihrem Konsumverhalten verstärkt auf Gesundheit und Nachhaltigkeit achten und in der Freizeit Ruhe und Stille, Ausgleich vom stressigen Alltag, Selbstverwirklichung, Sinn und Glück, gesundheitsfördernde «Life Work Balance», schöne Landschaften und authentische Erlebnisse suchen. Mehr als 30 Prozent der Konsumenten in Europa werden diesem Typ zugerechnet (WENZEL et al. 2007; ROMEISS-STRACKE 2003).

**Tab. 1:** Wertewandel von der bürgerlichen Pflichtkultur zu den LOHAS | Quelle: WENZEL et al. (2007).

<b>Pflichtkultur</b> 1950er – 1960er Jahre	<b>Hedonismus- und Spasskultur</b> 1970er – 1990er Jahre	<b>LOHAS</b> Seit Ende 1990er Jahre
Fleiss Pflicht Familie Frömmigkeit Treue Nutzen	Lust Leistung Ich Materielles Eros Fun	Erfahrung Engagement Freundschaft Spiritualität Authentizität Natürlichkeit
<b>Transformation</b> 		

### 2.1.4 Natur- und kulturnaher Tourismus

Die Fachstelle für Tourismus und Nachhaltige Entwicklung in Wergenstein definiert den natur- und kulturnahen Tourismus wie folgt:

*„Im Zentrum des natur- und kulturnahen Tourismus steht das Erleben von intakten Natur- und Kulturwerten. Natur- und kulturnaher Tourismus trägt dazu bei, dass die Natur und die Landschaft erhalten bleiben und schonend weiterentwickelt werden können. Die authentische Kultur wird gefördert und belebt, das Mitspracherecht der einheimischen Bevölkerung ist gewährleistet, die regionale Wirtschaft der Ferienregion wird branchenübergreifend einbezogen und Begegnungen zwischen Einheimischen und Gästen werden ermöglicht. Natur- und kulturnaher Tourismus ist ein integrativer Ansatz für die nachhaltige Regionalentwicklung.“*

Der oben beschriebene gesellschaftliche Wertewandel ist für das Segment des natur- und kulturnahen Tourismus von grosser Bedeutung, weil die natürlichen und kulturellen Attraktionen diese Werte «verkörpern» und transportieren. Gerade der natur- und kulturnahe Tourismus geht besonders auf die grundlegenden Bedürfnisse des LOHAS-Konsumtyps ein. Natur- und kulturnaher Tourismus ist gesellschaftlich und ökonomisch einer der grossen Tourismustrends der nächsten Jahre (FORSTER 2009; WENZEL et al. 2007). SIEGRIST et al. (2002) haben wirtschaftliche Effekte des naturnahen Tourismus in der Schweiz von jährlich CHF 2.3 Mrd. ermittelt, was einem Anteil von 30 Prozent des Binnentourismus in der Schweiz entspricht. Und sie gehen für die folgenden Jahre von einem zusätzlichen finanziellen Potenzial von 10 bis 40 Prozent aus.

### **2.1.5 Naturnahe Touristen**

Die naturnahen Touristen heben sich von der Gesamtbevölkerung dadurch ab, dass für sie grossartige Landschaften, naturnahe Kulturlandschaften, Wildnis, Artenvielfalt und Schutzgebiete eine besondere Relevanz haben. Zudem sind ihnen Tierbeobachtungen und Naturerlebnis in einer intakten Landschaft besonders wichtig. Auch finden bei ihnen verschiedene, meist sportlich geprägte Aktivitäten – wie Wandern, Winterwandern und Radfahren – einen hohen Zuspruch. Überproportional im Vergleich zur Gesamtbevölkerung beschäftigen sich die naturnahen Gäste mit Langlauf/Skiwandern, Bergsteigen, Naturexkursionen, Besuchen von Schutzgebieten (in Europa) sowie mit Skitouren und Schlitteln. Während die Gesamtbevölkerung besonders regionaltypische Gerichte wünscht, bevorzugen die naturnahen Touristen darüber hinaus eine biologische Küche. Sie schätzen kleine Beherbergungsbetriebe, die durch die lokale Bevölkerung betrieben werden und eine für die Region typische Atmosphäre besitzen. Über die Ferienangebote informieren sie sich in erster Linie aus Zeitungen und Büchern sowie über Bekannte. Aus Sicht der Anbieter gilt bei natur- und kulturnahen Angeboten die Mund-zu-Mund-Propaganda als wichtigstes Werbemittel. Auch Inserate in Special-Interest-Zeitschriften und das Internet nehmen an Bedeutung zu. Die naturnahen Touristen organisieren ihre Ferien individuell und sind oft auf eigene Faust unterwegs. Sie bevorzugen Ferien, die Natur und Kultur schonen und darüber hinaus der Region und der dort ansässigen Bevölkerung wirtschaftliche Vorteile bringen. Die naturnahen Touristen geben für ihre Ferien relativ viel aus und setzen einen überdurchschnittlichen Teil ihres Urlaubsbudgets im Inland ein. Grundsätzlich sind sie bereit, für qualitativ gute Angebote 10 bis 20 Prozent mehr zu bezahlen. Am grössten ist diese Mehrzahlungsbereitschaft für gemütliche Gasthäuser mit regionalen bzw. ökologischen Speisen, am geringsten für den Öffentlichen Verkehr. Allerdings ist der naturnahe Tourist nur dann bereit, mehr zu bezahlen, wenn es der Anbieterseite gelingt, den Gästen den „Mehrwert“ ihrer naturnahen Angebote glaubwürdig zu vermitteln. (SIEGRIST et al. 2002)

### **2.1.6 Erlebnisangebote im naturnahen Tourismus**

Die Gegenüberstellung der Merkmale von Erlebnisangeboten im naturnahen Tourismus und in künstlichen Erlebniswelten verdeutlicht die kulturelle Verwurzelung und damit die Echtheit von Erlebnissen in naturnahen Angeboten. Diese bedürfen einer aktiven Auseinandersetzung mit der Natur und eine offene Haltung ihr gegenüber, denn die Erlebnisse in der Natur leben von der Unmittelbarkeit und stellen sich meist unverhofft ein (nach SIEGRIST et al. 2007).



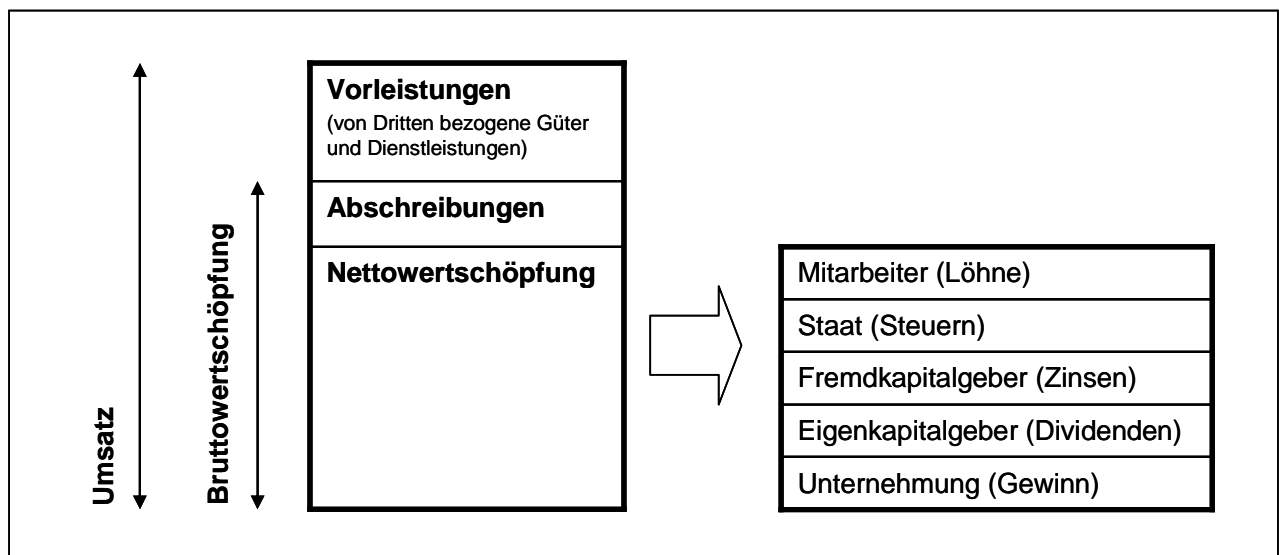
**Tab. 2:** Merkmale von Erlebnisangeboten im naturnahen Tourismus und in künstlichen Erlebniswelten | Quelle: SIEGRIST et al. (2007), S. 7

<b>Merkmale von Erlebnisangeboten im naturnahen Tourismus</b>	<b>Merkmale von Erlebnisangeboten in künstlichen Erlebniswelten</b>
<b>Gäste</b>	
Zeitintensive Erlebnisse von oft längerer Dauer, tiefere Kosten pro Zeiteinheit	Zeitlich oft sehr kurze Erlebnisse, hohe Kosten pro Zeiteinheit
Langfristigkeit und relative Trendrobustheit der ursprünglichen und abgeleiteten Angebote.	Kurzfristigkeit und starke Trendabhängigkeit der inszenierten Erlebniswelt.
Inszenierungen werden von den Besuchern nicht als solche wahrgenommen bzw. eher abgelehnt.	Die Inszenierung der Erlebnisse ist klar erkennbar und wird vom Besucher gewünscht.
Aktive Auseinandersetzung der Gäste mit Natur, Landschaft und Kultur.	Konsumorientiertes Erleben einer kommerzialisierten Freizeitwelt.
Eigene Anstrengungen, Aktivitäten und Leistungen des Besuchers.	Geringe eigene mentale und physische Anstrengungen der Besucher.
<b>Angebote</b>	
Kostenloser Zugang zum Erlebnis, Beschränkung durch natürliche Ausstattung.	Eintrittsgebühr als Zutrittsberechtigung für Erlebnisangebote, Beschränkung durch Infrastruktur.
Erlebnisse entstehen unmittelbar aus Wechselbeziehung mit Natur, Landschaft und Kultur.	Überhöhte Inszenierung mit phantastischen und virtuellen Elementen als Kontrast zur Alltagswelt.
Langsamkeit als Qualität, mit Freiräumen und Nischen für eigene Betrachtungen und Aktivitäten.	In kurzer Zeit möglichst viele Erlebnisse, lückenlose Erlebniskette.
Erlebnisse mit einem grob planbaren Ablauf, unerwartete Ereignisse sind Teil des Angebots.	Durchgeplante, standardisierte Erlebniskette mit berechenbaren Emotionen und Eindrücken.
Geringe Dichte an Menschen, Berücksichtigung sozialer/ ökologischer Tragfähigkeitsgrenzen.	Hohe Dichte an Menschen durch performativ-interaktive Ereignisse (z.B. Events).
<b>Umfeld, räumliche Umgebung</b>	
Integration der Angebote in das regionale gesellschaftliche Umfeld ist wichtig.	Interaktion der Angebote mit der weiteren Umgebung ist nicht notwendig.
Äussere Einflüsse (Klima, Wetter, Jahreszeiten, etc.) ausgesetzt sein.	Die äusseren Bedingungen sind über das ganze Jahr gleich oder werden künstlich gesteuert.
Angebote sind an spezifische, landschaftlich und kulturell attraktive Standorte gebunden.	Angebote sind nicht an bestimmte Standorte gebunden, Attraktionen werden künstlich erzeugt.

Erlebnisangebote innerhalb des naturnahen Tourismus sind idealerweise in ein umfassendes Konzept der Regionalentwicklung eingebunden und tragen zu einer verbesserten Wertschöpfung in der betreffenden Region bei. Sie haben also neben ihrer gesellschaftlichen (Zielpublikum LOHAS-Konsumtyp) und ökologischen (Natur als Erlebnisraum) vor allem auch eine ökonomische Bedeutung (nach SIEGRIST et al. 2002).

### 2.1.7 Wertschöpfung

Wertschöpfung ist die von einem Unternehmen (unternehmerische Wertschöpfung) oder einer Region (regionale Wertschöpfung) erbrachte Produktionsleistung. Sie berechnet sich aus Verkaufsertrag abzüglich bezogene Vorleistungen und verteilt sich auf die Produktionsfaktoren Mitarbeiter (Lohn), Staat (Steuern), Kapital (Zinsen, Dividenden) und Unternehmung (Gewinn). Die Wertschöpfung kann demnach definiert werden als Umsatz minus Kosten für Vorleistungen. Bei den erbrachten Vorleistungen in Dienstleistungsunternehmen handelt es sich um Leistungen einzelner vor- oder nachgelagerter Elemente, die das Angebot unterstützen, beispielsweise um Beratungsleistungen. Die Erzielung einer Wertschöpfung setzt voraus, dass eine Spanne zwischen dem Wert, den der Kunde oder Gast zu zahlen bereit ist, und den Selbstkosten der Unternehmung sichergestellt werden kann. Dabei ergibt sich der für den Kunden oder Gast geschaffene Wert aus der im Vergleich besseren Befriedigung seiner Bedürfnisse (BIEGER 1997; BIEGER 1998).



**Abb. 2:** Wertschöpfung | Quelle: RÜTTER et al. (1995), S. 19

Bei der Wertschöpfung kann in direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfung (auch Effekte) unterschieden werden (KÜPFER 2000; KASPAR 1996):

- Die direkte Wertschöpfung ergibt sich aus dem Umsatz eines Unternehmens minus Vorleistungen.
- Die indirekte Wertschöpfung entsteht aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtungen innerhalb einer Region, beispielsweise, indem das Unternehmen seinerseits Güter und Dienstleistungen als Vorleistungen von Dritten bezieht. Diese profitieren von den Effekten, die indirekt auf die touristischen Ausgaben zurückgehen, beispielsweise durch eine Erhöhung der Produktion.
- Die induzierte Wertschöpfung entsteht, indem das zusätzliche Einkommen, das aufgrund direkter und indirekter Effekte in der Region entstanden ist, teilweise erneut in der Region ausgegeben wird.

## 2.2 Grundlagen zur Wildtierbeobachtung

Wildtierbeobachtung als menschliche Aktivität und touristisches Angebot ist ein Phänomen der aktuellen Gesellschaft und hatte nicht zu allen Zeiten denselben Stellenwert wie heutzutage.

### 2.2.1 Zu den Begriffen «Wildtierbeobachtung» und «Wildlife Watching»

Der im Tourismus verwendete Begriff «Wildtierbeobachtung» kommt im Englischen sinngemäss dem Begriff «Wildlife Watching» gleich und beruht im Wesentlichen auf der Tätigkeit des Beobachtens von Wildtieren. Obschon «Wildlife» – wörtlich übersetzt als «Wildleben» – ein allgemeiner Begriff für die Tier- und Pflanzenwelt darstellt, wird er im englischen Sprachgebrauch meistens nur im Zusammenhang mit der Fauna verwendet. Viele Menschen denken beim Begriff «Wildlife» oder «Wildtiere» zuerst an die grossen Säugetiere und an Vögel, aber der Begriff schliesst alle Tierarten ein, also auch Insekten oder Meerestiere.

«Wildlife Watching» ist eine rein beobachtende, passive Tätigkeit und muss von anderen Aktivitäten abgegrenzt werden, die ebenfalls im Austausch mit Wildleben, aber in aktiver Form betrieben werden (wie Jagen und Fischen). In manchen Fällen geht «Wildlife Watching» aber auch über das blosses Beobachten hinaus und schliesst das Berühren oder Füttern von Wildtieren ebenso ein. «Wildlife Watching Tourism» oder der «Wildtierbeobachtungstourismus» ist demnach eine organisierte Form des Aufspürens und Beobachtens von Wildtieren in freier Natur. Diese Definition schliesst die grossen Wildtierreservate, wie sie beispielsweise in Südafrika vorkommen, mit ein – denn dort ist das Verhalten der Tiere noch wild –, nicht aber Beobachtungsformen von Wildtieren in eingeschränkter Lebenshaltung (Definiton nach TAPPER 2006).

### 2.2.2 Wildtierbeobachtungs-Exkursionen

Um Wildtiere beobachten zu können, kann ein Blick aus dem Fenster genügen. Ein Spaziergang durch den Garten oder im Wald, entlang von Flüssen und Seen kann bereits Begegnungen mit der Tierwelt ermöglichen. Wildtierbeobachtungen können aber auch ganz gezielt gemacht werden – entweder auf eigene Faust oder in organisierter Form, wie beispielsweise beim Besuch eines Zoos, eines Wildparks oder auf einer geführten Exkursion. Veranstaltungen im letzteren Sinn sind Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Es handelt sich um touristische Angebote, die meist im Gefäss des naturnahen Tourismus geplant und durchgeführt werden. Sie können von Gästen einer Ferienregion gebucht werden und finden gegen Bezahlung statt. Was nachfolgend als Wildtierbeobachtungs-Angebot verstanden wird, untersteht einigen spezifischen Kriterien zur Abgrenzung:

- Organisation durch einen Veranstalter
- Führung durch eine lokale oder auswärtige Fachperson
- Begrenzter Zeitrahmen
- Aufenthalt in freier Natur (Lebensraum der Wildtiere)
- Verbunden mit Wandertätigkeit, Pirschen, Verharren und Beobachten
- Wissensvermittlung durch Exkursionsleiter

- Gruppendynamik
- Spannung und Erlebnis

Das Erlebnis zeichnet diese Art von Angebot besonders aus. Trotz der Bedeutung dieses Kriteriums für die Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten, wird im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter darauf eingegangen.

### **2.2.3 Beobachten und Beobachtungsschulung**

Gemäss SEGER (1993) kann im Kontakt mit der Natur, durch das Erleben und Beobachten im Verbund mit eigenständigem Entdecken, biologisches Wissen erworben und gleichzeitig eine Sensibilisierung für Natur und Naturvorgänge gefördert werden. Dabei sollen das Interesse, der Wille, die Bereitschaft und innere Disposition des Beobachters ein ihm selbst bewusstes «Erleben-Wollen» anregen. SEGERS Ansatz gliedert das Erleben der Aussenwelt in die drei Schritte Wahrnehmen, Beobachten und Erfahren und sieht die Beobachtung als Teil eines Erkenntnisprozesses, der wie folgt aufgebaut ist:

Wahrnehmen (als Disposition zur und Konzentration auf die Beobachtung durch Offenlegen von Spontaninteressen), Einsehen (als erstes Ordnen von Eindrücken oder Sich-Vertraut-Machen), Beobachten (als bestimmte Wahrnehmung mit festen Absichten; zielgerichtet), Verarbeiten (als geistiges Durchdringen der Beobachtung).

Durch das Beobachten können auch das Bewusstsein und die Verantwortung entwickelt werden, Gesehenes kritisch zu hinterfragen, es in die Gesamtheit des Natur-Beziehungsgefüges einzuordnen und dabei den eigenen Standpunkt – als «von aussen» wahrnehmender Beobachter, der gleichzeitig selbst zu dem beobachtenden Teil der Natur gehört – in die Wahrnehmung mit einzuschliessen (SEGER 1993).

## **2.3 Grundlagen zum Schutz von Wildtieren**

Wildtierbeobachtungen können nicht auf beliebige Weise durchgeführt werden. Deshalb im Folgenden eine kurze Einführung in die Aufgabenbereiche des Wildtiermanagements, die für die Schweiz gültige Gesetzgebung sowie den Arten- und Lebensraumschutz.

### **2.3.1 Wildtiermanagement**

Im Gegensatz zu „Wildtierökologie“ und „Wildtierbiologie“ stellt das Wildtiermanagement keine Wissenschaft dar, basiert aber auf wissenschaftlichen Grundlagen. Das «Management» von Wildtieren – und dazu zählen alle freilebenden Tierarten – beinhaltet nicht nur Restrukturierung, Rationalisierung und Effizienzsteigerung im wirtschaftlichen Sinne, sondern auch natürliche Dynamik, die Natur sich selbst überlassen, Gleichgewicht und nachhaltige Nutzung. Das Wildtiermanagement hilft bei der Formulierung von Zielen und übernimmt grundsätzlich die Aufgabe, Prozesse zum Erreichen wildtierbezogener gesellschaftlicher Ziele zu steuern und damit Probleme mit Bezug zu Wildtieren und ihren Lebensräumen zu lösen. Wildtiermanagement beschäftigt sich mit der Interaktion Mensch-Wildtiere, zum Beispiel bei Nutzungskonflikten zwischen Forst-, Landwirtschaft, Freizeitaktivitäten und den Ansprüchen von Wildtieren. Weitere Themen sind die Förderung

von seltenen, bedrohten Arten, die Vernetzung von Wildtierpopulationen, der Umgang mit Neozoen (eingewanderte nicht heimische Arten) oder die Folgen des Klimawandels. Konzepte zur Artenförderung, zur Schadensprävention, Jagdplanung, zum Schutzgebietsmanagement und zur Besucherlenkung sind Instrumente und Ansätze im Wildtiermanagement, mit denen die Behörden, verschiedene Verbände, Planungsbüros und Fachstellen arbeiten (GRAF 2010).

### **2.3.2 Gesetzliche Grundlagen**

Die Erhaltung der Artenvielfalt der Alpentiere ist eine wichtige Aufgabe des Bundes der Schweizerischen Eidgenossenschaft. Dieser erlässt nach Art. 78 Abs 4 der Bundesverfassung Vorschriften zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt und zur Erhaltung ihrer Lebensräume in der natürlichen Vielfalt. Zudem hat er bedrohte Arten vor der Ausrottung zu schützen. Auf Gesetzesstufe werden die Alpentiere in erster Linie durch das Bundesgesetz über die Jagd und den Schutz wildlebender Säugetiere und Vögel (Jagdgesetz, JSG), das Bundesgesetz über die Fischerei (BFG) und das Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz (NHG) geschützt. In diesen Gesetzen wird die Erhaltung und Verbesserung der Biodiversität im Wesentlichen durch den Arten- und den Lebensraumschutz angestrebt (WILD in INGOLD 2005).

### **2.3.3 Artenschutz**

Alle in den Geltungsbereich des Jagdgesetzes fallenden Säugetiere und Vögel sind entweder jagdbar oder geschützt. Zum Schutz der Artenvielfalt und der Lebensräume oder zur Verhütung von Schäden an Wald und an landwirtschaftlichen Kulturen können gewisse Bestandesregulierungen oder Massnahmen gegen einzelne Tiere vorgenommen werden. Im Weiteren geniessen auch die jagdbaren Arten einen gewissen Schutz, denn für die meisten von ihnen sind, insbesondere in den Jahreszeiten Frühling und Frühsommer, Schonzeiten festgelegt. Dabei nimmt der unter die geschützten Arten fallende Steinbock einen Sonderstatus ein, indem er nach einer speziellen Verordnung zur Regulierung der Bestände mit einer vom Bund genehmigten Abschussplanung bejagt werden kann (WILD in INGOLD 2005).

Zu den jagdbaren Säugetieren und Vögeln zählen beispielsweise Gämse, Rothirsch, Reh, Murmeltier, Fuchs, Dachs, Feld-, Schneehase und Wildkaninchen, Birkhahn und Schneehuhn. Unter die geschützten Säugetiere und Vögel fallen zum Beispiel Luchs, Bär, Wolf, Steinbock (mit Sonderstatus), Steinadler, Bartgeier und Auerhuhn (Bundesgesetz über die Jagd und den Schutz wildlebender Säugetiere und Vögel).

### **2.3.4 Lebensraumschutz**

Der Lebensraumschutz, mit dem die ökologischen Grundvoraussetzungen der einzelnen Arten erhalten werden sollen, ist für den Schutz vieler Tier- und Pflanzenarten von entscheidender Bedeutung. Die Mittel dazu sind sehr unterschiedlich und reichen vom ganzheitlichen Prozessschutz zugunsten der natürlichen Entwicklung bis hin zur Einschränkung von bestimmten menschlichen Tätigkeiten und Aktivitäten. Der Lebensraumschutz für Wildtiere erfolgt oft durch die Ausscheidung von Wildschutzgebieten und Wildruhezonen, durch Einschränkungen und Verbote sowie in Form von Pflege- und Aufwertungsmassnahmen (WILD in INGOLD 2005).

### **2.3.5 Wildschutzgebiete**

Wildschutzgebiete, auch als Wildasyle oder Jagdbanngebiete bezeichnet, sind festgelegte Gebiete mit totalem oder partiellem Jagdverbot. Allgemein bekannte Wildschutzgebiete sind zum Beispiel der Schweizerische Nationalpark in Graubünden oder der Aletschwald im Wallis. In den meisten Wildschutzgebieten gilt – teilweise auch explizit angeschrieben –, dass die touristische Nutzung der entsprechenden Gebiete nur im Einklang mit den Schutzziele erfolgen darf. Im Kanton Graubünden beispielsweise sind die Wildschutzgebiete rot-gelb markiert und sollen Besucher möglichst davon abhalten, diese für Wildtiere wichtigen Rückzugsgebiete zu begehen. In den Eidgenössischen Jagdbanngebieten gelten grundsätzlich folgende Auflagen: verboten sind die Jagd, das freie Zelten und Campieren, Aktivitäten ausserhalb der markierten Pisten und Routen, das Befahren von Wald- oder Alpstrassen und das Benützen von Fahrzeugen jeder Art abseits der Strassen und Wege. Die Tiere dürfen nicht gestört werden, und Hunde sind im Wald generell an der Leine zu führen (WILDASYL 2010; WILD in INGOLD 2005).

### **2.3.6 Wildruhezonen**

Wildruhezonen werden ausgeschieden, um den Schutz von Flora und Fauna vor übermässigem Gemeingebrauch zu gewährleisten. In ihnen werden vor allem empfindliche Vogelarten sowie die natürlichen Wanderrouten der wildlebenden Huftiere und ihre Einstandsgebiete vor Ruhestörung geschützt. Touristen, Sporttreibende und Erholungssuchende dürfen zu festgelegten Zeiten die Wege nicht verlassen oder die Lebensräume empfindlicher und seltener Tierarten nicht betreten. Weitere Aktivitäten wie zum Beispiel Skifahren, Schneeschuhlaufen, Campieren, organisierte Grossanlässe, Biken und Gleitschirmfliegen werden geregelt. Von Einschränkungen in den Wildruhezonen nicht betroffen sind die alp- und landwirtschaftliche Nutzung, die Waldbewirtschaftung sowie die Jagd. Auch die Anwohner haben jederzeit uneingeschränkten Zugang zu ihren Liegenschaften (MOUNTAIN WILDERNESS 2010). Da die zeitlichen und örtlichen Einschränkungen von Wildruhezonen im Widerspruch zum Grundrecht des freien Betretens von Wald und Weide stehen, bedürfen sie einer Rechtsgrundlage. Im Kanton Graubünden zum Beispiel können die Gemeinden auf der Grundlage des kantonalen Jagdgesetzes den Zutritt zu Wildeinstandsgebieten örtlich und zeitlich einschränken und in der Nutzungsplanung verankern (WILDRUHEZONEN 2010).

## **2.4 Grundlegende Werte der Natur und der lebenden Vielfalt**

Die Attraktivität von Wildtierbeobachtungs-Angeboten beruht in erster Linie auf der Anziehungskraft, welche wilde Tiere in freier Natur auf heutige Menschen und deren Gemütsleben bzw. Empfindung ausüben. Dass dies nicht zuletzt ein gesellschaftliches Phänomen ist und mit dem gängigen Wertesystem verknüpft ist, soll nachstehend aufgezeigt werden.

KELLERT (1996) beschreibt neun typologisierte grundlegende Werte der Natur und der lebenden Vielfalt und erläutert deren angepasste Bedeutung in der menschlichen Entwicklung. Er geht davon aus, dass diese Werte in der menschlichen Biologie wurzeln und durch die Erfahrungen, das Lernen und die Kultur beeinflusst werden. Tatsächlich werden die Werte der Natur auf unterschiedliche Weise ausgedrückt. Daher hat KELLERT die gestaltende Beeinflussung von Demographie, Aktivität, Kultur und Arten auf die

grundlegende Wahrnehmung der Natur und der lebenden Vielfalt untersucht. Er ist der Ansicht, dass die menschliche Identität und Erfüllung zu einem grossen Teil vom befriedigenden Ausdruck dieser grundlegenden Werte der lebenden Vielfalt abhängt. Diese neun typologisierten Werte der Natur und der darin enthaltenen lebenden Vielfalt gehören zu den elementaren Grundlagen der vorliegenden Arbeit, da sie die Motivation für Wildtierbeobachtungen beschreiben. Ihre unterschiedlichen Ausdrucksweisen werden daher im Folgenden kurz beschrieben (KELLERT 1996):

### **Der utilitaristische Wert**

Der nützliche Wert betont die zahlreichen Möglichkeiten, wie Menschen aus der Vielfalt des Lebens Nutzen ziehen können. Der Begriff Nutzen kann auch als Vorteil oder Wohltat für den Menschen verstanden werden. Viele Pflanzen und Tierarten stellen in Form von Essen, Medizin, Bekleidung, Werkzeugen und anderen Produkten einen materiellen Nutzen für die Menschen dar. Dem materiellen Nutzen, mit dem die unterschiedlichsten menschlichen Bedürfnisse befriedigt und Wünsche erfüllt werden, steht die Ausbeutung der Natur gegenüber. Neben dem Nutzen für die Gesellschaft erhalten viele Menschen eine grosse Befriedigung durch die persönlichen und nützlichen Erfahrungen in und mit der Natur, wie zum Beispiel beim Sammeln von Pilzen, dem Zusammenlesen von Feuerholz oder dem Beobachten von Tieren.

### **Der naturalistische Wert**

Der naturalistische Wert hebt die mannigfaltige Befriedigung für den Menschen hervor, die sich durch die direkte Erfahrung mit der Natur ergibt. Die einen sehen den Wert in der Erholung, andere in der Ruhe und wieder andere im Seelenfrieden. Vielen Menschen bereitet es Freude, die Komplexität und Vielfalt der Natur zu erkunden und zu entdecken. Mittlerweile finden viele Naturerkundungen organisiert statt wie zum Beispiel in Zoos oder auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen.

### **Der ökologisch-naturwissenschaftliche Wert**

Die Natur weist mit ihren biophysikalischen Mustern, Strukturen und Funktionen sowohl einen ökologischen als auch einen wissenschaftlichen Wert auf. Der ökologische Wert liegt darin, die Natur integrativ zu erfassen und die Abhängigkeiten beispielsweise zwischen den verschiedenen Tierarten und ihren natürlichen Habitaten zu ergründen. Der wissenschaftliche Wert der Natur zeigt sich in der Gestaltung von Strukturen und Prozessen und im physikalischen und mechanischen Funktionieren der lebenden Vielfalt.

### **Der ästhetische Wert**

Die Natur und die lebende Vielfalt haben eine ausgesprochen starke ästhetische Wirkung auf die Menschen. Durch die ästhetische Erfahrung mit der Natur werden im Menschen intensive Gefühle des Vergnügens, mitunter Ehrfurcht vor der physikalischen Pracht der Natur hervorgerufen. Die Komplexität und ästhetische Wirkungskraft der Natur zeigen sich auf vielfältige Weise, etwa in einer atemberaubenden Berglandschaft, in einem spektakulären Sonnenuntergang oder im Imponiergehabe eines brüllenden Löwen. Viele Menschen sehen in der ästhetischen Wirkung der Natur die eigenen individuellen Präferenzen reflektiert. Tatsächlich gibt es aber gewisse Tierarten und Landschaften, deren ästhetische Wirkung bei vielen Menschen aus unterschiedlichen Kulturen und geografischen Gegenden vergleichbar ist. Die meisten Menschen tendieren

dazu, auf die ästhetische Wirkung grosser, lebender Organismen anzusprechen – der ästhetische Fokus liegt insbesondere auf Säugetieren und Vögeln.

### **Der symbolische Wert**

Der symbolische Wert der Natur reflektiert die Tendenz des Menschen, Elemente der Natur in seiner Kommunikation und in seinen Gedanken zu gebrauchen. So haben sich die Menschen seit jeher der reichen Vielfalt an Formen und Mustern in der Natur bedient, um ihre Ideen und Gefühle auszudrücken. Ob in der Erzählung, in der Fantasie oder im Traum, die Natur liefert vielfältiges Material, das wir in der Sprache benutzen, um Informationen unter uns auszutauschen.

### **Der beherrschende Wert**

Die Natur und die lebende Vielfalt haben den Menschen immer schon mit physischen und mentalen Herausforderungen konfrontiert. Auf diese Weise wurde die Leistungs- und Überlebensfähigkeit der Menschen getestet und verfeinert. Die Menschen haben die Wildnis lange bekämpft und durch diesen Prozess Fähigkeiten ausgebildet, um die unbändigen und bedrohlichen Elemente ihrer Umwelt zu bändigen, zu unterwerfen und schlussendlich zu kontrollieren. Der beherrschende Wert der Natur kann manchmal die Menschen dazu motivieren, die Natur unterdrücken und beherrschen zu wollen, insbesondere im aktuellen Zeitalter gesteigerter technologischer Möglichkeiten.

### **Der humanistische Wert**

Die Natur und die lebende Vielfalt gibt dem Menschen auch eine Möglichkeit, die emotionalen Fähigkeiten für Bindung, Intimität und Gesellschaft auszudrücken und zu entwickeln. Zum Beispiel durch die Bindung zu einem Haustier. Als Begleiter des Menschen werden diese Kreaturen häufig vermenschlicht.

### **Der moralistische Wert**

Trotz der ausserordentlichen Vielfalt lebender Formen und Ausdrucksweisen ist die essenzielle Ähnlichkeit innerhalb dieser ganzen Diversität ebenfalls bemerkenswert. Viele Lebewesen auf der Erde scheinen eine einheitliche biomolekulare Struktur zu teilen, und der genetische Charakter lässt einen gemeinsamen Ursprung vermuten. Der moralistische Wert geht von der Wahrnehmung einer gemeinsamen Verwandtschaft aus, die alles Lebendige verbindet und eine Ethik zum Vorschein kommen lässt, die den Menschen dazu anhält, andere Geschöpfe ebenso zu achten wie seine eigene Spezies. Dieser moralistische Wert beinhaltet das Anliegen nach einem ethischen Umgang mit den Tieren und der Natur und mag eine starke Zuneigung für Tiere beinhalten. Die zentrale Aussage dieses Wertes betrifft den richtigen Umgang mit der nichtmenschlichen Welt.

### **Der negativistische Wert**

Stehen die bisherigen Typologien von Werten in einem positiven Bezug zur Natur und zu den Tieren, so kann die natürliche Welt auch sehr feindliche und negative Gefühle wie zum Beispiel Aversion, Angst, Abneigung und Entfremdung von der Natur hervorrufen. Gewisse Tiere und Landschaften provozieren eine sehr ausgeprägte Angstreaktion bei vielen Menschen und unter vielfältigen Umständen. Spinnen und



Schlangen, Haie, Skorpione, grosse Raubtiere, starke Winde, dunkle Höhlen etc. können bei vielen Menschen eine starke Leidenschaft oder Abneigung auslösen. Haben sich die negativen Gefühle einmal festgesetzt, sind sie schwer zu beseitigen und können destruktive Aktionen gegen die natürliche Welt provozieren. Aber sie können auch zu einem gesunden Abstand und Respekt gegenüber der Natur und lebenden Vielfalt führen, was gelegentlich ganz willkommen ist.

**Tab. 3:** *Typologie, Definition und Funktion der neun grundlegenden Werte der Natur und der lebenden Vielfalt | Quelle: KELLERT (1996), S. 38*

Wert	Definition	Funktion
Utilitaristisch	Praktische und materielle Ausbeutung der Natur	Physikalische Nahrung/Sicherheit
Naturalistisch	Direkte Erfahrung und Entdeckung der Natur	Neugier, Entdeckung, Erholung
Ökologisch-Naturwissenschaftlich	Systematisches Studium der Struktur, Funktion und Beziehungen in der Natur	Wissen, Verstehen, Beobachtungsfähigkeit
Ästhetisch	Physikalische Wirkung/Anziehungskraft und Schönheit der Natur	Inspiration, Harmonie, Sicherheit
Symbolisch	Gebrauch der Natur für die Sprache und die Gedanken	Kommunikation, mentale Entwicklung
Humanistisch	Starke emotionale Bindung und «Liebe» für Aspekte der Natur	Bonding, Teilen, Kooperation, Kameradschaft,
Moralistisch	Spirituelle Bezug und ethische Anliegen für die Natur	Ordnung, Bedeutung, Verwandtschaft, Uneigennützigkeit
Dominionistisch/Beherrschend	Herrschaft/Dominanz, physikalische Kontrolle, Dominanz der Natur	Mechanische Fertigkeit, physikalische Tapferkeit, Fähigkeit zur Unterwerfung/Kontrolle
Negativistisch	Angst, Abneigung, Entfremdung von der Natur	Sicherheit, Schutz, Geborgenheit, Ehrfurcht



### 3 Touristische und soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen

Im Sommerhalbjahr 2009 wurden zwei schriftliche Umfragen durchgeführt, um der touristischen und soziokulturellen Bedeutung von Wildtierbeobachtungen auf den Grund zu gehen. Eine Erhebung richtete sich an die Teilnehmer, die andere an die Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen. Nachfolgend werden jeweils das Erhebungskonzept und die wichtigsten Ergebnisse für beide Untersuchungen vorgestellt.

#### 3.1 Umfrage bei Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten

##### 3.1.1 Erhebungskonzept

Ziel
<p>Erkenntnisse über die soziokulturelle und touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungen gewinnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Zielgruppe von Wildtierbeobachtungs-Angeboten Welche Menschen lassen sich von Wildtierbeobachtungs-Angeboten ansprechen? Haben sie Gemeinsamkeiten?</li> <li>b) Bedeutung von Wildtierbeobachtungen Wie wichtig ist ihnen der Aufenthalt in der Natur? Welches sind ihre Beweggründe? Welche Art von Wildtierbeobachtung bevorzugen sie und weshalb? Wie oft beobachten sie Wildtiere? An welchen Tierarten sind sie interessiert? Waren die Wildtierbeobachtungs-Angebote zufriedenstellend?</li> <li>c) Leistungsbereitschaft der Touristen zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume Welchen Wert haben Wildtierbeobachtungen oder anders formuliert: Was sind die Teilnehmenden zeitlich und finanziell bereit dafür zu leisten?</li> </ul> <p>Es besteht kein Anspruch, die soziokulturelle und touristische Bedeutung in ihrem ganzen Umfang zu ermitteln, dafür reichen die Fragen nicht aus. Vielmehr soll festgestellt werden, welche Tendenz sich seitens der Teilnehmenden hinsichtlich eines touristischen Engagements für die Wildtiere abzeichnet.</p>
Methode
<p>Die Datenerhebung erfolgte mittels einer Umfrage bei den Teilnehmenden (TN) von Wildtierbeobachtungs-Angeboten.</p> <p>Die Umfrage wurde von den Exkursionsleitern vor Ort durchgeführt. Waren mehrere Exkursionsleiter involviert, übernahm eine Kontaktperson vor Ort die Koordination.</p>

### Untersuchungsräume

Untersucht wurden die Wildtierbeobachtungs-Angebote folgender Räume:

**Schweizerischer Nationalpark** mit den beiden Wildtierbeobachtungs-Exkursionen *Margunet* und *Val Trupchun*

**Naturschutzgebiet Aletschwald** mit allen Wildtierbeobachtungs-Angeboten

**Tourismusorte/-regionen** Brigels-Waltensburg-Andiast, Lenzerheide, Splügen und das Schams mit dem Center da Capricorns und dem jeweiligen Wildtierbeobachtungs-Angebot

Die Untersuchungsräume lassen sich anhand ihres Etablierungsgrades unterscheiden. Im Grunde reicht eine Unterscheidung in *sehr gut etabliert* (Wildtierbeobachtung zählt zur Hauptattraktion), *gut etabliert* (Wildtierbeobachtung steht neben anderen Attraktionen) und *nicht etabliert* (Wildtierbeobachtung ist ein Angebot unter vielen) aus.

Dieses Unterscheidungskriterium scheint deshalb geeignet, weil sich mit der Etablierung bereits erkennen lässt, welchen Stellenwert bzw. welche Bedeutung Wildtierbeobachtungen in den entsprechenden Räumen haben.

**Der Schweizerische Nationalpark** gilt als *sehr gut etabliert* für Wildtierbeobachtungen. Wildtiere stellen neben dem Wandern das Hauptmotiv eines Nationalparkbesuchs dar (LOZZA 1996; VOGLER et al. 2009).

**Das Naturschutzgebiet Aletschwald** wird von Pro Natura betreut, ist Teil des UNESCO-Weltnaturerbes Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch und bezüglich Wildtierbeobachtungen ebenfalls *gut etabliert*. Neben dem Wildleben existieren weitere Attraktionen wie beispielsweise der Aletschgletscher oder der Aletschwald. Der Grund für die Wahl des Naturschutzgebiets Aletschwald liegt darin, dass dieses schon lange besteht und auf eine über dreissigjährige Wildtierbeobachtungstradition zurückblicken kann. Zudem sind der Autorin die Natur und die Menschen dort bereits vertraut.

**Die Tourismusorte und Ferienregionen Brigels-Waltensburg-Andiast, Lenzerheide, Splügen und das Center da Capricorns am Schamserberg** weisen ein reiches Angebot an Freizeitaktivitäten auf. Das Beobachten von Wildtieren ist also ein Angebot unter vielen und trägt nicht entscheidend zur Wahl des Ferienortes bei. Deshalb gelten diese Tourismusorte/-regionen als *nicht etabliert* für Wildtierbeobachtungen und stehen stellvertretend für viele weitere alpine Tourismusorte/-regionen, in denen Wildtierbeobachtungen angeboten werden. Zu erwähnen ist, dass das Center da Capricorns am Schamserberg in naher Zukunft ein Angebot des im Aufbau befindlichen Regionalen Naturparks Beverin sein wird.

### Grundgesamtheit

657 erwachsene Teilnehmer:

**Nationalpark:** 387 erwachsene TN

**Aletschwald:** 130 erwachsene TN

**Tourismusorte:** 140 erwachsene TN

<b>Stichprobe</b>
275 Personen innerhalb der Grundgesamtheit, die an der Umfrage teilgenommen haben.  <b>Nationalpark:</b> 150 Umfrageteilnehmer, 55 Prozent  <b>Altschwald:</b> 88 Umfrageteilnehmer, 32 Prozent  <b>Tourismusorte:</b> 37 Umfrageteilnehmer, 13 Prozent
<b>Art der Datenerhebung</b>
Schriftliche Befragung. Diese Untersuchungsvariante ist relativ kostengünstig, leicht praktikabel und eignet sich für die Befragung grosser, homogener Gruppen (Raab-Steiner et al. 2008).
<b>Fragebogen</b>
Musterexemplar siehe Anhang A, 1) „Fragebogen“  Abgabe an alle Teilnehmenden ab 18 Jahren.  Aus praktischen Gründen ist im Center da Capricorns in Wergenstein der Fragebogen an drei von insgesamt zehn Wildtierexkursionen abgegeben worden. Deshalb fällt die Rücklaufquote für die Tourismusorte insgesamt eher tief aus.  Das Ausfüllen des Fragebogens nahm etwa zehn Minuten in Anspruch, war anonym und freiwillig.  Der Fragebogen ist in Bezug auf die Antwortmöglichkeiten voll standardisiert und beinhaltet neben einem grossen Anteil an geschlossenen Fragen auch ein paar offene.
<b>Untersuchungsgegenstände</b>
a) Zielgruppe von Wildtierbeobachtungs-Angeboten: Alter; Frauen-/Männeranteil; Herkunft/Wohnort; höchster Schulabschluss; Berufsorientierung; Mitgliedschaft bei Umwelt-/Naturschutzorganisationen; Aufenthalts- oder Ausflugs-touristen; Informationsbeschaffung und -quellen;  b) Bedeutung von Wildtierbeobachtungen: Aufenthalt in der Natur; Motivation der Teilnehmenden; bevorzugte Art der Wildtierbeobachtung; Häufigkeit von Wildtierbeobachtungen; gerne gesehene Tierarten; Zufriedenheit der Teilnehmenden  c) Leistungsbereitschaft der Teilnehmenden: Bevorzugte Exkursionsdauer und Gruppengrösse; bezahlter Betrag und Einstellung dazu; Bereitschaft mehr zu bezahlen; Haltung gegenüber Preis inkl. Unterstützungsbeitrag zugunsten der Wildtiere
<b>Zeitraum der Untersuchung</b>
Fünf Monate während der ganzen Sommersaison 2009 von Anfang Juni bis Ende Oktober.

Aussagekraft der Resultate
<p>Aus der Grundgesamtheit von 657 Personen und 275 Umfrageteilnehmern ergibt sich eine totale Rücklaufquote von 42 Prozent. Für die einzelnen Untersuchungsräume sehen die Zahlen in der Übersicht wie folgt aus:</p> <p><b>Nationalpark:</b> 387 erwachsene Angebotsteilnehmer, 150 Umfrageteilnehmer, Rücklaufquote: 39 Prozent</p> <p><b>Aletschwald:</b> 130 erwachsene Angebotsteilnehmer, 88 Umfrageteilnehmer, Rücklaufquote: 68 Prozent</p> <p><b>Tourismusorte:</b> 140 erwachsene Angebotsteilnehmer, 37 Umfrageteilnehmer, Rücklaufquote: 26 Prozent</p> <p>Der totale Rücklauf von 42 Prozent ermöglicht es, die Ergebnisse der Erhebung auf die Grundgesamtheit aus allen drei Untersuchungsräumen zu übertragen. Gemäss LOPEZ (2009), kann bei dieser Erhebungsart ab 20 Prozent von einer repräsentativen Umfrage gesprochen werden.</p>
Auswertung
<p>Die Auswertung erfolgte anhand des Programms <i>Microsoft Office Excel 2003</i>.</p> <p>Die Fragen wurden jeweils einzeln ausgewertet.</p> <p>Der Buchstabe n definiert die Zahl der Personen, die die jeweilige Frage beantwortet haben und bezieht sich, wenn nicht anders angegeben, immer auf die Gesamterhebung.</p>

### 3.1.2 Ergebnisse

Aus Gründen der Anschaulichkeit werden die Ergebnisse zumeist für den gesamten Erhebungsraum zusammengefasst und gegebenenfalls mit einem Diagramm verdeutlicht. Sämtliche Auswertungsdiagramme sowohl für den gesamten Erhebungsraum als auch für die drei einzelnen Untersuchungsräume befinden sich im Anhang A 2) „Auswertungsdiagramme und Tabellen“.

#### 3.1.2.1 Zielgruppe

##### Soziodemographische Angaben

Den grössten Teil der erwachsenen Teilnehmer an Wildbeobachtungsexkursionen macht die Altersgruppe der 40- bis 64-Jährigen aus (durchschnittlich 67 Prozent). Dass diese Altersgruppe besonders empfänglich ist für Naturerlebnisse bestätigen auch die Besucherumfragen im Schweizerischen Nationalpark (VOGLER et al. 2009) und jene im Nationalpark Bayerischer Wald (JOB 2008).

Die absoluten Zahlen zur Gesamterhebung 2009 ergeben zwischen den erwachsenen Teilnehmern und jenen unter 18 Jahren ein Verhältnis von 66 zu 34 Prozent. Einerseits ist die grosse Zahl der unter 18-Jährigen auf die Teilnahme von Schulklassen und andererseits auf die Teilnahme vieler Familien (insgesamt etwa 70 an der Zahl) zurückzuführen. Unter Annahme einer durchschnittlichen Familiengrösse von vier Personen machen die Familien unter den Umfrageteilnehmern beinahe 30 Prozent aus. Dieser Annäherungswert entspricht auch den Ergebnissen der Besucherumfrage im Schweizerischen Nationalpark aus dem Jahr 2006 (VOGLER et al. 2009).

---

Demnach können Erwachsene zwischen 40 und 64 Jahren sowie Familien beziehungsweise Erwachsene mit Kindern zur Hauptzielgruppe von Wildtierbeobachtungs-Angeboten gezählt werden.

Gesamthaft betrachtet ist der Anteil der Frauen (52%) etwas höher als der Anteil der Männer (48%). Dieses Verhältnis steht analog zur gesamtschweizerischen Bevölkerungsstruktur.

Im ganzen Erhebungsraum kommen 79 Prozent der Teilnehmer aus der Schweiz, 18 Prozent aus Deutschland und drei Prozent haben nichts angegeben.

Die Teilnehmer kommen gesamthaft betrachtet zu 41 Prozent aus dem ländlichen Raum. Die Städter sind mit 35 Prozent und jene aus der Agglomeration mit 24 Prozent vertreten. Damit überwiegen die Teilnehmer aus den Ballungsgebieten deutlich. Das Bundesamt für Statistik zeigt für das Jahr 2008 ein gesamtschweizerisches Verhältnis der Wohnbevölkerung städtischer Gebiete zu jener ländlicher Gebiete von 74 zu 26 Prozent (BFS 2010). Dies macht deutlich, dass der Anteil an Teilnehmenden aus ländlichen Räumen in Relation zur schweizerischen Wohnbevölkerung als relativ hoch betrachtet werden kann.

### **Schulabschluss und Berufsfeld**

Auffallend ist die grosse Anzahl der Teilnehmenden mit einem höheren Schulabschluss. Mit durchschnittlich 41 Prozent sind die Hochschulabgänger am stärksten vertreten. Zählt man die Abschlüsse der Höheren Fachschule und des Technikums (17%) dazu, machen die höheren Abschlüsse rund 60 Prozent aus. Das kann darauf zurückzuführen sein, dass Akademiker sich von solchen Angeboten stärker angesprochen fühlen oder aber dass sich vorwiegend die Akademiker für den Fragebogen interessiert haben. An zweiter Stelle stehen die Teilnehmenden mit einer Berufsausbildung (24%).

Im Weiteren geben 15 Prozent der Befragten an, beruflich in den Bereichen Natur, Landschaft, Umwelt, Ökologie tätig zu sein.

### **Mitgliedschaft bei Umwelt- oder Naturschutzorganisationen**

Die Gesamterhebung zeigt, dass 44 Prozent der Teilnehmenden Mitglied einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation sind. 38 Prozent haben sogar eine Mitgliedschaft bei mindestens zwei oder mehr Organisationen.

Ein Vergleich zwischen den einzelnen Untersuchungsräumen bringt deutlich hervor, dass im Aletschwald 65 Prozent der Befragten Mitglied einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation sind, im Gegensatz zu den Tourismusorten mit 30 Prozent oder dem Nationalpark mit 35 Prozent. Vermutlich ist dies unter anderem auf die regelmässige Mitgliederinformation durch Pro Natura selbst zurückzuführen.

Unter Berücksichtigung der Mehrfachnennungen sind je 21 Prozent der Teilnehmer Mitglied bei Pro Natura und beim WWF, acht Prozent bei Greenpeace und zwölf Prozent bei verschiedenen Natur- und Vogelschutzorganisationen. Unter dem Begriff *andere* (9%) werden beispielsweise der Alpenclub Schweiz, der Deutsche Alpenverein oder Pro Specie Rara genannt.

### Weitere Eigenheiten der Zielgruppe

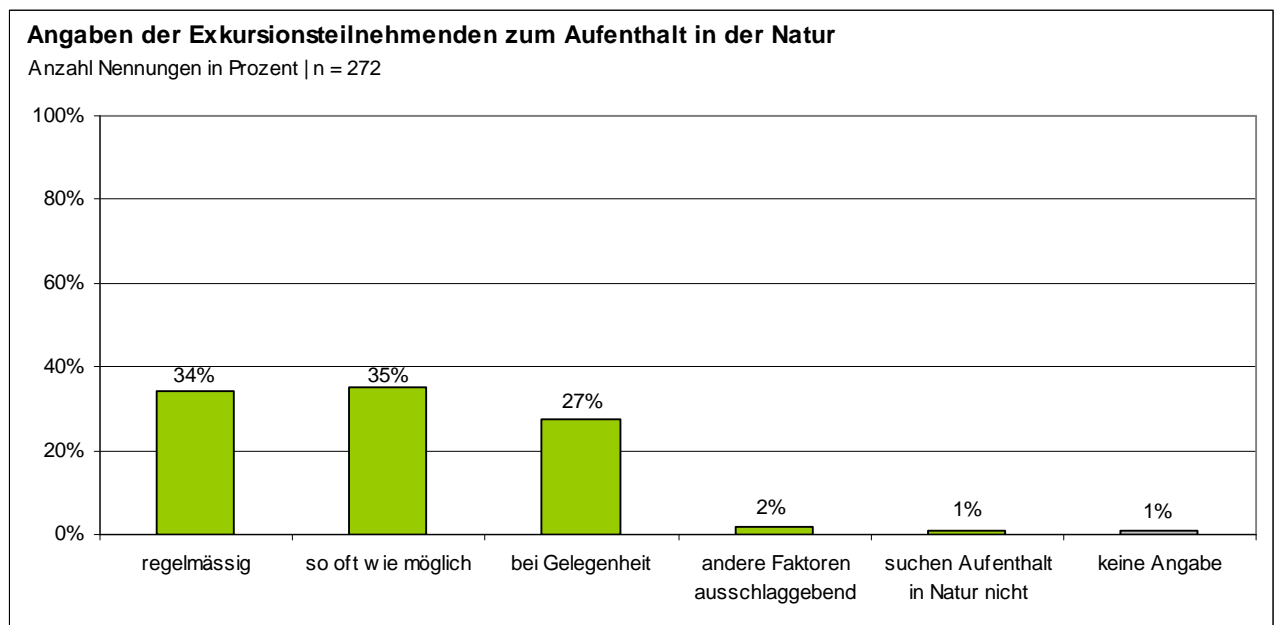
63 Prozent der Befragten nutzen das Wildtierbeobachtungs-Angebot innerhalb eines mehrtägigen Aufenthalts vor Ort, 36 Prozent im Rahmen eines Tagesausflugs und ein Prozent macht keine Angaben dazu. 44 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben aktiv nach einem Wildtierbeobachtungs-Angebot gesucht, 48 Prozent sind zufällig auf das Angebot gestossen und acht Prozent geben nichts an.

Auf die Frage, über welche Informationsquelle die Teilnehmer auf das Wildtierbeobachtungs-Angebot gestossen sind, fallen in der Gesamterhebung die meisten Nennungen auf das Internet (32%) und auf die Tourismusorganisation (27%). Jeweils etwa gleich viele Nennungen erhalten die Printmedien (12%), der Bekanntenkreis (15%) sowie die eigenen Informationsquellen der Anbieter (14%), dazu gehören z.B. Jahresprogramme, Anschläge oder andere Informationsmöglichkeiten vor Ort. Fernseher oder Radio als Informationsquelle werden zu einem Prozent angegeben. Unter dem Begriff *andere* (8%) sind weitere Informationsquellen genannt wie z.B. Hotels oder öffentliche Transportbetriebe.

### 3.1.2.2 Soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen

#### Aufenthalt in der Natur

34 Prozent der Befragten geben an, sich *regelmässig*, d.h. mehrmals in der Woche, in der Natur aufzuhalten und 35 Prozent *so oft wie möglich*, d.h. mindestens einmal in der Woche. Fast ein weiteres Drittel der Teilnehmer (27%) hält sich in der Natur auf, wenn sich ihnen *die Gelegenheit dazu bietet*. Dass bei einem Aufenthalt in der Natur *andere Faktoren als die Natur generell eine grössere Rolle spielen*, beispielsweise eine kulturelle oder sportliche Veranstaltung, haben zwei Prozent angekreuzt. Und je ein Prozent *sucht den Aufenthalt in der Natur nicht* oder hat keine Angaben dazu gemacht.



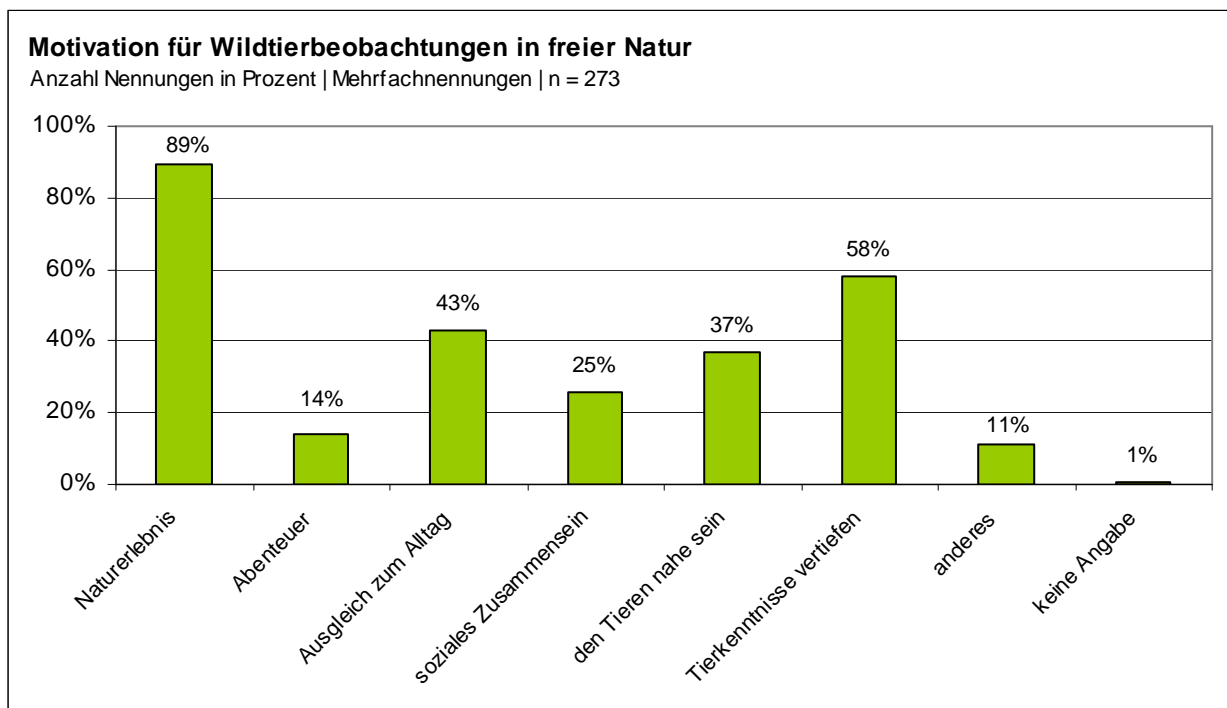
**Abb. 3:** Angaben der Exkursionsteilnehmenden zum Aufenthalt in der Natur | gesamthaft | Erhebung 2009



Ein Vergleich mit den Herkunftsdaten der Teilnehmer zeigt zudem, dass jene, die sich regelmässig in der Natur aufhalten, überwiegend auf dem Lande wohnhaft sind.

### Motivation der Teilnehmenden

*Natureerlebnis* als Motiv für die Teilnahme an einem Wildtierbeobachtungs-Angebot haben 89 Prozent der Befragten angegeben. Damit steht das *Natureerlebnis* mit Abstand an erster Stelle aller Motive, gefolgt von *Tierkenntnisse vertiefen* (58%), *Ausgleich zum Alltag* (43%), *den Tieren nahe sein* (37%), *soziales Zusammensein* (25%) und *Abenteuer* (14%).



**Abb. 4:** Motive der Exkursionsteilnehmenden für Wildtierbeobachtungen in freier Natur | gesamthaft | Erhebung 2009

Unter dem Begriff *anderes* sind weitere Motive zusammengefasst, wie zum Beispiel: Spiritualität; Weiterbildung; Umwelt wieder wahrnehmen; Pflanzen- und andere Naturkenntnisse erweitern; die Kinder auf möglichst vielfältige Weise an die Natur heranführen; Neugierde; Faszination; Filmen und Fotografieren; mit Tieren kommunizieren; Naturschutz im weiteren Sinn; Freude an Tieren in der Wildnis; Tierbeobachtungen; Bewegung der Tiere erleben; Erholung; Ruhe und Entspannung; Gehörtes und Gelesenes auch sehen in der Wildnis.

### Bevorzugte Art der Wildtierbeobachtung

Auf die Frage, welche Art von Wildtierbeobachtung die Teilnehmenden bevorzugen, standen folgende vier Antworten zur Auswahl: *Zoobesuche*, *Besuche von Wildparks*, *geführte Wildtierbeobachtungen in der freien Natur* sowie *Wildtierbeobachtungen auf eigene Faust*. Obschon nur eine Antwort verlangt wurde, kommen Mehrfachnennungen oft vor und werden deshalb bei der Auswertung alle berücksichtigt.

Für 75 Prozent der Teilnehmer sind geführte Wildtierbeobachtungen in freier Natur die bevorzugte Art, Wildtiere zu beobachten. Dies begründen sie mit folgenden Argumenten: Tiere können in Freiheit, in ihrem natürlichen Lebensraum und in ihrem Verhalten beobachtet werden; fachkundige Führung mit interessanten Informationen und Erklärungen; mehr Tiersichtungen als bei einem Alleingang.

43 Prozent bevorzugen Wildtierbeobachtungen auf eigene Faust. Die Präferenz wird folgendermassen begründet: Selbstbestimmung von Ort, Zeit und Dauer; eigener Rhythmus; eigenes Erlebnis; wilder, freier, individueller; mehr Stille und Ruhe.

Besuche von Wildparks werden von 13 Prozent und Zoobesuche von sieben Prozent der Befragten bevorzugt. Die Argumente für den Wildpark sind: schöne Parkanlage; Tiere sind gut zu sehen; sicher und bequem; macht den Kindern Spass. Und für den Zoo sprechen diese Argumente: das Angebot ist in der Nähe; es können nicht-einheimische Tiere beobachtet werden; die Vielfalt von Tieren; die garantierte Sichtung in kurzer Zeit; ideal für kleine Kinder.

Etwa ein Viertel der Befragten kreuzen die geführten Wildtierbeobachtungen und jene auf eigene Faust in Kombination an.

Dass die Teilnehmer von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in freier Natur auch diese Form von Wildtierbeobachtung bevorzugen erstaunt nicht. Daher wäre es interessant gewesen, dieselbe Frage Personen zu stellen, die gerade nicht an einer Wildtierbeobachtung welcher Form auch immer teilnehmen.

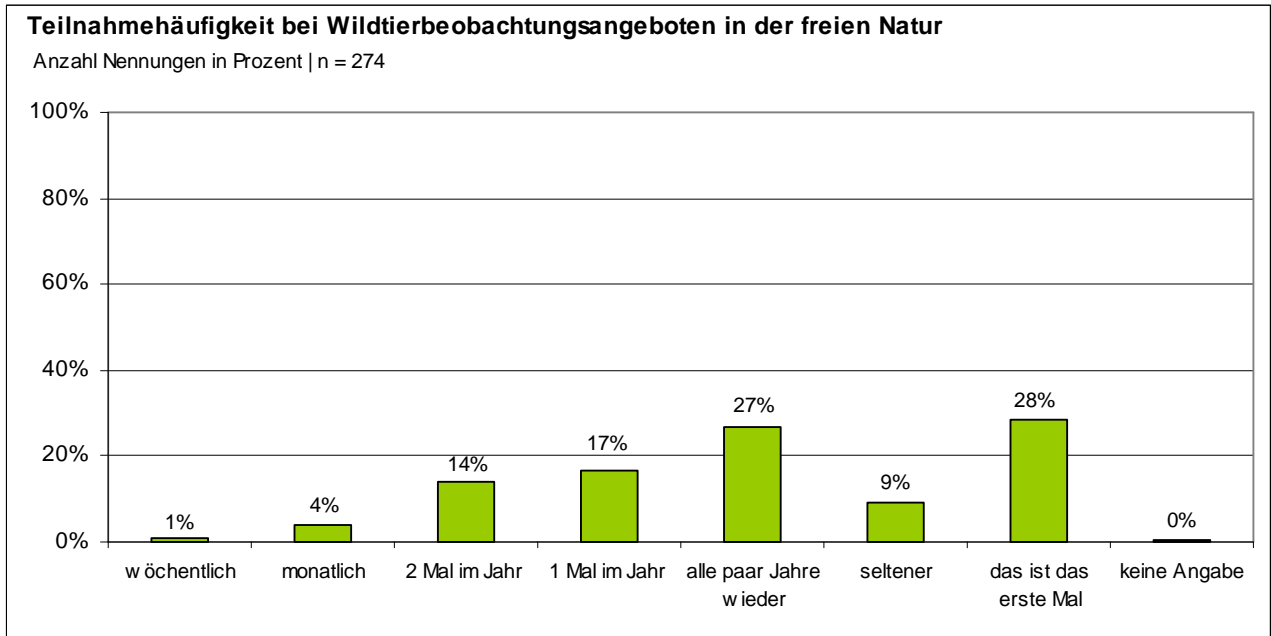
### **Häufigkeit von Wildtierbeobachtungen**

Beinahe ein Drittel der Befragten (28%) gibt an, das erste Mal an einem Wildtierbeobachtungs-Angebot teilgenommen zu haben. Davon sind 60 Prozent der Ansicht, das sei zu wenig, und 14 Prozent, das sei genau richtig. Fast gleich viele (27%) geben an, alle paar Jahre an einem solchen Angebot teilzunehmen, was für 53 Prozent zu wenig, für 39 Prozent genau richtig und für drei Prozent der Befragten zu viel ist. Neun Prozent nehmen noch seltener an einem Wildtierbeobachtungs-Angebot teil.

Auf der anderen Seite sind es mehr als ein Drittel der Befragten (36%), die mindestens ein bis zwei Mal im Jahr oder öfters an einer Wildtierbeobachtungs-Exkursion teilnehmen. Hiervon sind 37 Prozent der Ansicht, das sei zu wenig, und 40 Prozent, das sei genau richtig.

Ausser den oben erwähnten drei Prozent hat niemand der Befragten das Gefühl, er nehme zu oft an Wildtierbeobachtungs-Angeboten teil.

Unabhängig von der angegebenen Teilnahmehäufigkeit, empfindet insgesamt 49 Prozent der Befragten, dass sie zu selten an Wildtierbeobachtungs-Angeboten teilnehmen, für 31 Prozent der Befragten stimmt die Häufigkeit, für ein Prozent ist sie zu hoch und 19 Prozent enthielten sich der Stimme. Demnach ist das Bedürfnis nach weiteren organisierten Wildtierbeobachtungen zu einem grossen Teil vorhanden und birgt ein noch auszuschöpfendes Potenzial.



**Abb. 5:** Häufigkeit der Teilnahme an Wildtierbeobachtungs-Angeboten | gesamthaft | Erhebung 2009

Auf die Frage, wie oft die Teilnehmenden Wildtiere ausserhalb organisierter Angebote beobachten, geben über die Hälfte (53%) der Befragten an, Wildtiere zu beobachten, wenn sich ihnen *die Gelegenheit dazu bietet*, 17 Prozent machen Wildtierbeobachtungen *eher zufällig*, und für ein Prozent *spielen Wildtierbeobachtungen keine Rolle*. Zusammengezählt 28 Prozent machen jene aus, die *so oft wie möglich* (16%) und *regelmässig* (12%) Wildtiere beobachten.

### Gerne gesehene Tierarten

Auf die Frage, welche Tierarten die Teilnehmenden auf einer Wildtierbeobachtungs-Exkursion im Alpenraum gerne zu Gesicht bekommen möchten, werden folgende Tierarten angekreuzt:

Auf den ersten Plätzen stehen der Steinbock (88%), der Steinadler (79%), die Gämse (77%), das Murmeltier (75%), der Rothirsch (73%) und der Bartgeier (69%). Im Mittelfeld der Sichtungswünsche befinden sich der Bär (44%), der Luchs (44%), das Alpenschneehuhn (44%), der Wolf (41%), der Schnee- und Feldhase (40%), das Birkhuhn (40%) und das Reh (38%). Auf den hinteren Plätzen rangieren der Turmfalke (31%), der Fuchs (28%) und das Eichhörnchen (25%). Unter *weitere Vögel* (8%) und *weitere Tierarten* (3%) sind die restlichen Tiere zusammengefasst.

Hier stellt sich die Frage, weshalb der Steinbock so begehrt ist, und weshalb die am seltensten zu beobachtenden Tierarten wie Bär, Luchs und Wolf im Mittelfeld rangieren. Diese Frage wird hier allerdings gerne für eine weitere Forschungsarbeit im Raum stengelassen.

Die Diagramme zum gesamten Erhebungsraum sowie zu den einzelnen Untersuchungsräumen sind im Anhang A, Abb. XIX, Abb. XX, Abb. XXI und Abb. XXII einzusehen. An dieser Stelle sind lediglich die drei Meistgenannten pro Untersuchungsraum aufgelistet:

---

Tourismusorte: Steinbock (78%), Gämse (73%), Rothirsch und Steinadler (je 65%).

Naturschutzgebiet Aletschwald: Steinbock (83%), Murmeltier (77%), Steinadler (76%).

Schweizerischer Nationalpark: Steinbock (93%), Steinadler (85%), Gämse und Bartgeier (je 81%)

Allerdings gaben bei der Besucherumfrage 2006 im Schweizerischen Nationalpark 20.5 Prozent der Besucher mit der Hauptmotivation *Tiere zu sehen* den Rothirsch an und 15.6 Prozent den Steinbock, gefolgt von Gämse und Murmeltier mit je etwas über 4.0 Prozent (VOGLER et al. 2009).

### **Zufriedenheit der Teilnehmenden**

Was den Teilnehmenden am Wildtierbeobachtungs-Angebot besonders gut gefallen hat, sind die Erklärungen und Informationen, die kompetente Führung und die Erfahrung der Exkursionsleiterinnen und Exkursionsleiter sowie das Vorhandensein von Fernrohr und Feldstecher (60%). Das Beobachten einzelner Tierarten in ihrem Verhalten und in ihrem natürlichen Lebensraum, die Nähe zu den Tieren, ihre Vielfalt sowie das Spannungs- und Überraschungsmoment haben ebenfalls viele Gäste genannt (43%). 29 Prozent der Teilnehmenden hatten besonders Gefallen an der Natur, der Landschaft, dem Wandern, dem Wetter sowie dem Erlebnis, der Stimmung und der Ruhe in der Natur (29%)

Etwas vermisst haben nur wenige Teilnehmende. Aufgeführt werden beispielsweise die Sichtung einzelner Tierarten, die Nähe zu den Tieren, das Beobachten ohne von den Tieren bemerkt zu werden (20%) oder vereinzelt zum Beispiel Feldstecher, Sitzgelegenheit, Toiletten, Verpflegung, Ruhe in der Gruppe, genaue Artbezeichnung, mehr Zeit oder bessere Wege (12%).

#### **3.1.2.3 Leistungsbereitschaft der Teilnehmenden**

##### **Bevorzugte Dauer**

Für die Mehrheit (43%) der Befragten spielt es keine Rolle, wie lange ein Wildtierbeobachtungs-Angebot dauert. Ein Drittel der Befragten empfindet eine Dauer von fünf bis sechs Stunden als ideal. Fast ein Viertel möchte drei bis vier Stunden unterwegs sein, und elf Prozent sind mit ein bis zwei Stunden Exkursionsdauer zufrieden. Die Präferenz für den zeitlichen Rahmen des Angebotes liegt eindeutig bei länger dauernden Exkursionen. Dies mag daraus resultieren, dass die Wahrscheinlichkeit einer effektiven Wildtierbegegnung mit zunehmendem Aufenthalt in der Natur steigt. Im Zusammenhang mit der Hauptmotivation der TN, dem Naturerlebnis, wird auch nachvollziehbar, dass dieses Bedürfnisses bei längerem Verweilen in der Natur eher erfüllt werden kann.

##### **Bevorzugte Gruppengrösse**

Die optimale Gruppengrösse liegt aus Sicht der Befragten zwischen acht und zwölf Personen. Eine grössere Gruppe birgt die Gefahr von Unzufriedenheit bei den Teilnehmenden. Ist die Gruppe kleiner, stellt sich die Frage, ob der Teilnehmerbeitrag nach oben hin angepasst werden muss und wo die Zahlungsbereitschaft der Teilnehmenden endet.

### Durchschnittlich bezahlter Betrag

Wie aus Tab. 4 zu entnehmen ist, beträgt der durchschnittlich bezahlte Betrag für ein Wildtierbeobachtungs-Angebot CHF 28.05. In den Tourismusorten bezahlen die Gäste durchschnittlich CHF 17.70 für ein Wildtierbeobachtungs-Angebot. Das entspricht etwa der Hälfte der im Durchschnitt bezahlten Beträge im Aletschwald (CHF 33.85) und im Nationalpark (CHF 32.60).

Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Exkursionsdauer können folgende Aussagen gemacht werden: In den Naturschutzgebieten sind die im Mittel bezahlten Beträge in etwa gleich hoch. Allerdings liegt der Stundenansatz beim Naturschutzgebiet Aletschwald (CHF 9.65) mehr als doppelt so hoch wie beim Schweizerischen Nationalpark (CHF 4.35), was auf die verhältnismässig kürzere Exkursionsdauer im Aletschwald – beziehungsweise die längere Exkursionsdauer im Nationalpark – zurückzuführen ist, und bewirkt, dass die direkte Wertschöpfung pro Zeiteinheit im Aletschwald grösser ist. Die unterschiedliche Exkursionsdauer kann damit begründet werden, dass im Aletschwald die Exkursionsrouten kürzer sind als im Nationalpark und im Nationalpark neben dem Beobachten von Wildtieren auch das Wandern als Hauptmotiv der Nationalparkbesucher berücksichtigt wird.

Der tiefe Stundenansatz bei den Tourismusorten (CHF 3.55) ist auf den tiefen bezahlten Durchschnittsbetrag zurückzuführen und bewirkt, dass die direkte Wertschöpfung pro Zeiteinheit vergleichsweise klein ist.

**Tab. 4:** Im Durchschnitt bezahlter Betrag, Exkursionsdauer, abgeleiteter Stundenansatz sowie Ausbildungsprofile der Leiter | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | 2009

Untersuchungsraum	Durchschnittlich bezahlter Betrag in CHF	Durchschnittliche Exkursionsdauer in Stunden	Abgeleiteter Stundenansatz in CHF/Stunde	Ausbildungsprofil der Leiter in Bezug auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen
Gesamterhebung	28.05	ca. 5.5	5.10	Ausbildungsprofil siehe unten:
Nationalpark	32.60	ca. 7.5	4.35	Ausgebildet: Interne Ausbildung als Exkursionsleiter; externe Ausbildung als Wanderleiter, Jäger, Wildhüter
Aletschwald	33.85	ca. 3.5	9.65	Ausgebildet: Interne Ausbildung als Exkursionsleiter; viele bringen naturwissenschaftliches Studium mit (z.B. Biologiestudium)
Tourismusorte	17.70	ca. 5.0	3.55	Zum Teil ausgebildet: Alle sind Wissensträger ihrer Region, einige mit Ausbildung zum Jäger, wenige mit Ausbildung zum Wanderleiter oder Wildhüter

Während die Ausbildungsprofile der Exkursionsleiter im Zusammenhang mit Wildtierbeobachtungs-Exkursionen in den beiden Naturschutzgebieten ähnlich sind und relativ hohe Standards setzen, kann an das Ausbildungsprofil der Exkursionsleiter in den Tourismusorten insgesamt eine geringere Anforderung festgestellt werden. Diese Feststellung lässt allerdings keine Rückschlüsse auf die Qualität der jeweiligen Exkursionen zu. Denn diese ist vor allem aus Sicht des Gastes zu beurteilen, und dazu wurden keine Daten erhoben. Aufgrund der Rückmeldungen der Teilnehmenden kann die Zufriedenheit bei allen Untersuchungsgebieten als gleich gross betrachtet werden, und diese Zufriedenheit (vgl. Abschnitt

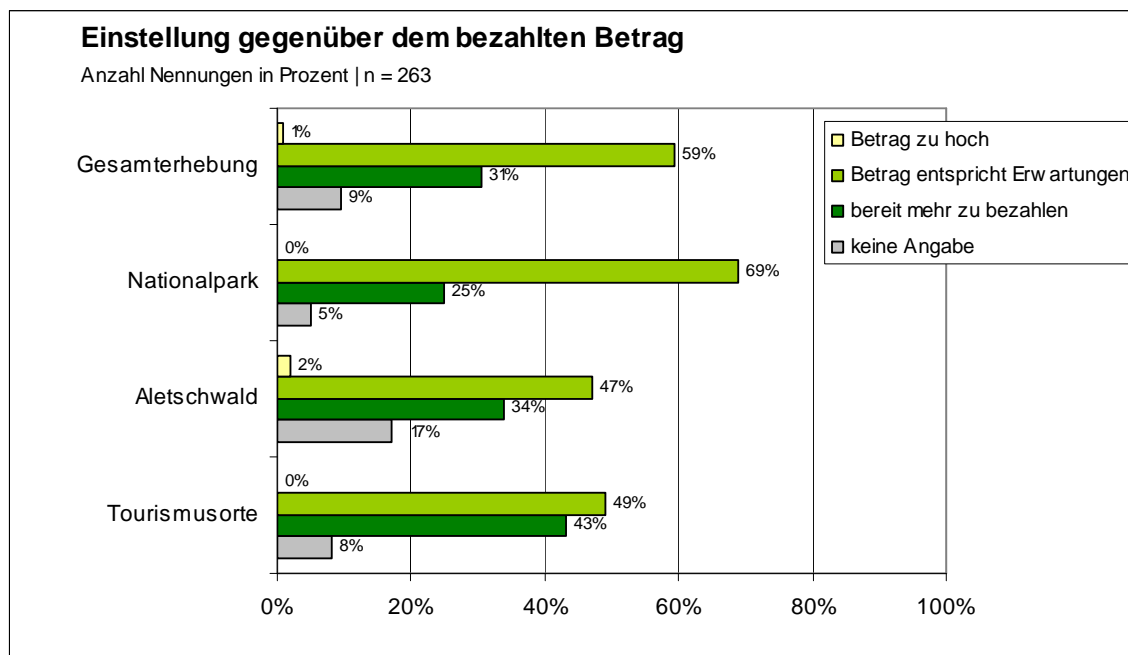
„Zufriedenheit der Teilnehmenden“ unter Kapitel 3.1.2.2, Seite 32) ist im Wesentlichen auf die Informationen und die Erfahrung der Exkursionsleiter sowie auf die Tierbeobachtungen zurückzuführen.

Die Beträge, die die Teilnehmenden für das Wildtierbeobachtungs-Angebot in den einzelnen Untersuchungsräumen bezahlt haben – und ihre Einstellung dazu –, sind aus den detaillierten Tabellen im Anhang A, Tab. III, Tab. IV und Tab. V zu entnehmen.

### Einstellung gegenüber bezahltem Betrag und Begründung

Im Bezug auf den bezahlten Betrag für das Wildtierbeobachtungs-Angebot, gaben fast 60 Prozent der Teilnehmenden an, der Betrag entspreche ihren Erwartungen, und über 30 Prozent sind bereit, mehr für das Angebot zu bezahlen.

Innerhalb der einzelnen Untersuchungsräume ist die Bereitschaft, mehr zu bezahlen, in den Tourismusorten mit 43 Prozent am grössten. Das kann daran liegen, dass die verlangten Beträge in den Tourismusorten überdurchschnittlich tief sind.



**Abb. 6:** Einstellung der Exkursionsteilnehmenden gegenüber dem bezahlten Betrag | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

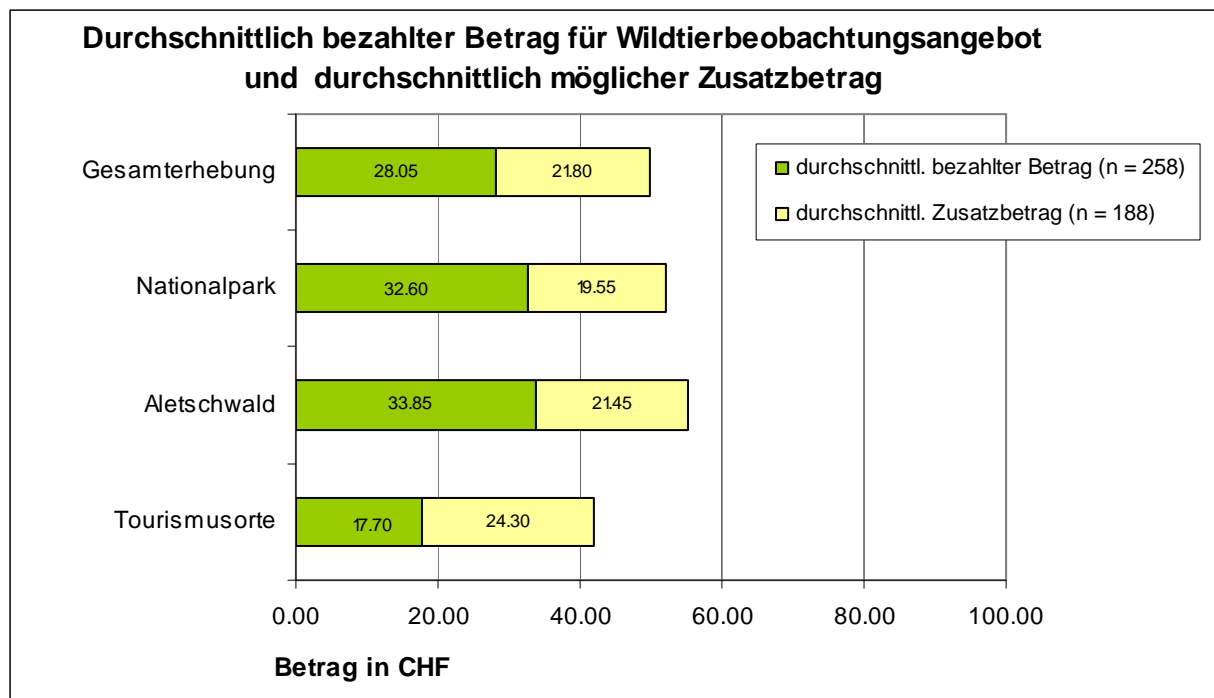
27 Prozent der Befragten sind bereit mehr zu bezahlen, wenn damit der Erhalt der in der Gegend vorkommenden Tierarten gewährleistet ist. Ergänzend dazu kommen die drei Prozent jener, die den Schutz einzelner Tierarten als Grund angeben. Für je einen Fünftel machen die überdurchschnittlichen Leistungen des Wildtierbeobachtungs-Angebots (21%) und die Tatsache, dass die Gegend ein Schutzgebiet ist (20%), die Bereitschaft aus, mehr für ein solches Angebot zu bezahlen. Das Beobachten von vielen unterschiedlichen Tierarten ist für 13 Prozent ein Grund, mehr zu bezahlen.

Weitere Gründe, einen höheren finanziellen Beitrag zu leisten, sind vereinzelt angemerkt und unter dem Begriff *anderes* zusammengefasst. Hier ein paar Beispiele: weil ... *"ich diese Art Tourismus perfekt finde"*, *"solche Führungen für die Führer finanziell einigermaßen interessant sein sollten"*, *"es mir prima gefallen hat"*, *"kleinere Gruppen"*.

### Wie viel mehr sind die Gäste bereit zu bezahlen?

Den Teilnehmenden wurde die Frage gestellt, welchen Betrag sie bereit wären *mehr* zu bezahlen, wenn es auf der Wildtierexkursion möglich wäre, mindestens vier für sie attraktive Tierarten mit grosser Wahrscheinlichkeit beobachten zu können. Diese Frage wurde absichtlich etwas provokativ formuliert, da sie zum Ziel hat, die obere Grenze der finanziellen Leistungsbereitschaft der Teilnehmenden herauszubilden.

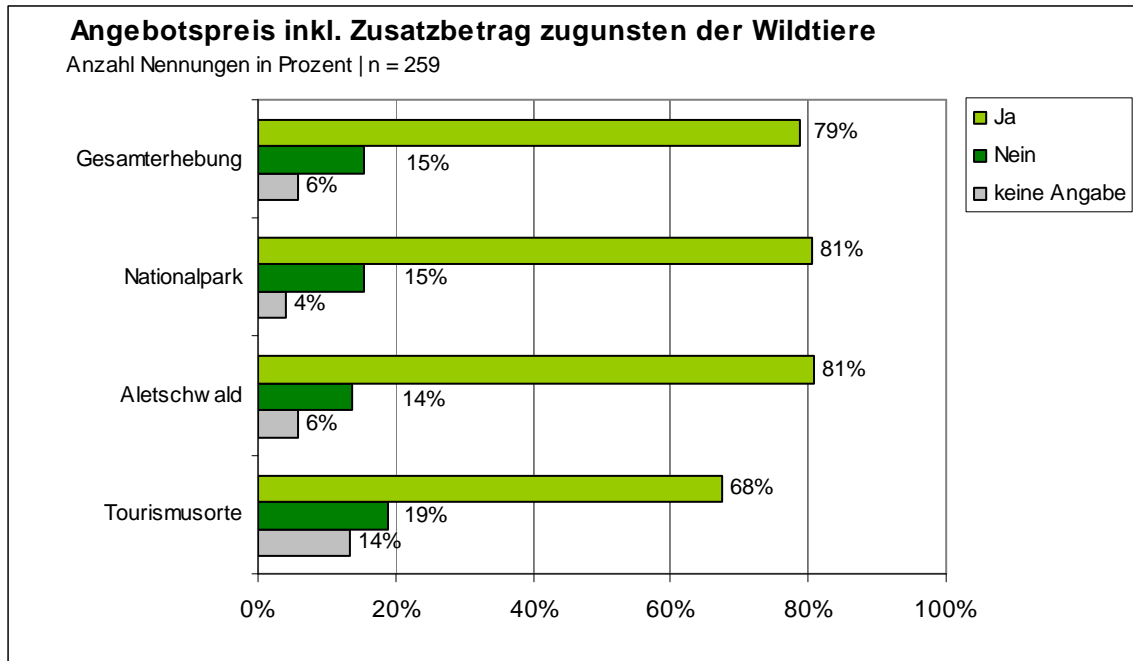
Wie Abb. 7 zeigt, sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bereit, für ein attraktives Wildtierbeobachtungs-Angebot deutlich mehr zu bezahlen: Für die Gesamterhebung konnte auf einen durchschnittlich bezahlten Betrag von CHF 28.05 ein durchschnittlicher Zusatzbetrag von CHF 21.80 ermittelt werden, was einer Zunahme von 78 Prozent des bezahlten Betrags entspricht. Der in den Tourismusorten ermittelte Zusatzbetrag ist mit 137 Prozent sogar deutlich höher als die im Durchschnitt effektiv berappte Exkursionsgebühr. Das liegt wohl wiederum daran, dass der dort durchschnittlich bezahlte Betrag von CHF 17.70 im Vergleich zum Schweizerischen Nationalpark (CHF 32.60) und zum Naturschutzgebiet Aletschwald (CHF 33.85) überdurchschnittlich tief ist. Beim Nationalpark macht der Zusatzbetrag 60 Prozent, beim Aletschwald 63 Prozent des bezahlten Betrags aus.



**Abb. 7:** Durchschnittlich bezahlter Betrag für Wildtierbeobachtungs-Angebot und durchschnittlich möglicher Zusatzbetrag | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

### Angebotspreis inklusive Unterstützungsbeitrag zugunsten der Wildtiere

Eine grosse Mehrheit (79%) befürwortet den Vorschlag, dass im Preis des Wildtierbeobachtungs-Angebots automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere enthalten sein soll.



**Abb. 8:** Angebotspreis inkl. Unterstützungsbeitrag für Wildtiere Ja/Nein | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

Damit belegen die befragten Teilnehmer deutlich, dass sie ein lokales Projekt zugunsten der Wildtiere finanziell unterstützen wollen. Gleichzeitig ist die Befürwortung eines integrierten und nach aussen hin kommunizierten Unterstützungsbeitrages dort grösser (Nationalpark und Aletschwald), wo der Naturschutz bereits seit längerer Zeit eine wichtige Rolle spielt. Möglicherweise hängt dies damit zusammen, dass Naturschutzgebiete auch eher ein spezifisches Publikum anziehen.



### 3.2 Umfrage bei den Tourismusorganisationen und Anbietern

Ziel
<p>Erkenntnisse über die touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten gewinnen.</p> <p>a) Angebot: Wie viele Angebote sind vorhanden? Wie lange bestehen sie bereits? Zu welcher Jahreszeit werden sie angeboten? Wie oft werden sie durchgeführt im Jahr? Wie lange dauern sie und welche Mindest- und Höchstteilnehmerzahlen werden festgelegt? Wer sind die Exkursionsleiterinnen und -leiter? Wie sieht es mit den Entschädigungen, Zahlungsmodalitäten, Preisen und dem Angebotserfolg aus? Können Aussagen zur direkten Wertschöpfung gemacht werden? Werden Bilder von Wildtieren für die Kommunikation eines Tourismusortes verwendet?</p> <p>b) Nachfrage: Wie hoch ist die Teilnehmerzahl im Durchschnitt? Wie hat sich die Nachfrage in den letzten zehn Jahren entwickelt?</p> <p>c) Touristisches Engagement für die Wildtiere: Soll der Tourismus ein lokales oder regionales Projekt zugunsten der Wildtiere unterstützen? Sollen die Preise einen Beitrag zugunsten der Wildtiere beinhalten?</p> <p>Es besteht kein Anspruch, die touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in ihrem ganzen Umfang zu ermitteln. Auch auf die Wertschöpfung wird nicht explizit eingegangen, diese erfordert eine eigene Arbeit dazu.</p>
Methode
Umfrage bei allen Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden.
Untersuchungsraum
Aus praktischen und zeitlichen Gründen Einschränkung auf den Kanton Graubünden. Da die Erhebung bei den TN von Wildtierbeobachtungen ebenfalls grösstenteils im Kanton Graubünden stattfindet, können bereits bestehende Kontakte genutzt werden.
Stichprobe
<p>Alle 18 Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden, die in ihrem Ort oder in ihrer Region organisierte Wildtierbeobachtungen anbieten.</p> <p>Der Schweizerische Nationalpark wurde ebenfalls befragt und fliesst bei Bedarf in die Auswertung mit ein.</p>
Art der Datenerhebung
<p>Die Datenerhebung erfolgte in zwei Schritten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telefonische Kontaktaufnahme mit allen Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden, um festzustellen, ob der Tourismusort Wildtierbeobachtungen anbietet oder nicht.</li> </ul> <p>Schriftliche Befragung all jener Tourismusorganisationen, die organisierte Wildtierbeobachtungen im Angebot haben. Der Fragebogen wurde via E-Mail verschickt, digital ausgefüllt und wieder zurückgesendet. In den meisten Fällen wurde der Fragebogen von den Tourismusorganisationen und den Exkursionsleitern gemeinsam ausgefüllt.</p> <p>Auch diese Untersuchungsvariante ist relativ kostengünstig und leicht praktikabel.</p>

<b>Fragebogen</b>
Musterexemplar siehe Anhang B, 1) „Fragebogen“
<b>Untersuchungsgegenstände</b>
<p>a) Angebot: Anzahl; Bestehen; Jahreszeit; Anzahl Durchführungen im Jahr; Exkursionsdauer; Mindest- und Höchstteilnehmerzahlen; Exkursionsleiterinnen und -leiter; Entschädigung; Zahlungsmodalitäten; Preise; Angebotserfolg; direkte Wertschöpfung; Kommunikationsrelevanz;</p> <p>b) Nachfrage: Durchschnittliche Teilnehmerzahl; Entwicklung der Nachfrage;</p> <p>c) Touristisches Engagement für die Wildtiere: Haltung gegenüber Unterstützung von Projekten zugunsten der Wildtiere sowie Preisgestaltung inkl. Beitrag zugunsten der Wildtiere</p>
<b>Zeitraum der Untersuchung</b>
Mai bis November 2009
<b>Aussagekraft der Untersuchung</b>
Da es sich um eine Vollerhebung handelt, ist die Erhebung statistisch gesehen repräsentativ für den Kanton Graubünden, aber nicht für die anderen Kantone.
<b>Auswertung</b>
Die Auswertung erfolgt anhand des Programms <i>Microsoft Office Excel 2003</i> .

### 3.2.1 Ergebnisse

#### Bestehende Wildtierbeobachtungs-Angebote im Kanton Graubünden

Im Zuge der Bündner Tourismusreform wurden in allen Regionen des Kantons Graubünden neue Strukturen gebildet und damit 21 neue übergeordnete Tourismusorganisationen geschaffen. Diese sind für das Marketing ihrer jeweiligen Ferienregion verantwortlich. Die bisherigen Tourismusorganisationen bleiben aber zum grössten Teil bestehen und übernehmen nach wie vor die Aufgabe der Gästeinformation vor Ort. Es gibt auch Tourismusorganisationen, die sich sowohl um das Marketing als auch um die Gästeinformation kümmern und den Namen beibehalten haben (CAFLISCH 2008).

Der Strukturbildungsprozess im Kanton Graubünden ist derzeit noch nicht abgeschlossen. Daher zeigt die folgende Tabelle eine aktuelle Übersicht zu den 21 übergeordneten Tourismusorganisationen (Angaben vom Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden), denen die insgesamt 18 einzelnen Tourismusorganisationen oder Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten zugeordnet sind.

**Tab. 5:** Die über- und zugeordneten Tourismusorganisationen und die Anzahl Wildtierbeobachtungs-Angebote | Erhebung im Kanton Graubünden | 2009 (Angaben vom Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden/Stand 15.10.2009\*)

Nr.	Übergeordnete Tourismusorganisationen*	Einzelne Tourismusorganisationen/Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten	Anzahl Wildtierbeobachtungsangebote
1	Tourismusorganisation Engadin St. Moritz	Pontresina Tourist Information Zuoz Tourist Information	2
2	Prättigau Tourismus GmbH		0
3	Erfahrungsreich Viamala	Gästeinformation Splügen/Rheinwald Gästeinformation Avers Center da Capricorns   Wergenstein Gästeinformation Thusis   Aclas Heinzenberg	4
4	Ente Turistico Valposchiavo		0
5	Bregaglia		0
6	Davos Destinations-Organisation	Davos Destinations-Organisation	1
7	Savognin Tourismus im Surses	Savognin Tourismus im Surses	1
8	Lenzerheide Tourismus	Lenzerheide Tourismus	1
9	Tourismusorganisation Nationalparkregion	Engadin Scuol Tourismus AG Turissem Val Müstair	2
10	Samnaun Tourismus	Samnaun Tourismus	1
11	Surselva Tourismus AG	Ferienregion Brigels-Waltensburg-Andiast Verkehrsverein Obersaxen	2
12	Bergün/Filisur Tourismus	Bergün/Filisur Tourismus	1
13	Kreis Maienfeld		0
14	Schanfigg Tourismus	Pro Tschierschen	1
15	Chur Tourismus		0
16	Arosa Tourismus		0
17	Flims Laax Falera Tourismus AG		0
18	Sedrun Disentis Tourismus	Sedrun Disentis Tourismus	1
19	San Bernardino Vacanze		0
20	Pro Safiental/Tourismus Safiental		0
21	Tourismusinformation Visit Vals	Tourismusinformation Visit Vals	1

Ebenfalls befragt wurden der Schweizerische Nationalpark und der Regionale Naturpark Ela. Deren Angaben fliessen teilweise in die Auswertung mit ein.

Zum korrekten Verständnis der Ergebnisse sind folgende Punkte zu beachten:

- Der Regionale Naturpark Ela bietet keine eigenen Wildtierbeobachtungen an, sondern unterstützt jene von *Bergün/Filisur Tourismus* und *Savognin Tourismus im Surses*. Der Verein Parc Ela nimmt daher nur zu den Fragen rund um das touristische Engagement Stellung.
- Das Maiensässresort *Aclas Heinzenberg* hat im Sommer 2009 begonnen Wildtierbeobachtungen anzubieten. Seine Angaben, die ich durch die *Gästeinformation Thusis, Heinzenberg, Domleschg, Feldis, Mutten* erhalten habe, fliessen daher nur zum Teil in die Auswertung mit ein. Für die Arbeit habe ich die beiden Namen auf die Bezeichnung *Gästeinformation Thusis | Aclas Heinzenberg* reduziert.
- Den Namen *Gästeinformation Splügen/Rheinwald, Andeer, Avers, Zillis-Schamserberg* habe ich für die Arbeit auf *Gästeinformation Splügen/Rheinwald* verkürzt.

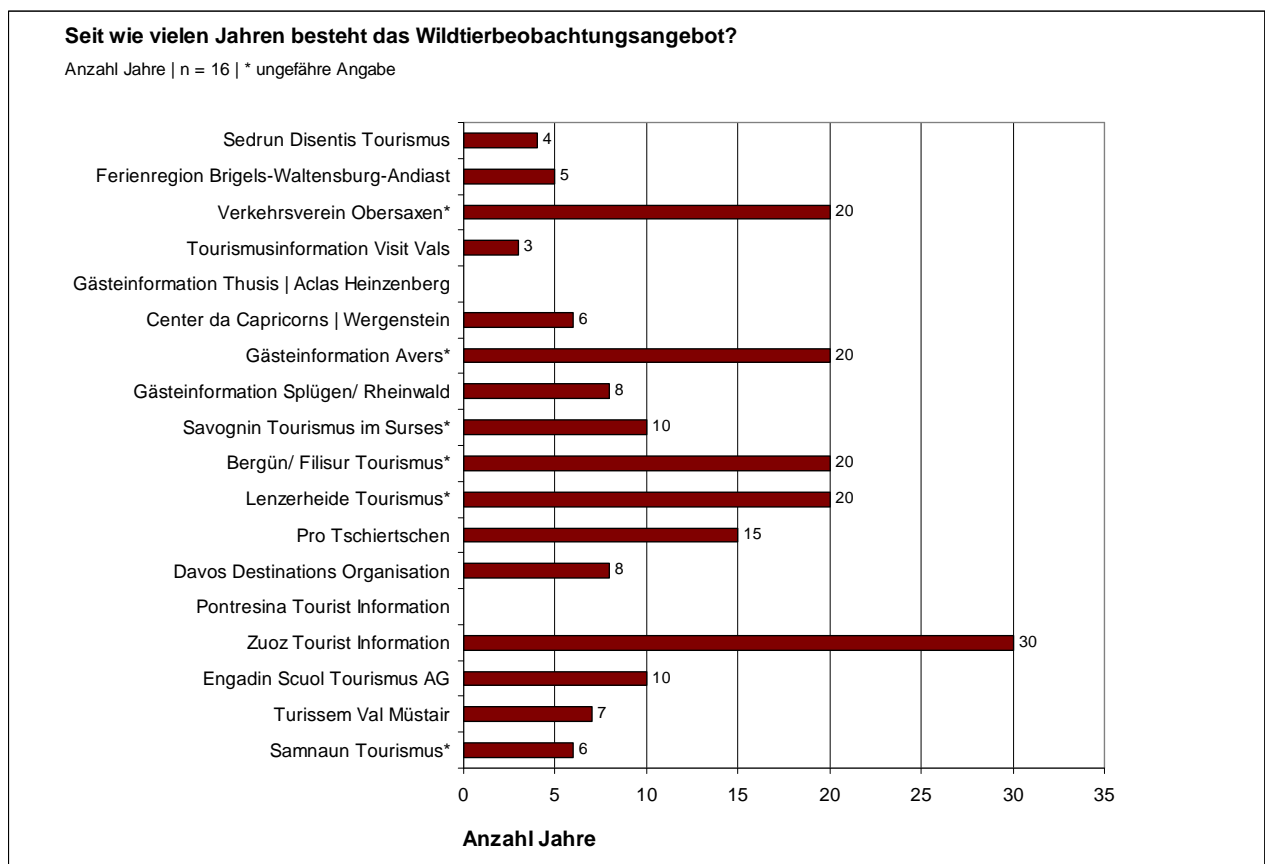
- Das *Center da Capricorns* in Wergenstein ist ein einzelner Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten im Val Schons und ist dem *Erfahrungsreich Viamala* zuzuordnen.

### 3.2.1.1 Angebot

Im Kanton Graubünden bieten insgesamt 18 Tourismusorganisationen und einzelne Anbieter sowie der Schweizerische Nationalpark organisierte Wildtierbeobachtungen an. Die Wildtierbeobachtungs-Angebote zeigen Unterschiede in ihrem Bestehen, in Bezug auf die Jahreszeit, in der Anzahl Durchführungen, in der Exkursionsdauer und Gruppengrösse und auch in Bezug auf Bezahlung und Preis. Die nachstehenden Ergebnisse geben Auskunft über die Ausgestaltung der Wildtierbeobachtungs-Angebote verschiedener Anbieter im Kanton Graubünden.

#### Bestehen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten

Ungefähr die Hälfte der befragten Tourismusorganisationen kann in Folge von Wechsel bei Mitarbeitern und Exkursionsleitern keine genauen Angaben zum Bestehen ihres Wildtierbeobachtungs-Angebots machen. Ihre Antworten haben sie deshalb mit einem *circa* versehen, was in der folgenden Abbildung durch das Sternchen sichtbar wird. Die *Gästeinformation Thusis | Aclas Heinzenberg* und *Pontresina Tourist Information* können keine Angaben dazu machen.



**Abb. 9:** Bestehen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

Die Auswertung der angegebenen Zahlen hat ergeben, dass im Kanton Graubünden seit durchschnittlich zwölf Jahren Wildtierbeobachtungen angeboten werden. Die Spannweite liegt zwischen drei und 30 Jahren. Der Schweizerische Nationalpark hat Wildtierbeobachtungs-Exkursionen seit zwölf Jahren im Angebot.

**Anzahl Angebote pro Jahreszeit**

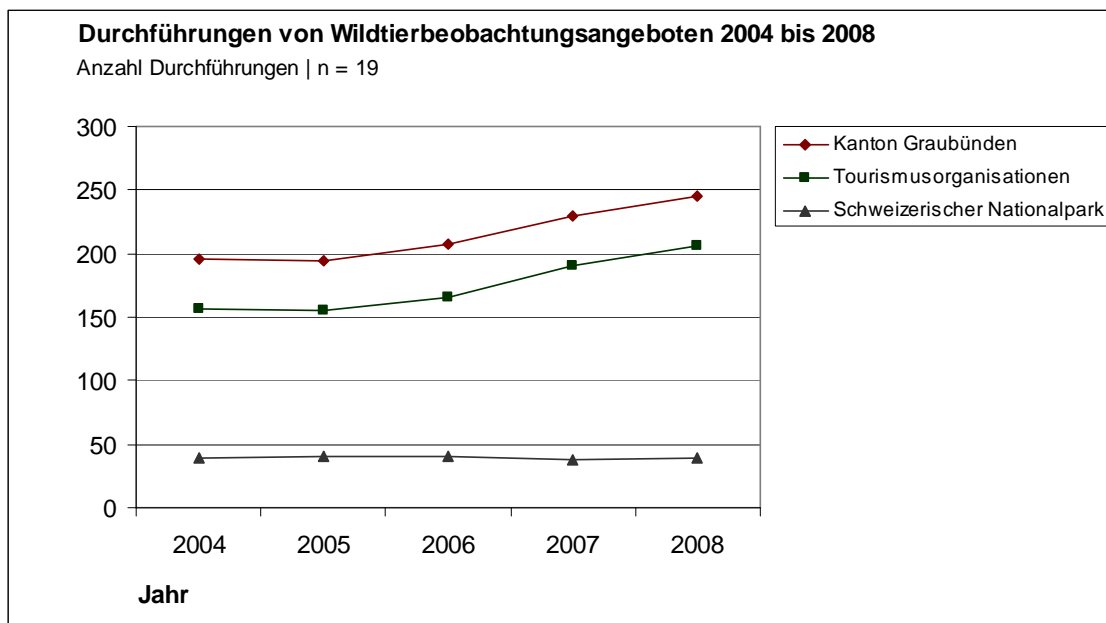
Alle 18 Tourismusorganisationen bieten Wildtierbeobachtungen im Sommer an, neun im Herbst, vier im Frühling und drei im Winter. Die Hälfte bietet das Angebot in mehr als nur einer Jahreszeit an, zumeist im Sommer und Herbst. Auch der Nationalpark bietet seine Wildtierexkursionen im Sommer und Herbst an.

**Anzahl Durchführungen im Jahr**

In den letzten fünf Jahren sind pro Tourismusorganisation und Jahr durchschnittlich elf Wildtierbeobachtungs-Angebote durchgeführt worden. Die Spannweite zwischen den einzelnen Tourismusorganisationen liegt zwischen drei und 29 Durchführungen im Jahr.

Im Schweizerischen Nationalpark werden organisierte Wildtierbeobachtungen von Juni bis Oktober regelmässig zwei Mal wöchentlich angeboten und beinahe jedes Mal durchgeführt. Wie aus der folgenden Tabelle zu entnehmen ist, blieb die Anzahl durchgeführter Wildtierbeobachtungs-Angebote im Nationalpark zwischen 2004 und 2008 sozusagen unverändert und lag bei durchschnittlich 39 pro Jahr.

Die Zahl der Durchführungen von organisierten Wildtierbeobachtungen bei den Tourismusorganisationen hat demgegenüber in den letzten fünf Jahren zugenommen. Die Zunahme zwischen den Jahren 2004 und 2008 beträgt 31 Prozent.



**Abb. 10:** Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den Jahren 2004 bis 2008 | Erhebung bei Tourismusorganisationen und beim Nationalpark im Kanton Graubünden | 2009

---

### **Exkursionsdauer**

Die von den Tourismusorganisationen angebotenen Wildtierbeobachtungs-Exkursionen dauern im Durchschnitt etwas über vier Stunden, wobei die kürzeste eine Dauer von eineinhalb und die längste eine Dauer von etwa sechs Stunden aufweist. Im Schweizerischen Nationalpark dauern die meisten Exkursionen sechs bis sieben Stunden.

### **Mindest- und Höchstteilnehmerzahlen**

Die Tourismusorganisationen haben für ihre Wildtierbeobachtungs-Angebote eine Mindestteilnehmerzahl von durchschnittlich drei und eine Höchstteilnehmerzahl von durchschnittlich 18 Gästen festgelegt. Im Einzelnen betrachtet, bewegen sich die angegebenen Mindestteilnehmerzahlen von ein bis acht Personen und die angegebenen maximalen Teilnehmerzahlen von acht bis 30 Personen, wobei vier Anbieter gegen oben *unbegrenzt* angaben. Im Schweizerischen Nationalpark liegt die Gruppengrösse bei mindestens fünf und maximal 25 Personen.

### **Exkursionsleiterinnen und -leiter**

Die Leiter von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen stammen vorwiegend aus der Gegend. Einige Exkursionsleiter sind bereits pensioniert, andere sind von Beruf beispielsweise Förster, Schreiner, Elektriker oder gar ausgebildete Wildhüter oder Wanderleiter. Unter den Exkursionsleitern hat es auch viele passionierte Jäger.

### **Entschädigung der Exkursionsleiter und Zahlungsmodalitäten**

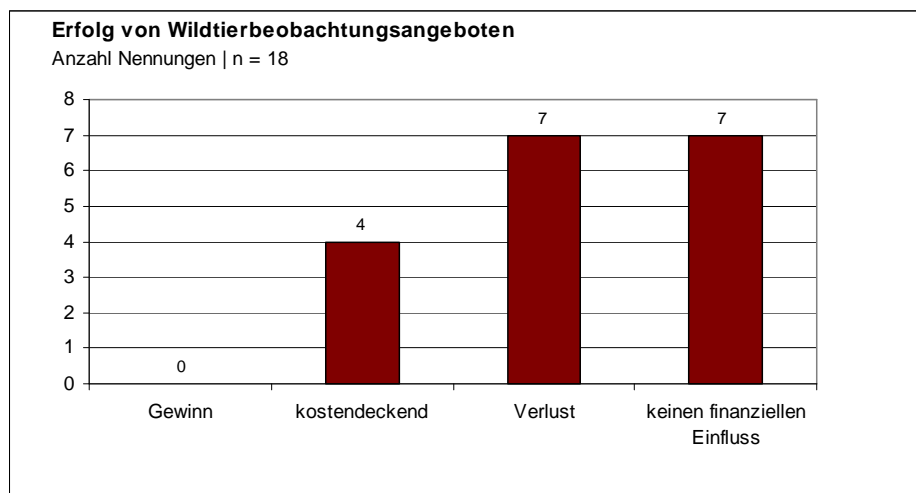
Zehn Tourismusorganisationen bezahlen ihren Exkursionsleitern eine Pauschale pro Exkursion, die sich zwischen CHF 60.- und CHF 330.- bewegt. Unter Berücksichtigung der Exkursionsdauer ergeben sich daraus Stundenansätze, die von CHF 22.- bis CHF 75.- reichen. Bei vier Tourismusorganisationen werden die Wildtierbeobachtungs-Angebote von den Exkursionsleitern ehrenamtlich durchgeführt, oder sie erhalten einen kleinen Beitrag an die anfallenden Spesen. Bei drei Tourismusorganisationen erhalten die Exkursionsleiter die Bezahlung direkt von den Gästen. Und in einem Fall ist es gar ein Mitarbeiter der Tourismusorganisation selbst, der für das Leiten unterschiedlicher Exkursionen – darunter auch geführter Wildtierbeobachtungen – angestellt ist.

### **Angebotspreise**

Sechs Tourismusorganisationen bieten ihren Gästen das Wildtierbeobachtungs-Angebot gratis an. Die anderen zwölf verlangen für das Angebot zwischen CHF 5.- und CHF 45.- pro Teilnehmer. Darunter sind zwei Anbieter, die den Preis gegen Vorweisen einer «Gästekarte» (die in der Regel nur jene Gäste erhalten, die mindestens eine Übernachtung vor Ort gebucht haben) reduzieren und drei Anbieter, die Wildtierbeobachtungs-Exkursionen mit «Gästekarte» sogar gratis anbieten. Unter Berücksichtigung der Exkursionsdauer bezahlen die Teilnehmenden pro Stunde einen Betrag, der von gratis bis CHF 15.00 reicht und im Durchschnitt aller Tourismusorganisationen CHF 4.50 beträgt.

## Wirtschaftlicher Erfolg

Bei vier von 18 Tourismusorganisationen fällt das Wildtierbeobachtungs-Angebot kostendeckend aus. Dies gilt übrigens auch für den Nationalpark. Für sieben Anbieter bringen die Wildtierbeobachtungs-Angebote einen finanziellen Verlust, und für weitere sieben Tourismusorganisationen hat das Angebot keinen finanziellen Einfluss. Letzteres ist darauf zurückzuführen, dass der Exkursionsleiter entweder selber für die Einnahmen verantwortlich ist, oder dass er weder von der Tourismusorganisation noch vom Gast eine Entschädigung für die Exkursionsleitung verlangt. Keiner der Anbieter verzeichnet einen finanziellen Gewinn.



**Abb. 11:** Erfolg von Wildtierbeobachtungs-Angeboten | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

Im Gespräch mit einzelnen Kontaktpersonen aus den Tourismusorganisationen wurde allerdings deutlich, dass ein Wildtierbeobachtungs-Angebot zur Attraktivität der Angebotspalette beiträgt und der Gewinn sich in der Zufriedenheit der Gäste zeigt. Die Ausgaben für Wildtierbeobachtungs-Angebote werden als Investition in die Gästezufriedenheit und in das Image der Ferienregion angesehen und sozusagen auf dem «Marketingkonto» abgebucht.

## Positive Externe Effekte auf weitere Gewerbezweige

Auf die Frage, welche Branchen oder Leistungsträger regional von den Wildtierbeobachtungs-Angeboten profitieren, werden von den Tourismusorganisationen folgende bestätigt: Beherbergungsbetriebe, Transportbetriebe, Gastronomie, Gewerbe und die Landwirtschaft.

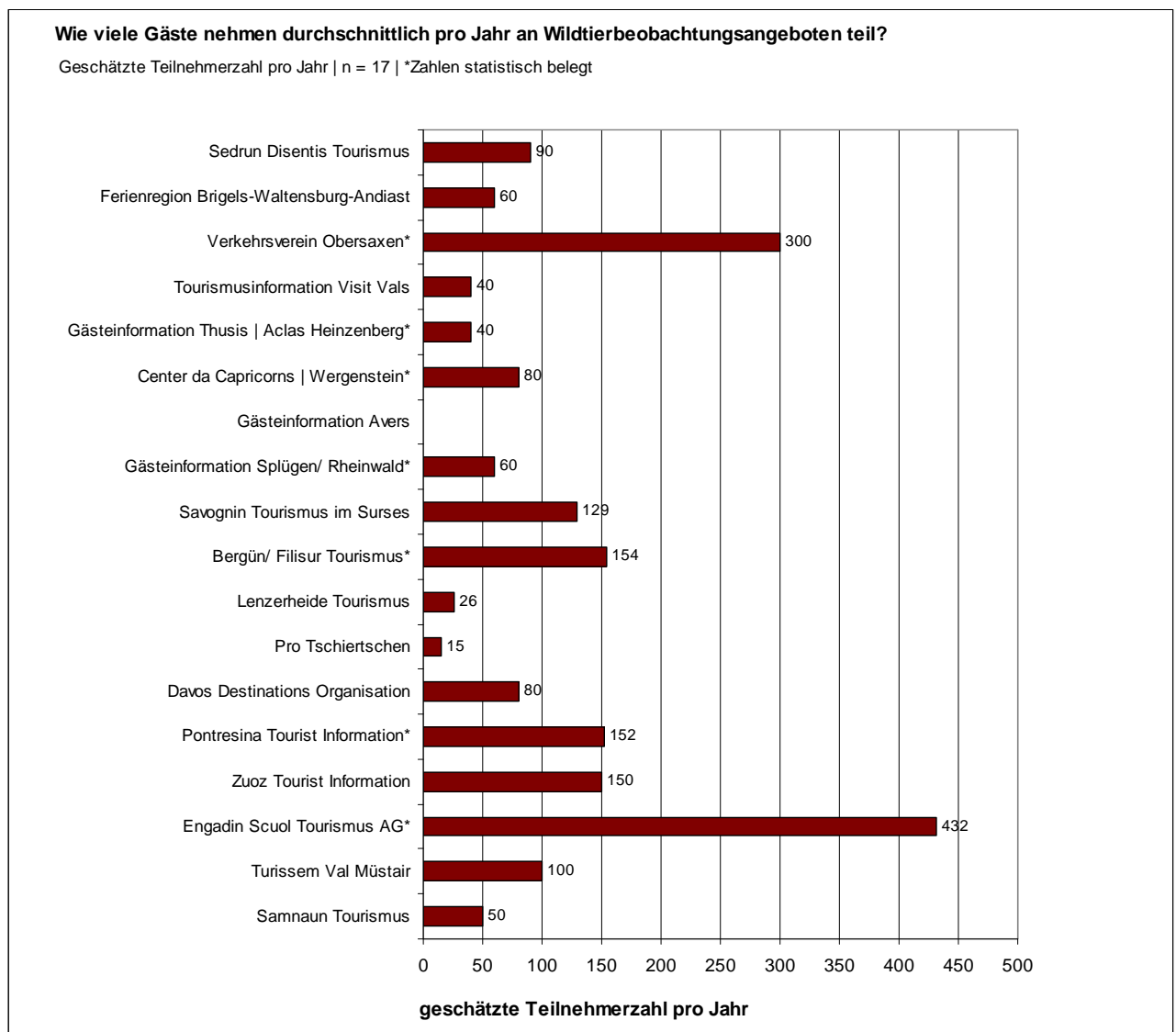
## Kommunikationsrelevanz

Zwei Drittel der Anbieter geben an, in ihrem Kommunikationsmaterial – das heisst auf ihren Imagebroschüren oder Internetseiten – Abbildungen von Wildtieren zu verwenden. Damit tragen die Wildtiere zur Imagebildung einer Destination bei. Um herauszufinden, wie stark sie das tun, bedarf es einer weiterführenden Analyse über Häufigkeit und Dominanz der verwendeten Tierbilder.

### 3.2.1.2 Nachfrage

#### Durchschnittliche Teilnehmerzahl

Die geschätzten jährlichen Teilnehmerzahlen (Einschätzung für 2008 und frühere Jahre) aller befragten Tourismusorganisationen ergeben zusammen rund 1960 Teilnehmer pro Jahr. Zählt man die 800 Teilnehmer des Nationalparks dazu, nehmen pro Jahr im Kanton Graubünden aktuell etwa 2760 Personen an Wildtierbeobachtungs-Angeboten teil.



**Abb. 12:** Durchschnittliche Teilnehmerzahlen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten pro Jahr | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

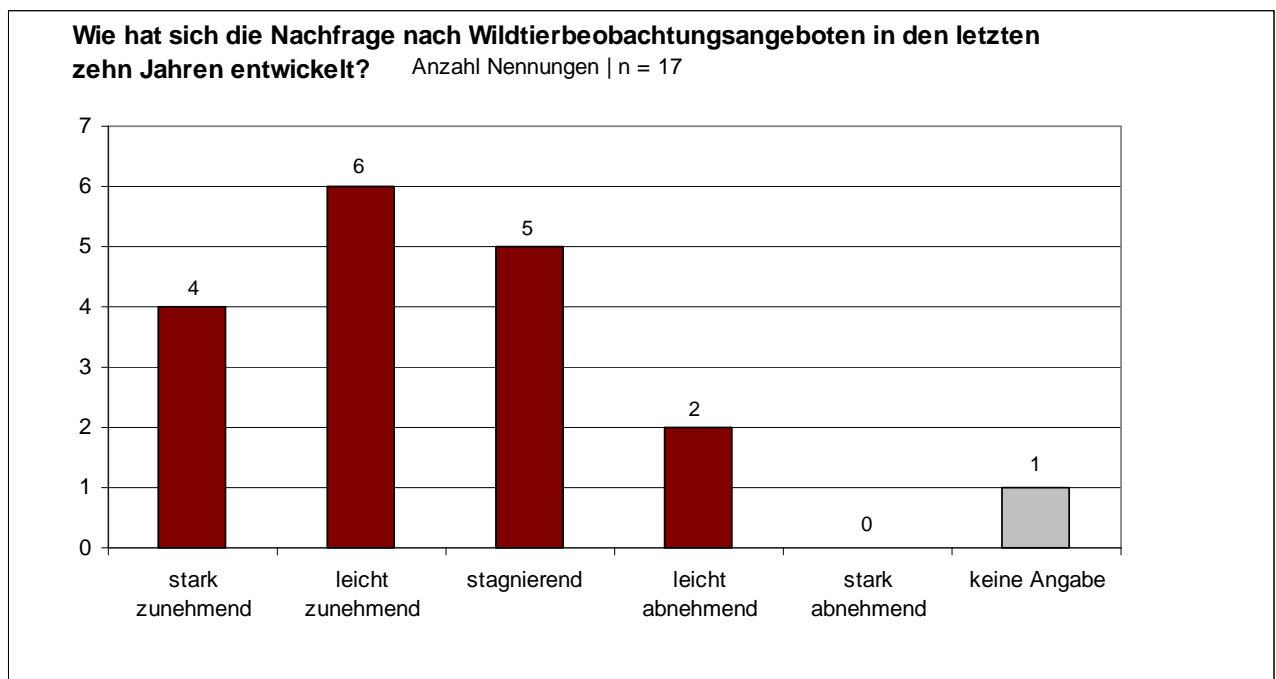
Auffallend viele Teilnehmer können die Tourismusorganisationen *Verkehrsverein Obersaxen* und *Engadin Scuol Tourismus AG* verzeichnen. Diese hohen Teilnehmerzahlen sind mit grosser Wahrscheinlichkeit darauf zurückzuführen, dass die natur- und kulturnahen Angebote – darunter auch Wildtierbeobachtungs-



Exkursionen – verhältnismässig stark ausgearbeitet und entsprechend nach aussen hin kommuniziert werden. Der *Verkehrsverein Obersaxen* beschäftigt einen Mitarbeiter, der als Exkursionsleiter die verschiedenen natur- und kulturnahen Angebote vor Ort durchführt. Bei *Engadin Scuol Tourismus AG* ist ebenfalls eine Mitarbeiterin ausschliesslich für die Planung, Organisation, Vermarktung und Durchführung der natur- und kulturnahen Angebote zuständig.

### Entwicklung der Nachfrage in den letzten zehn Jahren

Vier von 18 Tourismusorganisationen geben an, dass die Entwicklung der Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den letzten zehn Jahren oder seit dem Bestehen des Angebots stark, d.h. mehr als fünf Prozent, zugenommen hat. Sechs Tourismusorganisationen verzeichnen eine leichte Zunahme der Nachfrage. Bei fünf Tourismusorganisationen ist die Nachfrage stagnierend und bei zweien leicht abnehmend. Eine starke Abnahme der Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten von mehr als fünf Prozent hat keine der Tourismusorganisationen angegeben.



**Abb. 13:** Entwicklung der Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den letzten zehn Jahren oder seit Bestehen des Angebots | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

Im Schnitt hat die Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten bei den Tourismusorganisationen in den letzten zehn Jahren leicht zugenommen. Dieser Entwicklung schliesst sich auch der Nationalpark an.

Auf die Frage, ob neben Wildtierbeobachtungs-Angeboten noch weitere naturnahe Angebote bestehen, antworten 14 Tourismusorganisationen mit Ja und drei mit Nein bei einer Enthaltung.

Die Tourismusorganisationen geben zudem an, welche naturnahen Angebote besser besucht werden als organisierte Wildtierbeobachtungen. Dazu zählen beispielsweise: Goldwaschen, Kristallsuchen,

Alp-/Alpweiden- und Waldführungen, Kräuterwanderungen, Pflanzenführungen, Dorfbesichtigungen, Gletscherpfad und Fischen im See. Jene naturnahen Angebote, die gleich oder weniger gut besucht werden, sind im Anhang B, Tab. VI aufgeführt.

### Direkte Wertschöpfung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten

Um eine ungefähre Grössenordnung der direkten Wertschöpfung aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten im Kanton Graubünden zu erhalten, wurden die von den einzelnen Anbietern angegebenen Zahlen verwendet (zum Teil Schätzungen und Annahmen; Zahlenmaterial, das sich auf das Jahr 2008 oder älter bezieht). Die Berechnung zur direkten Wertschöpfung erfolgt nach KASPAR (1996) und ergibt sich aus Umsatz abzüglich Vorleistungen. Unter der Annahme dass die Vorleistungen vernachlässigbar klein sind, erfolgt die Berechnung der direkten Wertschöpfung (Umsatz) aus der Multiplikation der Teilnehmerzahl mit dem Angebotspreis.

Die direkte Wertschöpfung aus den von den Tourismusorganisationen angebotenen Wildtierbeobachtungs-Angeboten im Kanton Graubünden fällt verhältnismässig gering aus und liegt insgesamt schätzungsweise bei rund CHF 27'000. Dabei sind grosse Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern festzustellen. Die Zahlen schwanken zwischen CHF 335.- und CHF 12'528.

**Tab. 6:** Geschätzte direkte Wertschöpfung (Umsatz abzüglich Vorleistungen; Annahme: Vorleistungen vernachlässigbar klein), die Geschätzten Teilnehmerzahlen betreffen die Jahre 2008 und älter | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

Nr.	Tourismusorganisation *Zahlen statistisch belegt	Preis pro Erwachsener in CHF	Geschätzte Teilnehmerzahl pro Jahr	Geschätzte direkte Wertschöpfung in CHF
1	Sedrun Disentis Tourismus	gratis	90	0
2	Ferienregion Brigels-Waltensburg-Andiast	12.00	60	720
3	Verkehrsverein Obersaxen	gratis	300*	0
4	Tourismusinformation Visit Vals	gratis	40	0
5	Gästeinformation Thusis   Aclas Heinzenberg	10.00	40*	400
6	Center da Capricorns   Wergenstein (Pauschale bis zu CHF 50.-/Exkursion; Annahme: 4 TN à CHF 12.50)	12.50	80*	1'000
7	Gästeinformation Avers (Pauschale CHF 50.-/Exkursion; Annahme: 4 TN à CHF 12.50)	12.50	Keine Angaben	-
8	Gästeinformation Splügen/Rheinwald	gratis	60*	0
9	Savognin Tourismus im Surses	25.00	129	3'225
10	Bergün/Filisur Tourismus	12.00	154*	1'848
11	Lenzerheide Tourismus	45.00	26	1'170
12	Pro Tschierschen	gratis	15	0
13	Destination Davos-Klosters	5.00	80	400
14	Pontresina Tourismus	gratis	152*	0
15	Zuoz Tourist Information	25.00	150	3'750
16	Engadin Scuol Tourismus AG	29.00	432*	12'528
17	Turissem Val Müstair	15.00	100	1'500
18	Samnaun Tourismus	6.70	50	335
	<b>Total</b>		<b>1'958</b>	<b>26'876</b>

*Engadin Scuol Tourismus AG* hat im Sommer 2009 die direkte Wertschöpfung aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten in analoger Berechnungsweise ermittelt und einen Wert von CHF 31'880 erhalten. Mit 1084 Teilnehmern konnten sie im Sommer ihre direkte Wertschöpfung im Vergleich zu den früheren Zahlen entsprechend mehr als verdoppeln. Die indirekte Wertschöpfung bei Hotellerie und Gastronomie in den Ausflugsgebieten schätzen sie auf CHF 1,5 Mio. Zu erwähnen ist, dass *Engadin Scuol Tourismus AG* sich in den letzten Jahren auf den natur- und kulturnahen Tourismus spezialisiert und sowohl personell als auch finanziell und bezüglich Know-how in die Angebotsgestaltung investiert hat.

Ein Vergleich der direkten Wertschöpfung aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten zwischen *Engadin Scuol Tourismus AG* und dem angrenzenden Schweizerischen Nationalpark lässt erkennen, dass Schutzgebiete für die Generierung von Wertschöpfung im naturnahen Tourismus eine wichtige Rolle spielen (BOLLIER 2009).

**Tab. 7:** Direkte Wertschöpfung aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten der Ferienregion Engadin Scuol Tourismus AG und des Schweizerischen Nationalparks | Erhebung Sommersaison 2009 | Quelle: BOLLIER (2009)

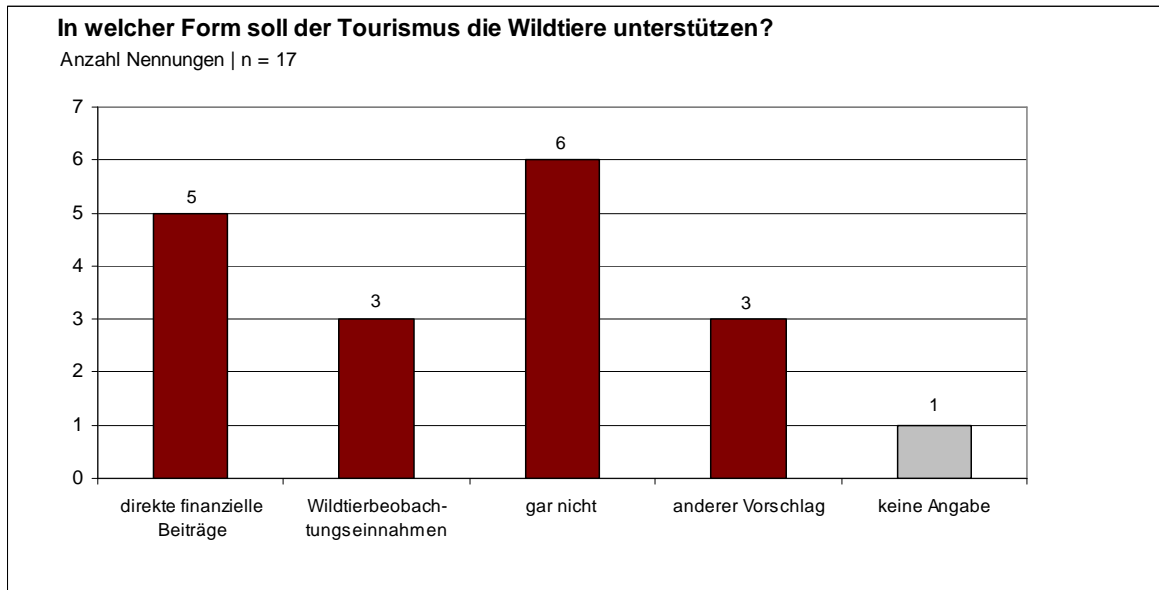
Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen	Direkte Wertschöpfung in CHF
Ferienregion Engadin Scuol Tourismus AG	31'880
Schweizerischer Nationalpark	73'750
<b>Ferienregion Engadin Scuol Tourismus und Schweizerischer Nationalpark</b>	<b>105'630</b>

### 3.2.1.3 Touristisches Engagement für die Wildtiere

#### Wie soll der Tourismus ein lokales oder regionales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere unterstützen?

Fünf Tourismusorganisationen haben sich für einen direkten finanziellen Beitrag entschieden. Das Argument, dass auch andere Freizeitaktivitäten sich auf die Wildtiere auswirken und letztendlich alle Touristen von den Wildtieren profitieren könnten, stand im Vordergrund. Drei Anbieter unterstützen den Vorschlag, ein lokales Projekt zugunsten der Wildtiere mit einem Teil der Einnahmen aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten zu finanzieren. Sechs Tourismusorganisationen sind der Ansicht, der Tourismus solle gar nicht, oder zumindest nicht finanziell, ein lokales Wildtier-Projekt unterstützen, mündliche Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeiten seien Beitrag genug. Drei Anbieter sehen die Tourismusorganisation als Marketingorganisation und schlagen vor, via Kommunikation, beispielsweise durch die Integration von Wildruhezonen-Übersichten in Prospekten, einen Beitrag zugunsten der Wildtiere zu leisten.

Der Verein Parc Ela macht den Vorschlag, den Umweltbildungs- und Sensibilisierungsaspekt in die Angebote einfließen zu lassen und diese, sowie allfällige Infrastrukturausbauten, naturverträglich zu gestalten.



**Abb. 14:** Vorschläge, wie der Tourismus die Wildtiere unterstützen soll | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

**Soll im Preis des Wildtierbeobachtungs-Angebots automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere enthalten sein und entsprechend kommuniziert werden?**

Fünf Tourismusorganisationen können sich mit dem Vorschlag anfreunden, den Preis so zu gestalten, dass darin automatisch ein gewisser Betrag für ein Projekt zugunsten der Wildtiere enthalten ist und dies gegen aussen entsprechend kommuniziert wird.

Gut zwei Drittel können diesen Vorschlag nicht unterstützen und argumentieren wie folgt:

- Die Tourismusorganisationen sollen die Wildtiere mit einem direkten finanziellen Beitrag unterstützen (1 Nennung). Der Nationalpark schliesst sich dieser Aussage an mit dem Argument, dass das Schutzprojekt auch Gästen zugute kommt, die kein Wildtierbeobachtungs-Angebot buchen.
- Das Angebot soll ein Gratisangebot bleiben (4 Nennungen).
- Der Preis lässt einen Beitrag für die Wildtiere nicht zu (1 Nennung).
- Ein Preisaufschlag würde von den Gästen nicht akzeptiert werden (2 Nennungen).
- Ein Preisaufschlag macht das Angebot weniger attraktiv (4 Nennungen).
- Die Finanzierung von Schutzprojekten muss über eine andere Schiene laufen (1 Nennung).

### 3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse und Fazit

Aus den Ergebnissen der beiden Umfragen lassen sich einige Schlussfolgerungen ziehen, welche als Ausgangspunkt für die weitere Diskussion der Thematik dienen können.

#### 3.3.1 Zielgruppe

Durch die Umfrage bei den erwachsenen Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten hat sich folgende Zielgruppe herauskristallisiert: Gäste aus der Schweiz, Erwachsene im Alter zwischen 40 und 64 Jahren und Familien. Diese Ergebnisse decken sich mit den zwei hauptsächlichen Zielgruppen des naturnahen Tourismus nach SIEGRIST et al. (2002): die «Inländischen Familien mit kleineren Kindern» und die «Schweizer Bevölkerung der über Fünfzigjährigen».

Dass die untersuchte Zielgruppe dem von SIEGRIST et al. (2002) beschriebenen naturnahen Touristen zugeordnet werden kann, zeigt nicht nur der hohe Teilnehmeranteil von 44 Prozent, der aktiv nach einem Wildtierbeobachtungs-Angebot gesucht hat, sondern auch die Bedeutung, welche sie Natur und Naturbeobachtungen beimisst sowie ihre Bereitschaft, für ein qualitativ gutes und nachhaltiges Angebot mehr zu bezahlen (siehe Abschnitt weiter unten „soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen“).

**Fazit:** Die befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Wildtierbeobachtungs-Angeboten können weitgehend den naturnahen Touristen nach SIEGRIST et al. (2002) zugeordnet werden. Die Bekundung der Teilnehmenden, durch ihre Mehrzahlungsbereitschaft auch den Wildtieren und ihren Lebensräumen etwas zurückgeben zu wollen, entspricht zudem der ethische und nachhaltigen Werthaltung des LOHAS-Konsumtyps nach WENZEL et al. (2007). Mit Bezug auf die Ergebnisse zur „soziokulturellen Bedeutung von Wildtierbeobachtungen“ (Abschnitt 3.3.3.) kann die Zielgruppe auch weitgehend mit den utilitaristischen, naturalistischen, ökologisch-naturwissenschaftlichen, ästhetischen, symbolischen und moralistischen Wertvorstellungen gegenüber der Natur und der darin enthaltenen lebenden Vielfalt nach KELLERT (1996) in Verbindung gebracht werden.

#### 3.3.2 Touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungen

##### Angebot

Das erste Wildtierbeobachtungs-Angebot im Kanton Graubünden entstand vor etwa 30 Jahren. Mittlerweile bieten 18 Tourismusorganisationen oder Anbieter geführte Wildtierbeobachtungen an – vor allem während der Sommersaison –, und das seit durchschnittlich zwölf Jahren.

Die Wildtierbeobachtungs-Exkursionen dauern zwischen eineinhalb und sechs Stunden, im Schweizerischen Nationalpark sogar sechs bis sieben Stunden. Für die Mehrheit der befragten Teilnehmer (43%) spielt es

---

keine Rolle, wie lange ein Wildtierbeobachtungs-Angebot dauert. Allerdings ist eine Präferenz für länger dauernde Exkursionen feststellbar.

Die Tourismusorganisationen setzen für ihre Wildtierbeobachtungs-Angebote unterschiedliche Gruppengrößen fest. So wurden Mindestteilnehmerzahlen von ein bis acht Personen und Höchstteilnehmerzahlen von acht bis 30 Personen angegeben. Einige Anbieter gaben bei letzterem sogar *unbegrenzt* an. Im Schweizerischen Nationalpark liegt die Gruppengröße bei mindestens fünf und maximal 25 Personen. Die optimale Gruppengröße aus Sicht der Teilnehmenden liegt zwischen acht und zwölf Personen. Eine grössere Gruppe birgt also die Gefahr von Unzufriedenheit bei den Teilnehmenden. Ist die Gruppe kleiner, stellt sich für den Anbieter die Frage, ab wie vielen Teilnehmern die Durchführung kostendeckend ist. Die Anliegen der Wildtiere indes werden hier nicht berücksichtigt.

Die Exkursionsleiter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten im Kanton Graubünden stammen hauptsächlich aus der jeweiligen Gegend, üben verschiedene Berufe aus oder sind pensioniert. Unter ihnen befinden sich viele passionierte Jäger und vereinzelt auch Wildhüter oder ausgebildete Wanderleiter. Die Informationen, welche die Exkursionsleiter ihren Gästen vermitteln, sind ganz unterschiedlich und beinhalten sowohl die Sensibilisierung der Gäste für die Anliegen der Wildtiere als auch Erklärungen zu Fauna, Flora, Landschaft oder zur Jagd.

Die Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Kanton Graubünden werden von den Exkursionsleitern entweder ehrenamtlich, vollamtlich oder gegen eine Entschädigung durchgeführt. Jene Exkursionsleiter, die von den Tourismusorganisationen entschädigt werden, erhalten eine Pauschale pro Exkursion, deren Stundenansätze von CHF 22.- bis CHF 75.- reichen.

Die von den Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden festgesetzten Angebotspreise pro erwachsene Person erstrecken sich von gratis bis CHF 45.-. Unter Berücksichtigung der Exkursionsdauer bezahlen die Teilnehmenden pro Stunde einen Betrag, der von gratis bis CHF 15.- reicht und im Durchschnitt aller Tourismusorganisationen CHF 4.50 beträgt. Die direkte Wertschöpfung liegt insgesamt schätzungsweise bei rund CHF 27'000, dabei sind grosse Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern festzustellen. Die Zahlen schwanken zwischen CHF 335.- und CHF 12'528. Bei sechs von 18 Anbietern ist das Wildtierbeobachtungs-Angebot gratis.

Die Umfrage bei den Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten hat ergeben, dass der durchschnittlich bezahlte Betrag für ein Wildtierbeobachtungs-Angebot CHF 28.05 beträgt. In den fünf untersuchten Tourismusorten bezahlen die Gäste durchschnittlich CHF 17.70 für ein Wildtierbeobachtungs-Angebot. Das entspricht etwa der Hälfte der im Durchschnitt bezahlten Beträge im Aletschwald (CHF 33.85) und im Nationalpark (CHF 32.60). Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Exkursionsdauer wird des Weiteren erkennbar, dass im Naturschutzgebiet Aletschwald mit einem Stundenansatz von CHF 9.65 vergleichsweise die grösste direkte Wertschöpfung pro Zeiteinheit und in den fünf Tourismusorten, mit einem Stundenansatz von CHF 3.55, die tiefste direkte Wertschöpfung pro Zeiteinheit erzielt wird. Letzteres ist auf die tiefen durchschnittlich bezahlten Beträge von CHF 17.70 in Kombination mit der insgesamt im Mittel liegenden Exkursionsdauer zurückzuführen.

Während die Ausbildungsprofile der Exkursionsleiterinnen und -leiter im Zusammenhang mit organisierten Wildtierbeobachtungen in den beiden Naturschutzgebieten Nationalpark und Aletschwald ähnlich sind und diese relativ hohe Standards setzen, kann an das Ausbildungsprofil der Exkursionsleiter in den Tourismusorten insgesamt eine geringere Anforderung festgestellt werden. Diese Feststellung lässt allerdings keine Rückschlüsse auf die Qualität der jeweiligen Exkursionen zu. Denn diese ist vor allem aus Sicht des Gastes zu beurteilen und dazu wurden keine Daten erhoben.

Wie die Umfrage bei den Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden gezeigt hat, wirft keines der Wildtierbeobachtungs-Angebote einen direkten finanziellen Gewinn ab. Dafür erzielen sie durchgehend Gewinn bezüglich Gästezufriedenheit und unterstützen das Image im Hinblick auf einen naturnahen Tourismus. Letzteres zeigt sich auch darin, dass zwei Drittel der Anbieter in ihren Imagebroschüren oder auf ihren Internetseiten Abbildungen von Wildtieren verwenden. Ein weiterer wirtschaftlicher Nutzen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten für die Region ist vom positiven externen Effekt auf weitere Gewerbezweige wie beispielsweise die Gastronomie, die Beherbergungs- oder die Transportbetriebe zu erwarten. Immerhin 63 Prozent der Befragten nutzen das Wildtierbeobachtungs-Angebot innerhalb eines mehrtägigen Aufenthalts vor Ort.

**Fazit:** Zwischen den Anbietern bestehen grosse Unterschiede in der Ausgestaltung der Wildtierbeobachtungs-Angebote – Unterschiede, die auf die lokalen Eigenheiten und Gegebenheiten sowie den Erfahrungsschatz der jeweiligen Exkursionsleiter zurückzuführen sind und den Angeboten Authentizität und ein unverwechselbares Gesicht verleihen. Aber es sind auch andere Unterschiede feststellbar, etwa bei den Angebotspreisen oder beim Stundenansatz für die Entschädigung der Exkursionsleiter, die aufgrund der vorliegenden Angaben nicht begründet werden können.

Bei den Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden ist der wirtschaftliche Aspekt von Wildtierbeobachtungs-Angeboten zugunsten der Gästezufriedenheit und der Attraktivität ihrer Angebote in den Hintergrund gerückt. Durch die eher tiefen Preise und geringen Einnahmen entsteht für einige Anbieter ein finanzieller Verlust, oder sie sind nicht in der Lage, die Exkursionsleiter für ihren Einsatz zu entschädigen. Damit geht ein wichtiger Teil der möglichen Wertschöpfung aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten verloren. Immerhin tragen sie zu einem positiven externen Effekt auf weitere Gewerbezweige bei. Die doppelten Gewinner sind letztendlich die Gäste. Sie erhalten ein schönes Naturerlebnis zu einem verhältnismässig günstigen Preis.

Die Gruppengrösse ist ein wichtiger Punkt im Themenfeld Tourismus und Wildtiere, auf den im Tourismus noch zuwenig geachtet wird. Denn abgesehen von der Zufriedenheit und dem Wohlbefinden der Gäste und der Frage, ab welcher Teilnehmerzahl es sich für den Anbieter lohnt, geht es vor allem darum, die Gruppengrösse so zu definieren, dass sie keinen negativen Einfluss auf die Wildtiere ausübt. Dies hängt mitunter von den örtlichen Gegebenheiten ab, zum Beispiel davon, ob es sich um ein Naturschutzgebiet mit Weggebot handelt oder nicht. Dass aber kleinere Gruppen in der Regel eine kleinere Wirkung haben als grössere versteht sich von selbst.

## Nachfrage

Die Umfrage bei den Tourismusorganisationen des Kantons Graubünden zeigt, dass Wildtierbeobachtungs-Angebote ein wachsendes Segment darstellen: Die Zahl der Durchführungen hat in den letzten fünf Jahren um 31 Prozent zugenommen und lag 2008 bei 206. Die von den Tourismusorganisationen geschätzte Teilnehmerzahl liegt insgesamt bei rund 1960 pro Jahr. Werden die 800 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Schweizerischen Nationalparks dazugezählt, nehmen im Kanton Graubünden pro Jahr etwa 2760 Personen an Wildtierbeobachtungs-Exkursionen teil, und die Tendenz ist steigend. Gemäss den Angaben der Anbieter hat die Entwicklung der Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den letzten zehn Jahren oder seit deren Bestehen durchschnittlich leicht zugenommen. Es gibt aber auch natur- und kulturnahe Angebote, die nach Angabe einzelner Tourismusorganisationen besser besucht werden als Wildtierbeobachtungs-Angebote. Dazu zählen beispielsweise Goldwaschen, Kristallsuchen, Dorfbesichtigungen oder Alp-, Alpweiden-, Wald- und Pflanzenführungen. Eine steigende Nachfrage zeichnet sich auf Seiten der Teilnehmenden ab: Ein Drittel der Befragten gibt an, das erste Mal an einem Wildtierbeobachtungs-Angebot teilgenommen zu haben, ein weiteres Drittel macht alle paar Jahre oder seltener von einem solchen Angebot Gebrauch, und das letzte Drittel nutzt Wildtierbeobachtungs-Angebote mehrmals im Jahr oder regelmässig. Interessant ist die Tatsache, dass – unabhängig von der angegebenen Teilnahmehäufigkeit – insgesamt fast die Hälfte der Befragten angeben, zu selten an Wildtierbeobachtungs-Exkursionen teilzunehmen. Das Bedürfnis nach weiteren organisierten Wildtierbeobachtungen ist also vorhanden. Dies bestätigen auch die hohen jährlichen Teilnehmerzahlen von 300 beim *Verkehrsverein Obersaxen* und von über 400 bei *Engadin Scuol Tourismus AG*. Die beiden Tourismusorganisationen haben ihre Kommunikation sowie ihre Ressourcen personell, finanziell und bezüglich Know-how auf die Nachfrage nach natur- und kulturnahen Angeboten ausgerichtet.

**Fazit:** Wildtierbeobachtungs-Exkursionen erfreuen sich einer zunehmenden Beliebtheit und stellen im naturnahen Tourismus ein wachsendes Segment dar. Jene Anbieter die das erkannt haben und ihre Ressourcen (personell, finanziell, bezüglich Know-how) danach ausgerichtet haben, verzeichnen auch mehr Gäste.

### 3.3.3 Soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen

Das Beobachten von Wildtieren in freier Natur ist der Zielgruppe viel Wert, denn 68 Prozent der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind bereit, für ein attraktives Wildtierbeobachtungs-Angebot mehr zu bezahlen und zwar erheblich mehr: Für die Gesamterhebung konnte auf einen durchschnittlich bezahlten Betrag von CHF 28.05 ein durchschnittlicher Zusatzbetrag von CHF 21.80 pro Person und Angebot ermittelt werden. Dieser Zusatzbetrag entspricht 78 Prozent des bezahlten Betrags. Zudem sind 79 Prozent der Teilnehmenden der Ansicht, dass der generierte Mehrwert auch den Tieren und ihren Lebensräumen zugute kommen soll.

Dass den befragten Touristen die Natur und Umwelt viel bedeuten, zeigt sich zum Beispiel auch an den 44 Prozent, die Mitglied einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation sind. Dieser Anteil kann als relativ hoch



eingestuft werden, im Vergleich zur landesweiten Fragebogenerhebung von ZEIDENITZ (2005) mit einem ermittelten Mitgliederanteil bei Umwelt –und Naturschutzorganisationen von 22,4 Prozent.

Ein weiterer Indikator für den Stellenwert der Natur ist die Häufigkeit, mit der die Menschen den Aufenthalt in der Natur suchen. 70 Prozent der Befragten begeben sich mindestens einmal bis mehrmals pro Woche in die Natur, was auf einen relativ hohen Stellenwert der Natur hinweist.

Dass das Beobachten von Wildtieren in ihrem natürlichen Lebensraum ein Bedürfnis ist, bestätigen die 44 Prozent der Befragten, die aktiv nach einem Wildtierbeobachtungs-Angebot gesucht haben, aber auch die 75 Prozent, die geführte Wildtierbeobachtungen in freier Natur als die bevorzugte Art, Wildtiere zu beobachten, angekreuzt haben und dies wie folgt begründen: Tiere können in Freiheit, in ihrem natürlichen Lebensraum und in ihrem Verhalten beobachtet werden; fachkundige Führung mit interessanten Informationen und Erklärungen; mehr Tiersichtungen als bei einem Alleingang.

Das Hauptmotiv für die Teilnahme an einem Wildtierbeobachtungs-Angebot ist mit Abstand das Naturerlebnis, gefolgt vom Wunsch, die Tierkenntnisse zu vertiefen. Letzteres deutet auf ein interessiertes und wissbegieriges Publikum hin. Deshalb erstaunt es nicht, dass den meisten Gästen die Informationen, Erklärungen, die kompetente Führung und Erfahrung der Exkursionsleiter sowie das Vorhandensein von Fernrohr und Feldstecher (60%) besonders gut gefallen haben. Ebenfalls gefallen hat das Beobachten einzelner Tierarten in ihrem Verhalten und in ihrem natürlichen Lebensraum, die Nähe zu den Tieren, ihre Vielfalt sowie das Spannungs- und Überraschungsmoment (43%). Und 29 Prozent der Teilnehmenden hatten besonderen Gefallen an der Natur, der Landschaft, dem Wandern, dem Wetter sowie dem Erlebnis, der Stimmung und der Ruhe in der Natur.

Richtet man den Fokus auf die Bedeutung einzelner Tierarten für die Teilnehmenden, rangiert der Steinbock unter den auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen gerne gesichteten Tierarten unangefochten auf Platz eins, gefolgt von Gämse, Rothirsch und Steinadler.

**Fazit:** Die vielen einzelnen Ergebnisse bestätigen, dass die Natur und die Tierwelt bei den Befragten einen hohen Stellenwert geniessen. An Wildtierbeobachtungs-Angeboten besonders geschätzt werden das Naturerlebnis, die vielen Informationen zur Tierwelt und die Möglichkeit, Wildtiere in freier Natur beobachten zu können, wobei der Steinbock als Beobachtungsobjekt absoluter Favorit ist.

### 3.3.4 Touristisches Engagement zugunsten der Wildtiere

Grundsätzlich sind die verschiedenen Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden bereit, einen Beitrag zugunsten der Wildtiere zu leisten. Während die einen bereit sind, ein lokales Projekt zugunsten der Wildtiere mit einem Teil der Einnahmen aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten zu finanzieren, sprechen andere sich für einen direkten jährlichen Betrag des Tourismus an die Wildtiere und ihre Lebensräume aus, mit der Begründung, dass alle Touristen von Wildtieren profitieren können. Einige sind der Ansicht, die Unterstützung eines Projektes gehe zu weit, mündliche Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeiten seien Beitrag genug.

Mit dem Vorschlag, den Preis des Wildtierbeobachtungs-Angebots so zu gestalten, dass darin automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Projekt zugunsten der Wildtiere enthalten ist – und entsprechend nach aussen hin kommuniziert wird –, können zwei Drittel der Anbieter sich nicht anfreunden. Denn diese befürchten, dass ein Preisaufschlag von den Gästen nicht akzeptiert und das Angebot an Attraktivität einbüßen würde. Diese Befürchtungen werden allerdings durch eine grosse Mehrheit (79%) der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die diesen Vorschlag gut heissen, entschärft. Damit signalisieren die Teilnehmenden deutlich, dass sie mit der Nutzung des Wildtierbeobachtungs-Angebots den Tieren etwas zurückgeben wollen.

Neben dem Argument, ein Preisaufschlag würde von den Gästen nicht akzeptiert, führen einige Anbieter an, dass die bestehenden Preise einen Beitrag für die Wildtiere nicht zuliesse. Dem gegenüber stehen die bereits erwähnten 68 Prozent der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die bereit sind, für ein attraktives Wildtierbeobachtungs-Angebot mehr zu bezahlen.

**Fazit:** Organisierte Wildtierbeobachtungen werden unter ihrem eigentlichen Wert angeboten. Die hohe Bereitschaft der Teilnehmenden, etwas für den Erhalt der Wildtiere zu tun und mehr für ein attraktives Wildtierbeobachtungs-Angebot zu bezahlen, verdeutlicht dies, wird aber von den Tourismusorganisationen unterschätzt. Bei diesen steht die Kommunikation eines attraktiven naturnahen Angebots im Vordergrund. Ihren Beitrag sehen die Tourismusverantwortlichen hauptsächlich in der Kommunikation und damit in der Sensibilisierung der Gäste für die Anliegen und Bedürfnisse der Wildtiere. Der Möglichkeit, einen ethischen, finanziellen und ökologischen Zusatznutzen zugunsten der Wildtiere zu generieren und dies nach aussen hin zu kommunizieren, wird keine grosse Beachtung geschenkt.

### 3.3.5 Gesamtfazit

Die Umfrageergebnisse belegen, dass die Bedeutung der Wildtierbeobachtungen von Teilnehmenden auf der einen und Tourismusorganisationen bzw. Anbietern auf der anderen Seite unterschiedlich eingeschätzt wird. Während der Aufenthalt in der freien Natur unter kompetenter Führung und mit der Aussicht auf Begegnungen mit Wildtieren für die Gäste ein grosses Bedürfnis darstellt, für welches sie auch tiefer in die Taschen zu greifen bereit sind, tendieren viele Anbieter eher dazu, dieses Segment etwas nachlässig zu behandeln und ihm nicht den Wert beizumessen, den es in den Augen des Zielpublikums geniesst.

Dies in Anbetracht der Tatsache, dass Wildtierbeobachtungs-Angebote nirgendwo mehr als kostendeckend sind. Es gestattet sich also die Frage, ob höhere Preise für Wildtierexkursionen möglicherweise zu einer Steigerung der lokalen Wertschöpfung beitragen und finanzielle Mittel für einen optimierten Wildtier- und Landschaftsschutz in den betroffenen Regionen generieren würden. Dies könnte zudem eine erhöhte Wertschätzung der Wildtiere, ihrer natürlichen Umwelt und ihrer Besucher adäquat zum Ausdruck bringen sowie bewusst machen und damit einen Beitrag zur allgemeinen Sensibilisierung leisten.

Vorausgesetzt, die Tourismusorganisationen nähmen die Mehrzahlungsbereitschaft ihrer Gäste wahr und erhöhten die Teilnahmegebühren für ihre Wildtierbeobachtungs-Angebote, was hätte dann mit dem generierten Mehrerlös genau zu geschehen? In welcher Form könnten diese Mittel dem Wildtier- und

Lebensraumschutz zur Verfügung gestellt werden? Wer wäre für konkrete Projekte und ihre Koordination zuständig?

Müsste ein solches Vorgehen im Hinblick auf eine optimale Transparenz gegenüber den zahlenden Gästen nicht auch eine glaubwürdige Qualitätssicherung bedingen? Und wäre diese durch Massnahmen wie einheitliche Standards für die Ausgestaltung der Angebote (Preise, Anforderungsprofil an Exkursionsleiter, Verhaltensregeln) oder durch die Einführung einer Art „Wildtierverträglichkeits“-Label analog zum Fair-Trade-Gedanken zu erreichen?

Experten haben bereits Überlegungen angestellt über das konkrete Wie und Wieviel. Verschiedene Fachpersonen aus Tourismus und Wildtiermanagement kommen im Kapitel 4 zur Sprache, welches die Ergebnisse einer entsprechenden Umfrage wiedergibt.



## 4 Fachpersonen nehmen Stellung

Aufgrund der vorangegangenen Schlussfolgerungen (siehe Kapitel 3.3 „Zusammenfassung der Ergebnisse und Fazit“, Seite 49) und ergänzend zu den Ergebnissen der Umfrage bei Teilnehmenden und Anbietern von Wildtierbeobachtungs-Angeboten (siehe Kapitel 3.1.2 „Ergebnisse“, Seite 26), hat die Verfasserin eine Umfrage (siehe Anhang C, 1) „Fragen an Fachpersonen“ an verschiedene Fachpersonen gerichtet, die einen Bezug zur Thematik haben, und sie eingeladen, ihre Sichtweisen und Anliegen zum Thema Wildtierbeobachtungs-Angebote einzubringen. Mit der «Expertenrunde» wurde ferner die Absicht verfolgt, das Themenfeld Schutz und Nutzen zwischen Tourismus und Wildtieren um einige Ideen und Vorschläge zu erweitern. Folgende sieben Fachpersonen haben sich bereit erklärt, mit einer schriftlichen Stellungnahme auf die nachstehend formulierten Fragen einzugehen:

**Marco Giacometti**, Geschäftsführer JagdSchweiz | Stampa, 6. Januar 2010 | [www.jagdschweiz.org](http://www.jagdschweiz.org)

**Sabine Herzog**, Bundesamt für Umwelt, Sektion Jagd, Wildtiere und Waldbiodiversität | Bern, 9. Januar 2010 | [www.bafu.admin.ch](http://www.bafu.admin.ch)

**Paul Ingold**, Fachperson „Freizeitaktivitäten/Wildtiere“ | Kirchlindach, [paul.ingold@gmx.ch](mailto:paul.ingold@gmx.ch), 21. Dezember 2009

**Klaus Robin**, Leiter Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement WILMA am Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen IUNR der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW | Wädenswil, 6. Januar 2010 | [www.wilma.unr.ch](http://www.wilma.unr.ch)

**Maurus Stöckli**, Projektmanager UNESCO Biosphäre Entlebuch | Schüpfheim, 15. Dezember 2009 | [www.biosphaere.ch](http://www.biosphaere.ch)

**Urs Tester**, Leiter der Abteilung Biotope und Arten bei Pro Natura | Basel, 21. Dezember 2009 | [www.pronatura.ch](http://www.pronatura.ch)

**Urs Wohler**, Direktor der Engadin Scuol Tourismus AG | Scuol, 6. Januar 2010 | [www.scuol.ch](http://www.scuol.ch)

### 4.1 Ziele von Wildtierbeobachtungs-Angeboten

**Welche Ziele sollen mit einem Wildtierbeobachtungs-Angebot verfolgt werden? Was soll damit erreicht, vermieden und verbessert werden?**

Aus den Stellungnahmen der Fachpersonen kommt klar zum Ausdruck:

**Wildtierbeobachtungs-Angebote sollen** die Aufgabe übernehmen, ein wildtierverträgliches Naturerlebnis zu ermöglichen, die Gäste für die Anliegen und Bedürfnisse der Wildtiere zu sensibilisieren und sie entsprechend rücksichtsvoll durch deren Lebensraum zu lenken. In diesem Zusammenhang spricht Sabine Herzog (Bundesamt für Umwelt) auch von der „Inwertsetzung der Wildschutzgebiete und Wildruhezonen“

sowohl für den Tourismus und somit für die Region, wie auch für die Erhaltung des ungestörten Lebensraum der Wildtiere. Für Maurus Stöckli (UNESCO Biosphäre Entlebuch) tragen Wildtierbeobachtungs-Angebote zur „*Verstärkung der Positionierung*“ im naturnahen Tourismus bei, währenddem Urs Wohler (Engadin Scuol Tourismus AG) in ihnen ein „*attraktives Gästeangebot*“ sieht. Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW) betont die vermehrte Suche der „*bildungshungrigen*“ und „*wissensdurstigen*“ Gäste nach „*besinnlichen, ruhigen Angeboten*“, die „*die Anspannung auf das Unerwartete, Nicht-Voraussehbare, verbunden mit einer nicht allzu anstrengenden Wandertätigkeit (slow-motion)*“ in den Vordergrund stellen.

**Zu vermeiden ist** gemäss Paul Ingold (Fachperson «Freizeitaktivitäten/Wildtiere») – und darüber sind sich ebenfalls alle Fachpersonen einig –, „*dass die Wildtierbeobachtungs-Angebote eine zusätzliche Belastung für die Tiere darstellen (Tiere beunruhigt oder gar vertrieben werden) und allfällige Rückgangerscheinungen verstärkt werden*“. Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW) präzisiert: „*Wildtierbeobachtungs-Angebote müssen sich räumlich-zeitlich nach den Bedürfnissen der sensibelsten Arten richten. Saisonal besonders kritisch sind der Winter und der späte Frühling. In diesen Zeiten soll vermieden werden, die Lebensräume sensibler Arten abseits von Wegen zu begehen. In den schwierigsten Zeitabschnitten im Jahresverlauf sollen selbst Wege, die durch kritische Lebensraumausschnitte führen, nicht begangen werden.*“ In Ergänzung dazu, fügt Urs Tester (Pro Natura) an, sollen aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten „*keine Wildtiershows mit Futterstellen, neuen Leckstellen, Scheinwerferbeleuchtung etc.*“ entstehen.

**Zu verbessern sind** gemäss Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW) folgende Punkte: „*die Wahrnehmung der Wildtiere als gleichberechtigte Nutzer des Lebensraums, der Wissensstand der Tourenteilnehmer über die Empfindlichkeit von Wildtieren und den lebensverkürzenden Einfluss von Störungen sowie das Bewusstsein, dass durch angepasstes eigenes Verhalten das Leben von Wildtieren erleichtert und durch unangepasstes erschwert wird*“. Vor diesem Hintergrund stellt Klaus Robin die Frage, wie die Fähigkeiten und Kenntnisse der Tourenführer verbessert werden können. Weiteres Verbesserungspotenzial orten mehrere Fachpersonen in der Besucherlenkung und in der Absprache und Zusammenarbeit zwischen den Anbietern und der Wildhut. Aufholbedarf sieht Urs Wohler (Engadin Scuol Tourismus AG) in der Wissensvermittlung sowie Gäste-Sensibilisierung. Maurus Stöckli (UNESCO Biosphäre Entlebuch) möchte zudem mehr Verständnis für die Anliegen der verschiedenen Nutzungsgruppen schaffen.

### **Zusatzbemerkungen**

„*Wenn durch Wildtierbeobachtungs-Angebote ökonomischer Ertrag erwirtschaftet wird und dabei die Ansprüche und Bedürfnisse der Wildtiere berücksichtigt werden, ist gegen solche Angebote nichts einzuwenden bzw. sind solche Angebote zielführend.*“ Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW)

„*Damit meine Antworten besser verständlich sind, möchte ich hier die Herleitung dazu liefern: Abgeltungssysteme funktionieren dann gut, wenn die Nutzung der Ressource direkt mit der Abgeltung verbunden ist. So ist es beispielsweise bei der Jagd. Wenn ich mein Patent löse, darf ich Wildtiere jagen.*“

*Wenn ich kein Patent löse, darf ich es nicht. Bei der Nutzung "Wildtierbeobachtung" gibt es diesen Zusammenhang nicht. Das Recht, bestimmte wildreiche Gebiete aufzusuchen und Wildtiere zu beobachten, ist nicht beschränkt. Entsprechend ist der Nutzerkreis wesentlich grösser und nicht auf die Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen begrenzt. Es kann sogar sein, dass der grösste Teil der Wertschöpfung, der aus der Möglichkeit von Wildtierbeobachtungen erfolgt, gar nicht an der Exkursion selbst geschieht. Zu beachten gilt zudem, dass die Möglichkeit, Wildtiere zu beobachten, nicht nur ein touristischer Faktor ist, sondern zu einem Standortfaktor für die Wahl des Wohnorts werden kann.“ Urs Tester (Pro Natura)*

## 4.2 Touristisches Engagement für Wildtiere

### a) Soll der Tourismus einen Beitrag zugunsten der Wildtiere leisten?

Die Wertschöpfung aus der «touristischen Inwertsetzung» der Wildtiere soll auch diesen zugute kommen. Darin sind sich die verschiedenen Fachpersonen ausnahmslos einig. Ihre Argumente im Einzelnen:

*„Tiere sind ein wichtiger Teil der Umwelt und der natürlichen Werte unserer Landschaft.“ Urs Wohler (Engadin Scuol Tourismus AG)*

*„Bisher wird der Umgang mit Wildtieren in den meisten Kantonen ausschliesslich über Jagderträge finanziert. Weil nicht nur die Jagd von der Existenz der Wildtiere profitiert, soll die Finanzierung breiter abgestützt werden.“ Urs Tester (Pro Natura)*

*„Ganz sicher muss die Tourismusorganisation sich im Bereich Gästesensibilisierung engagieren.“ Maurus Stöckli (UNESCO Biosphärenreservat Entlebuch)*

*„Als Gegenströmung zur Haltung "Was nichts kostet, ist nichts wert" soll der Tourismus mit Beitragszahlungen und der Unterstützung von Ausbildungsangeboten in die Verantwortung genommen werden.“ Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW)*

*„Weil (...) die Gefahr besteht, dass vom Wildtierbeobachtungstourismus ein zusätzlicher Druck auf gewisse Arten ausgeht.“ Paul Ingold (Fachperson «Freizeitaktivitäten/Wildtiere»)*

*„Der Tourismus nutzt die "Ressource" Wildtiere und profitiert von ihrer Attraktion, (...)“ Sabine Herzog (Bundesamt für Umwelt)*

### b) Woher soll das Geld kommen?

Die Umfrage bei den Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten hat ergeben, dass die Gäste für ein attraktives Angebot durchaus bereit sind, im Mittel 78 Prozent mehr zu bezahlen. Gesetzt der Fall, dass die Gäste über die Projekte und Mittelverwendung informiert werden und ein gewisser Teil dieser Zusatzeinnahmen zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume eingesetzt werden kann, auf welche Art und Weise soll dies geschehen:

A) Sollen diese Zusatzeinnahmen direkt an ein Projekt zugunsten der Wildtiere fliessen oder

B) soll von der Tourismusorganisation indirekt Unterstützung in Form eines jährlichen finanziellen Beitrags an ein solches Projekt geleistet werden, oder

C) existieren andere Vorschläge?

Zu dieser Frage sind bei den Fachpersonen verschiedene Ansätze vorhanden:

*„Wie die Erhaltung und Förderung einer vielfältigen Natur- und Kulturlandschaft realisiert und finanziert werden kann und wie sich der Tourismus daran beteiligen soll, muss gesamthaft angegangen werden. (...) Finanzierungslösung mit anderen Anliegen, zum Beispiel mit der Erhaltung artenreicher Kulturlandschaften koordinieren.“* **Urs Tester** (Pro Natura)

*„Ein Fixbeitrag ist meines Erachtens nicht angebracht. Eine allfällige Entschädigung muss auf Basis der durchgeführten Exkursionen und der daraus resultierenden Teilnehmerzahlen eruiert werden.“* **Maurus Stöckli** (UNESCO Biosphäre Entlebuch)

*„Um eine kleinliche Marktereie zu verhindern ist es sinnvoll, wenn die grossen Organisationen sich engagieren und nicht lokale Einheiten.“* **Klaus Robin** (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW)

*„Zu prüfen ist, ob nicht alle touristischen Angebote, welche mit Wildtieren zu tun haben, einen symbolischen Beitrag bezahlen sollten. (...) z.B. einen "Wildtierfranken" auf jedem touristischen Angebot, welches Wildtiere tangiert.“* **Sabine Herzog** (Bundesamt für Umwelt)

*„Der Nutzer soll direkt für den Aufwand zahlen. Keine indirekten Abgaben bei Wildbeobachtung.“* **Marco Giacometti** (Jagd Schweiz)

### **c) Wohin soll das Geld fliessen?**

Zu dieser Frage schlug die Umfrage folgende Optionen vor:

A) direkt in ein lokales oder regionales Projekt zugunsten der Wildtiere,

B) in einen kantonalen Wildtier-Fonds für lokale und regionale Projekte zugunsten der Wildtiere oder

C) anderer Vorschlag.

Grundsätzlich sind die Fachpersonen sich einig: Das Geld soll wenn immer möglich dort eingesetzt werden, wo es generiert wird. Als Beispiele für solche Projekte zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume geben Marco Giacometti (Jagd Schweiz) die Entschädigung der Exkursionsleiterinnen und -leiter und Sabine Herzog (Bundesamt für Umwelt) die aktive Besucherlenkung und Besucherinformation an. Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW) schlägt vor: *„Es könnte in Projekte investiert werden, welche in Kooperation mit Partnern aufgebaut werden oder schon aufgebaut sind, z.B. mit dem Bündner Naturmuseum, mit Pro Natura, Birdlife-SVS usw. Sollten Kooperationsprojekte wie eben beschrieben nicht möglich sein, sollen die Mittel in einen kantonalen Fonds einbezahlt werden und nicht in einer Region solange ruhen, bis ein sinnvolles Projekt aufgebaut werden kann. Die Verwaltung der Mittel ist so einfach wie möglich zu handhaben, aber dennoch transparent, und sollte durch den Staat geprüft sein.“*



**d) Wie soll das Geld zugunsten der Wildtiere eingesetzt werden? Welche konkreten Massnahmen bestehen und sollen dort wo sie von Nutzen sind in Angriff genommen werden?**

Die Vorschläge der Fachpersonen für die Verwendung der finanziellen Mittel sind vielfältig:

- Sensibilisierungsmassnahmen (z.B. Hinweistafeln)
- Kommunikationsmassnahmen (z.B. Imprime, Internet (Werbung))
- Signalisierungsprojekte (z.B. als Lenkungsmassnahme für Schneeschuhrouten)
- Besucherlenkungskonzepte und deren Umsetzung
- Lebensraumaufwertungen
- Hegemassnahmen
- Planen, realisieren, signalisieren und kommunizieren von Wildruhezonen in besonders sensiblen Gebieten
- Einstellen von Aufsichtspersonen für Aufklärungsarbeiten und Kontrollen
- Lösen von Interessenskonflikten zwischen Wildtieren und anderen Interessen
- Entschädigung der Exkursionsleiterinnen und -leiter
- Weiterbildung der Exkursionsleiterinnen und -leiter

Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW) macht einen Vorschlag zur Abwicklung solcher Projekte: *„Die Mittel sollten nicht in "Gedrucktes", sondern konkret in die Landschaft investiert werden. Dazu sollen Projekte vorgeschlagen werden. Berechtigt zur Einreichung von Vorschlägen sollen Privatpersonen, öffentliche und private Organisationen sein. Ein Gremium mit Mitgliedern aus Kanton, NPOs und Regionen soll über die Vorschläge entscheiden. Zur transparenten Abwicklung gehört ein Reglement, in dem die Einreichung, die Entscheidfindung, die Durchführung, die sachliche und wirtschaftliche Kontrolle und eine Erfolgskontrolle geregelt sind. Die konkreten Projekte sollen Aktionen der Artenförderung und der Landschaftsaufwertungen umfassen.“*

Paul Ingold (Fachperson «Freizeitaktivitäten/Wildtiere») fügt an: *„Finanzielle Mittel sollten zum Teil auch für die Anstellung einer Aufsichtsperson, welche aufklärt und kontrolliert, eingesetzt werden. Bisherige Erfahrungen zeigen, dass dies eine oft nötige und zudem besonders wirksame Massnahme ist, damit Wildruhezonen respektiert und Routen (auch markierte) gut eingehalten werden. Sowohl seitens der Gemeinden als auch des Tourismus‘ könnten solche Personen angestellt werden.“*

### 4.3 Standards und Fair-Trade-Label

#### a) Wildtierbeobachtungs-Angebote nehmen zu, ihre vielfältige Ausgestaltung ebenfalls – sollen Standards eingeführt werden?

Bezüglich der Einführung von Standards sind die Fachpersonen geteilter Auffassung. Die Befürworter führen folgende Argumente an:

„Weil die Qualität eines Wildtierangebotes auch Teil der Qualität des Tourismusstandorts ist.“ **Urs Tester** (Pro Natura)

„Ähnlich wie bei den diplomierten Wanderleitern sollen Kenntnisse zur Natur und zum Umgang mit ihr sowie zum Umgang mit Gästen vermittelt und am Ende geprüft werden. Die kantonale Jägerprüfung reicht meines Erachtens nicht aus.“ **Klaus Robin** (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW)

„Ja, damit Exkursionen rücksichtsvoll (wildtierschonend) durchgeführt werden und z.B. auf gewisse für seltene und/oder gefährdete Arten problematische Beobachtungen verzichtet wird.“ **Paul Ingold** (Fachperson «Freizeitaktivitäten/Wildtiere»)

„Die Vielfältigkeit des Angebots sollte durch eine strenge Reglementierung nicht übermässig eingeschränkt werden, hilfreich wäre aber ein Leitfaden "Wildtierverschträgliche Beobachtungsexkursionen" für Anbieter.“ **Sabine Herzog** (Bundesamt für Umwelt)

Jene Fachpersonen, die gegenüber Standards kritisch eingestellt sind, argumentieren wie folgt:

„Die Angebotsgestaltung und die Angebotsinnovation soll den Anbietern überlassen werden.“ **Urs Wohler** (Engadin Scuol Tourismus AG)

„Zu heterogene Angebote und Naturräume. Je nach Region sind unterschiedliche Traditionen und lokale Spezifikationen zu beachten.“ **Maurus Stöckli** (UNESCO Biosphäre Entlebuch)

„Wildbeobachtung soll nicht akademisiert werden.“ **Marco Giacometti** (Jagd Schweiz)

#### b) Welche Standards sind wichtig, beziehungsweise was sollen die Exkursionsleiter beispielsweise in einem entsprechenden Ausbildungsgang lernen?

Paul Ingold (Fachperson «Freizeitaktivitäten/Wildtiere») betont, dass in diesem Zusammenhang vor allem jene Kenntnisse standardisiert werden sollten, die sich unmittelbar wildtierschonend auswirken, wie beispielsweise Verhaltensregeln, Beobachtungsdistanz, Verzicht auf Beobachtungen von äusserst sensiblen Tierarten (z.B. balzende Auerhähne) oder zur Dämmerungs- und Nachtzeit. Maurus Stöckli (UNESCO Biosphäre Entlebuch) erachtet auch die Geschichte der Region, das Leben und Wirtschaften und die Menschen an sich als ebenso wichtige Komponenten für ein vollständiges Erlebnis. Die Fachpersonen sind grundsätzlich der Ansicht, dass es wichtig ist, dass die Exkursionsleiterinnen und -leiter auf die Bedürfnisse, Anliegen und Interessen der Gäste eingehen können und gleichzeitig genug Raum vorhanden ist, um das Naturerlebnis wirken zu lassen.

Welche Kenntnisse und zu standardisierenden Faktoren die Fachpersonen als eher wichtig erachten, kann der Liste im Anhang C), „Auswahlliste möglicher Standards und Kenntnisse“, entnommen werden. Hier sind lediglich jene kurz aufgelistet, die am häufigsten angekreuzt wurden: Artenkenntnisse, Lebensweise/Verhalten, ökologische Zusammenhänge, Verhaltenscodizes sowie Gruppengrösse.

Bezüglich der Ausbildung fügt Urs Wohler (Engadin Scuol Tourismus AG) hinzu: *„Es ist kein separater Ausbildungslehrgang nötig. Ausbildung kann in bestehende Lehrgänge integriert werden (z.B. für Wander- und Exkursionsleiter, Jäger, Wildhüter/Jagdaufseher).“*

### **c) Was halten Sie von einem Fair-Trade-Label für Wildtiere?**

Ein Fair-Trade-Label für Wildtiere beruht auf der Idee, jene Angebote und Aktivitäten auszuzeichnen, die sich aktiv für die Wildtiere und ihre Lebensräume einsetzen und konsequent den Weg des respektvollen und fairen Umgangs mit der Natur verfolgen. Die Fachpersonen aus dem Tourismus sind dieser Idee gegenüber eher kritisch eingestellt, und Urs Wohler (Engadin Scuol Tourismus AG) erachtet das thematische Gebiet als zu spezifisch und möchte es eher dem Markt und Wettbewerb überlassen. Der grosse Teil der Fachpersonen ist einem Fair-Trade-Label gegenüber jedoch grundsätzlich positiv eingestellt und der Ansicht, dass sich eine vertiefte Auseinandersetzung mit diesem Thema lohnt. Und diese ist notwendig, denn Sabine Herzog (Bundesamt für Umwelt) fügt an: *„Eine interessante und schöne Idee! Nur: die Umsetzung eines Labels ist generell mit sehr grossem Aufwand (Finanzen/Administration usw.) verbunden. Ob der "Ertrag" eines solchen Labels (für die Nutzer und die Wildtiere) in diesem Zusammenhang den Aufwand rechtfertigen würde ist fraglich, entsprechend wäre es auch schwierig, eine Organisation zu finden, welche bereit wäre, ein solches Label aufzubauen.“*

## **4.4 Freie Stellungnahmen der Fachpersonen zur Thematik**

*„Die Wildtiere den Menschen als Naturerlebnis – angereichert mit Informationen und Sensibilisierung – näher zu bringen, ist ein Gewinn für alle, dies dann, wenn das Angebot nachhaltig gestaltet und mit Rücksicht auf die Bedürfnisse der Fauna und Flora im Gelände durchgeführt wird. Damit dies geschieht, können sowohl die Anbieter, die Nutzer der Angebote wie auch der Tourismus einen wesentlichen Beitrag leisten. Die Anbieter, indem sie sich dafür einsetzen, dass ihr Angebot wildtierverträglich ist und dem Besucher den Respekt vor den Bedürfnissen der Wildtiere und ihrer Lebensräume näher bringt; die Besucher, indem sie konsequent nur wirklich wildtierverträgliche Angebote nutzen, gute Angebote mit Mund zu Mund Propaganda unterstützen und schlechte Angebote bei den lokalen Tourismusorganisationen melden, die Tourismusverantwortlichen, indem sie dann die guten Angebote fordern und fördern und die schlechten Anbieter von ihrer Werbeliste streichen, resp. allenfalls gar den verantwortlichen Behörden melden, wenn beispielsweise Schutzgebietsbestimmungen nicht eingehalten werden.“* Sabine Herzog (Bundesamt für Umwelt)

*„Angesichts der Zunahme von Anbietern und entsprechenden Exkursionen zur Beobachtung von Wildtieren sind ein Ausbildungsangebot und Standards unerlässlich, soll der Druck auf die Tiere nicht zusätzlich erhöht werden. Zum Verzicht auf die Beobachtung von seltenen Arten: Man sollte sich von der Vorstellung lösen, es*

*müssten den Teilnehmenden einer Exkursion möglichst seltene Tierarten vorgeführt werden. Für die allermeisten Menschen ist schon das ausgiebige (über längere Zeit) Beobachten von häufigen Arten wie Marmeltieren, Gämsen oder Steinböcken ein grosses Erlebnis. Also weg von Bestreben und der Meinung, möglichst alles Machbare bieten zu müssen und dies auf Kosten der Natur – ein wichtiges Thema für eine Ausbildung! ExkursionsleiterInnen müssen sich zudem bewusst sein, dass sie eine starke Vorbildfunktion (-wirkung) haben. Ihr Verhalten wird künftiges Verhalten der Teilnehmenden wesentlich beeinflussen; sie sind MultiplikatorInnen. Deshalb ist die Haltung der Exkursionsleitenden auch von daher nicht belanglos.“ Paul Ingold (Fachperson Freizeitaktivitäten/Wildtiere)*

*„Eine Sensibilisierung von Anbietern und Konsumenten über den Umgang mit Wildtieren im touristischen Bereich ist für mich unumgänglich. Wenn sich aus dieser Arbeit Impulse ergeben, welche Entwicklungen in dieser Richtung anstossen oder fördern, ist dies ein wichtiger Beitrag zu mehr Verständnis für die Ansprüche von Wildtieren in der touristisch genutzten Umwelt und vielleicht auch ein Schritt hin zu mehr Respekt den Wildtieren und ihren Lebensräumen gegenüber. Ich wünsche mir jedenfalls, dass die Landschaft nicht immer stärker zum Spielgerät verdummter und unsensibler Technomenschen wird, sondern als Lebensraum für eine unendlich reiche Lebewelt wahrgenommen und bewundert wird, die für den suchenden, geduldig beobachtenden Menschen eine Quelle der Erholung und der positiven Emotionen sein kann.“ Klaus Robin (Fachstelle Wildtier- und Landschaftsmanagement IUNR/ZHAW)*

*„Wie oben geschrieben: Es ist gar nicht schlecht, wenn die Angebote im Wettbewerb entstehen und nicht plötzlich "alle" das Gleiche anbieten wollen.“ Urs Wohler (Engadin Scuol Tourismus AG)*

## 4.5 Fazit

Die «Expertenrunde» zeigt deutlich auf, dass alle Fachpersonen mit Wildtierbeobachtungs-Angeboten das gleiche Ziel verfolgen, nämlich den respektvollen Umgang mit Wildtieren und ihren Lebensräumen. Die Fachpersonen sind auch klar der Ansicht, dass der Tourismus als Nutzniesser des Naturwerts Wildtiere einen Beitrag zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume leisten soll. Daher fordern sie von den Tourismusverantwortlichen und Anbietern eine aktive Gästesensibilisierung und Besucherlenkung unter Absprache mit der lokalen Wildhut sowie die Förderung eines entsprechenden Bewusstseins und Wissens bei den Exkursionsleitern. Denn bei beiden Punkten orten die Fachpersonen noch Handlungsbedarf.

Dass die unter Umständen zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel aus den Einnahmen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten dort eingesetzt werden sollen, wo sie generiert wurden, darin sind die Fachpersonen sich ebenfalls einig und schlagen verschiedene Projekte zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume vor. Allerdings haben die Fachpersonen unterschiedliche Ansätze und Vorstellungen, wenn es um die Organisation und Koordination dieser finanziellen Mittel und Projekte geht. Die Diskrepanzen sind zum Teil darauf zurückzuführen, dass die Ansprüche bestehen, entweder lokal/regional zu wirken oder möglichst zentral zu koordinieren.

Die Idee, auf jedem touristischen Angebot, das die frei lebende Fauna tangiert, einen «Wildtierfranken» zu erheben, unterstützt das Argument einzelner Tourismusorganisationen (vgl. Kapitel 3.2.1.3 „Touristisches

Engagement für die Wildtiere“, Seite 47), dass auch andere Freizeitaktivitäten sich auf die Wildtiere auswirken und letztendlich alle Touristen von den Wildtieren profitieren.

Ob und inwieweit die Weiterbildung der Exkursionsleiter – denen als Multiplikatoren eine wichtige Vorbildfunktion zukommt – zur Einführung von Standards bei Wildtierbeobachtungs-Angeboten und zu deren Qualitätssicherung beitragen sollen, bleibt Gegenstand weiterer Überlegungen und Diskussionen. Auch die Idee eines Fair-Trade-Labels bezüglich Wildtiere verlangt nach einer intensiven label-thematischen Auseinandersetzung sowie einer Kosten-Nutzen-Abwägung.

Ein gemeinsames Ziel ist bereits eine sehr gute Voraussetzung, um die vorhandenen Ansätze und Schwerpunkte zum Thema Schutz und Nutzen zwischen Tourismus und Wildtieren weiterzuentwickeln. In diesem Sinne sind die Fragen und Ausführungen als Ausgangslage für eine weiterführende Auseinandersetzung ausserhalb dieser Arbeit zu betrachten.



## 5 Auswirkungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten auf die Wildtiere

Da die Wildtiere im Zentrum eines Wildtierbeobachtungs-Angebots stehen und die Hauptattraktion einer jeden Exkursion darstellen, darf die Auseinandersetzung mit den möglichen Auswirkungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten auf verschiedene Tierarten des Alpenraums nicht fehlen.

Auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen sind die Gruppen zu Fuss unterwegs, auf Wegen und zum Teil auch abseits davon. Sie bleiben dann möglicherweise längere Zeit an einem bestimmten Ort, um Wildtiere zu beobachten. Die Wirkung auf die Tiere ist deshalb ähnlich jener, die generell von Menschen, die zu Fuss unterwegs sind, ausgeht – zum Beispiel von Wanderern auf Wegen oder abseits im Gelände, wie dies vor allem beim Schneeschuhwandern der Fall ist. Beim Beobachten von einem bestimmten Ort aus bleiben die Tiere dagegen weitgehend unbehelligt, wenn ein genügend grosser Abstand zu ihnen eingehalten wird. Deshalb beziehen sich die nachstehenden Ausführungen im Wesentlichen auf jene Fälle, in denen sich die Gruppen fortbewegen.

Dieses Kapitel ist das Resultat einer reinen Literaturrecherche. Die Inhalte sind hauptsächlich INGOLDS Werk *Freizeitaktivitäten im Lebensraum der Alpentiere* (2005) entnommen. Dieses umfassende Standardwerk bezieht sich auf zahlreiche Untersuchungen an alpinen Säugetieren im Rahmen des vom Bundesamt für Umwelt (BAFU, damals BUWAL) in Auftrag gegebenen Projekts «Tourismus und Wild» (INGOLD et al. 1996) und wurde durch Untersuchungen aus anderen inner- und ausseralpinen Gegenden ergänzt.

Bezüglich der Tierarten liegt der Schwerpunkt vor allem auf jenen Alpentieren, zu denen Forschungsergebnisse vorliegen, und die die Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten mit Vorliebe zu Gesicht bekommen möchten (siehe Kapitel 3.1.2.2 „Soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen“, Seite 28). Dazu zählen der Alpensteinbock (*Capra ibex*), die Alpengämse (*Rupicapra rupicapra*), das Alpenmurmeltier (*Marmota marmota*), der Rothirsch (*Cervus elaphus*) sowie das Alpenschneehuhn (*Lagopus mutus*) und das Birkhuhn (*Tetrao tetrix*).

### 5.1 Theoretische Grundlagen

Die nachstehenden Beschreibungen, Definitionen und Erläuterungen sind in Zusammenhang mit den touristischen Freizeitaktivitäten zu verstehen und bilden die Grundlagen zum Thema *Auswirkungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten auf die Wildtiere*.

### 5.1.1 Zum Begriff «Störung»

Gemäss REICHHOLF (2001) kann der Begriff «Störung» wie folgt beschrieben werden:

Eine Störung unterbricht oder verändert (lebenswichtige) Aktivitäten, wie Nahrungsaufnahme, Nahrungssuche, Sich-Putzen, Brüten, Füttern oder andere Aktivitäten im Zusammenhang mit der Fortpflanzung sowie mit den Abläufen in der Entwicklung von Tieren oder ihr Ruhen. Störungen sind äussere Einwirkungen, verursacht von anderen Tieren, von Vorgängen in der Umwelt und vom Menschen, die das Tier Energie und/oder Zeit kosten. Störungen unterscheiden sich im Hinblick auf ihre Dauer, Intensität, Häufigkeit des Auftretens und ihre zeitliche Verteilung im Tages- und Jahresablauf. Zudem hängen die Auswirkungen von Störungen von den Vorerfahrungen der betroffenen Arten ab.

Für die vorliegende Arbeit soll nach INGOLD et al. (1996) unterschieden werden zwischen «Störung» als Einzelereignis, welches Tiere veranlasst, die momentane Tätigkeit zu unterbrechen und/oder einen Ort zu verlassen, sowie «erhebliche Störung», welche durch häufiges Auftreten von bestimmten Ereignissen gekennzeichnet ist und zu weiterreichenden Folgen für eine Tierart führt. Nach INGOLD (2005) ist «Störung» ein häufig verwendeter, wertender Begriff im Sinne eines negativen Einflusses auf Tiere. Um Missverständnisse zu vermeiden, empfiehlt er, wenn immer möglich, anstelle des Begriffs «Störung» den Sachverhalt einer Auswirkung konkret und sachlich zu beschreiben.

### 5.1.2 Reaktionen

Die Reaktionen der Tiere auf menschliche Aktivitäten äussern sich physiologisch, verhaltensbiologisch sowie in weitergehenden Auswirkungen (REICHHOLF 2001; INGOLD 2005). Die unterschiedlichen Reaktionsarten machen deutlich, dass die Auswirkungen von Aktivitäten sich nicht nur auf das Unmittelbare und Sichtbare beziehen sondern auch physiologische und ökologische Konsequenzen nach sich ziehen können.

#### Verhaltensbiologische Reaktion

Die verhaltensbiologischen Reaktionen bei Tieren drücken sich durch Verhaltensänderungen aus. Wenn beispielsweise der Mensch sich einem Wildtier nähert und von diesem bemerkt wird, hebt es in der Regel den Kopf an, dreht ihn und hält ihn gegen den Menschen gerichtet. Diese unmittelbare Reaktion wird als «aufmerken» und «sichern» bezeichnet. Unmittelbar nach der Erstreaktion oder bei weiterer Annäherung weicht das Tier aus, indem es weg fliegt oder davon rennt, was als «Ausweichen» oder oft auch als «Flüchten» bezeichnet wird (INGOLD 2005).

#### Physiologische Reaktion

Als physiologische Reaktion werden beispielsweise Änderungen in der Herzschlagfrequenz oder im Energiehaushalt bezeichnet. Hervorgerufen werden diese physiologischen Auswirkungen von menschlichen Aktivitäten bei Flucht- oder Vermeidereaktionen sowie veränderter Nahrungsaufnahme (REICHHOLF 2001).



Nach HÜPPOP (1988; et al. 1990; 1995) ist eine akute Erhöhung der Herzschlagrate (Tachycardie) die häufigste physiologische Reaktion der Tiere auf Ereignisse in ihrer Umgebung. HÜPPOPS Messungen haben ergeben, dass bei massiver Erregung der Tiere der Puls noch Stunden nach dem Reiz erhöht sein kann, bei Dauerstress sogar über Tage. Eine Pulsniedrigung (Bradycardie) hingegen tritt gemäss HÜPPOP vor allem bei Arten mit Tarnfärbung auf, beispielsweise beim Alpenschneehuhn, Birkhuhn oder Hirschkalb. Durch Drückreaktionen, bei denen sich die Tiere eng an Boden oder Nest pressen, sowie durch Reduktion von Atmung und Herzschlag versuchen die Tiere so unauffällig wie möglich zu sein. Werden diese Tiere dennoch aufgestöbert, reagieren auch sie als Vorbereitung auf Flucht oder Angriff mit abrupter Erhöhung der Herzschlagrate.

Akute oder chronische Belastungen erzeugen auch bei Tieren «Stressreaktionen». Diese zeigen sich in einem erhöhten Puls und in der Ausschüttung verschiedener Hormone, wie zum Beispiel Adrenalin und Cortisol bei den Säugetieren. Diese Hormone greifen massiv in den Zellstoffwechsel ein und können auf diese Weise den Energieumsatz beeinflussen (HÜPPOP 1988; et al. 1990; 1995).

### 5.1.3 Reaktions- und Fluchtdistanz

Reaktions- und Fluchtdistanz definiert nach INGOLD (2005):

Als «Reaktionsdistanz» wird jene Distanz bezeichnet, die ein Tier im Augenblick seiner ersten Reaktion auf ein wahrgenommenes Objekt zu diesem hat. Entsprechend ist die «Ausweich»- oder «Fluchtdistanz» jene zwischen dem Objekt und dem Tier bei Beginn des Ausweichens oder Flüchtens, und die danach zurückgelegte Strecke wird als «Ausweich»- oder «Fluchtstrecke» bezeichnet. Das Ende dieser Fluchtstrecke wird dadurch bestimmt, dass das Tier eine gewisse Zeit lang, zum Beispiel fünf Minuten, an einem Ort bleibt und Nahrung aufnimmt oder ruht. Gelegentlich lassen die Tiere den Menschen nach der ersten Reaktion durch Aufmerken und Sichern noch ein Stück weit näher kommen, ehe sie ausweichen. Und manchmal folgt auf das erste Reagieren gleich das Ausweichen, was darauf hin deutet, dass das Tier überrascht wurde. Diese Reaktions- und Ausweichdistanzen sowie Ausweichstrecken und Dauer der Unterbrechung eines Verhaltens geben Auskunft über die Empfindlichkeit der Tiere und die Stärke ihrer Reaktion in verschiedenen Situationen.

### 5.1.4 Zufluchtsorte

Die Zufluchtsorte von Gämsen und Steinböcken gegenüber Menschen am Boden befinden sich in für uns Menschen schwer zugänglichem Gelände wie Geröllhalden und Felsen. Gegenüber Luftfahrzeugen sind es Bereiche mit Büschen und Wald (INGOLD 2005). Hirsche und Rehe hingegen suchen generell deckungsreiches Gelände und im Wald die dichteren Baumbestände auf (GEORGII 1980, MÜRI et al. 1995). Murmeltiere nehmen Zuflucht in ihrem Bau sowie in den vielen im Territorium verstreuten Fluchtröhren.

## 5.2 Reaktionen der Tiere gegenüber Menschen, die sich ihnen zu Fuss nähern

Für ein wildtierschonendes Verhalten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen ist es wichtig zu wissen, welche Faktoren die Reaktionen der Tiere beeinflussen. Im Folgenden wird auf jene Faktoren eingegangen, welche von Menschen auf einer Wildtierbeobachtungs-Exkursion ausgehen können.

### 5.2.1 Ort, Richtung und Geschwindigkeit der Annäherung

Dass Ort, Richtung und Geschwindigkeit der Annäherung die Reaktion der Wildtiere beeinflussen, zeigen folgende Untersuchungen:

Ein Experiment von ZELLER (1991) am Augstmatthorn hat ergeben, dass Gämbsböcke gegenüber einer Person, die sich auf einem Weg nähert, deutlich geringere Ausweichdistanzen zeigten (durchschnittlich 103 m) als gegenüber einer Person, die sich abseits im Gelände den Tieren nähert (durchschnittlich 170 m). Auch waren die Fluchtstrecken der Tiere gegenüber dem «Wegwanderer» kürzer als gegenüber dem «Querfeldeinwanderer».

MAININI et al. (1993) haben durch Experimente im Gebiet First bei Grindelwald festgestellt, dass Murmeltiere ebenfalls stärker reagieren und grössere Reaktions- und Fluchtdistanzen haben, wenn Wanderer einen viel begangenen Weg verlassen und abseits durchs Gebiet gehen. Bei «Wegwanderern» verschwanden die Murmeltiere in einem von 19 Fällen, also kaum, und bei «Querfeldeinwanderern» in neun von elf Fällen.

Nach CEDERNA et al. (1985) reagieren Tiere erfahrungsgemäss empfindlicher, wenn ein Mensch direkt auf sie zugeht, als wenn er sie seitlich passiert. Zudem können Tiere, die sich bereits etwas zurückziehen begonnen haben, innehalten und bleiben, wenn die Person ihre Richtung ändert, auch wenn der Abstand zu ihnen kaum verändert wird (INGOLD 2005).

GANDER et al. (1997) überprüften experimentell, wie sich Gämbsböcke verhalten, wenn eine Person als Wanderer, Bergläufer oder Mountainbikefahrer sich auf einem Weg fortbewegt, der quer durch ein bevorzugtes Weidegebiet führt. Es zeigte sich, dass sich bezüglich der Reaktions- und Fluchtdistanz keine Unterschiede ergaben, hingegen die Fluchtstrecke beim Auftreten des Bergläufers und des Mountainbikefahrers deutlich grösser war als beim Wanderer. Die Ursache für die stärkere Reaktion der Gämbsböcke gegenüber dem Bergläufer und dem Mountainbikefahrer kann die Art der Fortbewegung und die Geschwindigkeit oder auch das ganz andere Aussehen des Mountainbikefahrers gewesen sein.

### 5.2.2 Position zu den Tieren

Die Position zu den Tieren spielt eine wichtige Rolle bezüglich der Reaktion: ZELLER (1991) stellte experimentell fest, dass bei der Position «Wanderer oberhalb der Tiere» die Reaktions- und Ausweichdistanzen beträchtlich grösser waren (im Mittel 160 m), als bei der Position «Wanderer unterhalb der Tiere» (105 m), und dies unabhängig von der Erreichbarkeit der Rückzugsgebiete.

### 5.2.3 Einzelpersonen und Gruppen

Folgendes Beispiel zeigt, dass die Reaktion der Wildtiere auf Gruppen stärker ausfällt als auf Einzelpersonen: ZELLER (1991) überprüfte die Reaktion von Gämbsböcken gegenüber Gruppen von Wanderern im Vergleich zu einzelnen Wanderern und stellte gegenüber Wandergruppen eine grössere Fluchtdistanz (im Mittel 170 m) fest, als gegenüber einzelnen Wanderern (120 m). Auch die beim Ausweichen zurückgelegte Strecke der Gämbsböcke war mit 150 Metern bei den Wandergruppen deutlich länger als bei den einzelnen Wanderern mit 77.5 Metern. Dies bestätigt auch HAMR (1988) mit entsprechenden Ergebnissen zur Fluchtdistanz von Gämsen in den österreichischen Alpen. Ob die stärkere Wirkung von Gruppen auf den optischen oder den akustischen Eindruck zurückzuführen war, bleibt allerdings offen (INGOLD 2005).

### 5.2.4 Akustische Ereignisse/Lautstärke

Akustische Ereignisse beeinflussen die Reaktion der Tiere relativ stark, insbesondere, wenn sie laut sind, wie beispielsweise die lauten Stimmen von Menschen:

VALLAN (1992) konnte im Untersuchungsraum Augstmatthorn mehrere Male beobachten, dass akustische Ereignisse eine starke Wirkung auf die Tiere haben können. Beispielsweise beobachtete er am 19. August 1991, wie weibliche Gämsen mit Kitzen, die in einer ausgedehnten Weide geäst hatten, sich über eine Strecke von rund 250 Metern hangaufwärts bis zu den Felsen verzogen, als eine Gruppe von zwölf lärmenden Schülern am Fuss eines Hanges durchging.

Auch bei vier weiblichen Steinböcken mit ihren Kitzen stellte ZELLER am 16. Juli 1994 am Augstmatthorn eine heftige Reaktion aufgrund von akustischen Veränderungen fest. Die Steinbockgruppe war gerade am Äsen und kaum beunruhigt, obwohl immer wieder Wanderer und auch eine Gruppe von etwa dreissig Jugendlichen in etwa 80 bis 100 Meter Distanz oberhalb von ihnen durchgingen. Als aber die Jugendlichen auf dem etwas weiter entfernten Gipfel ankamen und sich durch Lachen, lautes Sprechen und Rufen bemerkbar machten, rannten die Tiere bergabwärts und verschwanden hinter einem kleinen Grat (INGOLD 2005).

### 5.2.5 Mitführen eines Hundes

Das Mitführen eines Hundes beeinflusst die Reaktion der Tiere sehr stark, wie folgende Beispiele zeigen:

Am Augstmatthorn wurden zahlreiche Gelegenheitsbeobachtungen zu den Reaktionen von Gämsen und Steinböcken gegenüber Hunden gemacht. Dabei konnte festgestellt werden, dass Gämbsböcke bereits auf eine sehr grosse Distanz von 300 bis 400 Metern mit Sichern reagieren, was ohne Hund bei einer Distanz von 150 bis 200 Metern der Fall wäre. Eine noch stärkere Reaktion bei Gämbsböcken, mit einer zurückgelegten Fluchtstrecke von bis zu 900 Metern, wurde beobachtet, wenn Wanderer mit einem frei laufenden Hund auftauchten. Ähnliche Beobachtungen konnten an weiblichen Gämsen mit Kitzen gemacht werden (INGOLD 2005).

Alte Steinböcke zeigten gegenüber einem Hund andere Reaktionen als Gämsen. So kam es vor, dass ein alter Bock gegen einen angeleiteten Schäferhund vorsties, oder dass sich ein alter Bock vor einem nicht angeleiteten Hund in eine Felswand zurückzog und da blieb, bis der Hund umkehrte. Eine Gruppe weiblicher Steinböcke blieb zunächst stehen und fixierte den angeleiteten Hund eine Weile, bevor sie plötzlich im steilen Hang verschwand (INGOLD 2005).

MAININI et al. (1993) stellten auch fest, dass die Fluchtdistanz der Murmeltiere gegenüber einem «Wegwanderer» mit Hund sogar noch wesentlich grösser ist als gegenüber einem «Querfeldeinwanderer» ohne Hund.

Gemäss INGOLD (2005) stellen umherstreunende Hunde für die Küken von Raufusshühnern, die noch nicht fliegen können, eine grosse Gefahr dar.

### 5.2.6 Gewöhnung

NEUHAUS et al. (1998) hat dokumentiert, dass Murmeltiere entlang stark frequentierter Wege wesentlich weniger scheu sind als Tiere abseits im Gelände, die nur selten in Kontakt mit Menschen kommen.

Feststellungen bei Murmeltieren oder bei Gämsen, wonach dieselben Tiere gegenüber Menschen auf einem Weg oder einer Strasse deutlich weniger scheu sind als gegenüber Menschen abseits im Gelände, sind vielfach belegt und sprechen für eine Erfahrungsbildung im Sinne von Gewöhnung (INGOLD 2005).

Dass auch Raufusshühner sich an wiederkehrende Ereignisse gewöhnen können, hat GABRIELSEN et al. (1985) an Alpenschneehühnern in Skandinavien experimentell nachgewiesen: Vom Menschen in kurzen Abständen geäusserte Rufe hatten einen Rückgang der Herzschlagratenabsenkung zur Folge.

Gewöhnung ist am besten möglich, wenn Ereignisse kanalisiert auftreten, beispielsweise, wenn Aktivitäten ausschliesslich auf Wegen und Routen erfolgen, und sich die Tiere darauf einstellen können. Dass die Tiere in Nationalparks oder in Naturschutzgebieten trotz grosser Wanderfrequenz wenig scheu sind, wird dem regelmässigen sowie wegen Weggebots kanalisiertem Besucherstrom zugeschrieben, gemeinhin bekannt als «Nationalparkeffekt» (BERGMANN et al. 2001). Im Schweizerischen Nationalpark hat die geringe Scheu der Hirsche offensichtlich auch mit dem Weggebot zu tun, denn verlassen Wanderer den Weg, reagieren die Hirsche äusserst sensibel und verziehen sich auf grosse Distanz (INGOLD 2005).

### 5.2.7 Sensitivierung

Eine Sensitivierung der Tiere zeigt sich beispielsweise dann, wenn Personen irgendwo im Gelände immer wieder auf die Tiere zugehen: KOBELT (2004) hat mit Experimenten an weiblichen Gämsen festgestellt, dass die Tiere in kurzer Zeit sensibler reagierten, wenn er sich ihnen abseits eines Weges wiederholt näherte. Mit zunehmender Zahl der Annäherungen nahmen die Reaktions- und Fluchtdistanzen, die zurückgelegte Strecke und die Dauer des Äsungsunterbruchs zu, und dies sowohl im Sommer als auch im Winter. Wenn sich bedrohliche Situationen wiederholen, können die Tiere also scheuer werden.

### 5.2.8 Schlussfolgerung

Die verschiedenen Untersuchungsergebnisse und Beispiele zeigen, dass die unmittelbaren Reaktionen der Tiere von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst werden. Um zu erreichen, dass die Besucher und Besucherinnen eines Gebiets mit ihrem Verhalten bei den Wildtieren eine möglichst geringe Reaktion auslösen, ist die Kenntnis dieser reaktionsbeeinflussenden Faktoren wichtig. Die Besucher und Besucherinnen sollten mit den wichtigsten in geeigneter Form vertraut gemacht werden.

Übersicht über die Faktoren, welche die Reaktionen der Tiere beeinflussen (nach INGOLD 2005)

- Ort, Richtung und Geschwindigkeit der Annäherung von Menschen
- Position zu den Tieren (ober- oder unterhalb)
- Einzelpersonen oder Gruppen
- Akustische Ereignisse/Lautstärke
- Mitführen eines Hundes
- Abstand zum Rückzugsgebiet der Tiere und Sichtschutz
- Deckungbietende Strukturen
- Geschlecht der Tiere und Anwesenheit von Jungtieren
- Alter der Tiere
- momentane Beschäftigung der Tiere
- Gruppengrösse bei den Tieren
- Mitreisseffekt unter Tieren
- Gewöhnung oder Sensitivierung der Tiere
- Tages- und Jahresverlauf

### 5.3 Weitergehende Auswirkungen

Nach den unmittelbaren Reaktionen der verschiedenen Tierarten gegenüber sich ihnen zu Fuss nähernden Menschen, sind nachstehend einige weitergehende Auswirkungen auf die Wildtiere beschrieben.

Verschiedene Untersuchungen haben ergeben, dass die vom Menschen ausgeübten Aktivitäten dazu führen können, dass Säugetiere und Vögel ein Gebiet oft vorzeitig verlassen oder ihm längere Zeit fern bleiben. Dies konnte ZELLER (1991) bei Gämsböcken am Augstmatthorn feststellen: Wenn der Wanderbetrieb schon früh am Morgen begann, suchten die Gämsböcke ihr Rückzugsgebiet vorzeitig auf, dabei hatten die ersten Wanderer eine besonders starke Wirkung. In diesem Fall hat der Wanderbetrieb gemäss INGOLD (2005) kaum weitergehende Folgen für die Tiere, da der Weg gegen Abend, zur zweiten Hauptaktivitätszeit der Gämsen, im Sommer selten begangen wird. In Gebieten mit einem zeitlich ausgedehnteren Betrieb ist

allerdings damit zu rechnen, dass die Tiere das Gebiet verlassen und für längere Zeit ruhigere Gebiete aufsuchen, denn Gämsen sowie andere Wiederkäuer müssen aus verdauungsphysiologischen Gründen auch tagsüber genügend Nahrung aufnehmen können (INGOLD 2005).

Vorübergehend für die Tiere nicht nutzbare Gebietsstreifen entlang von Wegen, Strassen, Routen, Pisten oder anderer betrieblicher Infrastruktur führen gemäss INGOLD (2005) dazu, dass der Raum, in dem die Tiere unbehelligt bleiben, beträchtlich schrumpfen kann. Dies trifft besonders zu, wenn ein dichtes Netz von Strassen, Wegen, etc. vorhanden ist.

Gewisse Tiere, wie Hirsche, können sich umstellen und am Tag erlittene Ausfälle bei der Nahrungsaufnahme kompensieren. Für die Raufusshühner wie Alpenschneehuhn und Birkhuhn zum Beispiel ist Nachtaktivität aber kaum möglich (INGOLD 2005).

Besonders im Winter beeinträchtigen eine durch den Freizeitbetrieb verminderte Nahrungsaufnahme und erhöhte Bewegungsaktivität der Tiere die körperliche Verfassung (Kondition) und die Überlebenschance noch stärker, als dies ohnehin zu dieser Jahreszeit der Fall ist: zum Beispiel wenn Gämsen, Steinböcke und Rothirsche wiederholt durch den Tiefschnee flüchten und Raufusshühner die gegen Kälte isolierende Schneehöhle immer wieder verlassen und fliegend einen anderen, ungeschützten Ort aufsuchen müssen (INGOLD 2005).

Beim Brüten kann bereits ein mehrmaliges Nestverlassen zu konditionellen Einbussen mit Folgen für den Fortpflanzungserfolg führen (INGOLD 2005). Der Raub von Eiern und Jungen bei Nestabwesenheit des brütenden Vogels sowie die Aufgabe der Brut sind die häufigsten Ursachen von Ei- und Jungenverlusten wegen Freizeitaktivitäten. Zu Jungenverlusten kann es ebenfalls kommen, wenn Altvögel zu stark beunruhigt werden und die Jungen dadurch zu wenig Nahrung oder zu wenig Wärme erhalten, oder wenn – wie bei Raufusshühnern festgestellt wurde – durch die Fluchtreaktion die Jungen von der Mutter getrennt werden und sie nicht mehr zueinander finden (MARTI et al. 1985; INGOLD 2005).

Die möglichen Auswirkungen auf Wildtiere können weit über die unmittelbaren Reaktionen des Individuums hinaus gehen und folgende Punkte betreffen (INGOLD 2005):

- die Raum- und Gebietsnutzung
- die Aktivität im Tages- und Jahresverlauf (Nahrungsaufnahme, Ruhen)
- Soziales (Mutter-Jungen-Beziehung)
- das Fortpflanzungsverhalten (Brut- und Jungenpflege)
- die Feindvermeidung und weitere Verhaltensaspekte
- physiologische Aspekte wie der Hormon- und Energiehaushalt
- die körperliche Verfassung (Kondition)
- die Überlebensfähigkeit des Alttieres
- die Entwicklung und das Überleben der Jungen
- den Fortpflanzungserfolg.

Weitere mögliche Auswirkungen betreffen die beiden übergeordneten Ebenen:

- Population und
- Lebensgemeinschaft

Alleine betrachtet üben Wildtierbeobachtungs-Exkursionen einen vergleichsweise geringen Einfluss auf die Wildtiere aus. Als Teil des Freizeitbetriebs in einem Gebiet können auch sie – in Folge einer Aufsummierung aller reaktionsbeeinflussenden Faktoren – zu weiterführenden Auswirkungen für die Wildtiere beitragen. Deshalb ist es wichtig, dass alle Aktivitäten in einem Gebiet wildtierschonend ausgeübt werden.

## 5.4 Empfehlungen für die Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten

Aufgrund der oben beschriebenen Auswirkungen von Aktivitäten auf und abseits von Wegen und Routen auf ausgewählte Wildtiere im Alpenraum und im Hinblick auf ein rücksichtsvolles Verhalten gegenüber den Wildtieren in ihrem Lebensraum, sind im Folgenden einige Empfehlungen zur Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten aufgeführt. Diese sind in räumliche und zeitliche Aspekte, rücksichtsvolles Verhalten sowie ganzheitliche Betrachtungsweise eingeteilt.

### Räumliche Aspekte

Um den Einfluss auf Wildtiere möglichst gering zu halten, ist es wichtig, dass die Exkursionsleiterinnen und Exkursionsleiter sich ausschliesslich an die bestehenden Wanderwege und Wanderrouten halten und die für Wildtiere sensiblen Gebiete meiden. Die ausgeschiedenen Wildruhe- und Wildschutzgebiete sind zu respektieren. Die Route ist mit Vorteil in Absprache mit dem lokalen Wildhüter zu wählen, denn dieser kennt die bevorzugten Aufenthaltsorte gewisser Tierarten und kann auf diese Weise eine sinnvolle Besucherlenkung vornehmen.

Weggebote sind ebenfalls sehr empfehlenswert und haben sich gerade in Zusammenhang mit Wildtierbeobachtungen in stark frequentierten Gegenden gut bewährt. Das zeigen die Erfahrungen im Schweizerischen Nationalpark und anderen Naturschutzgebieten, wie beispielsweise dem Aletschgebiet. Daher ist die Umsetzung eines generellen Weggebots für bestimmte Routen in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Stellen zu prüfen und nach der Einführung breit zu kommunizieren. Denn nur, wenn sich alle Besucherinnen und Besucher eines Gebiets daran halten, ist es langfristig möglich, dass sich der erwünschte «Nationalparkeffekt» einstellt.

### Zeitliche Aspekte

Alle Tiere sind während der Setz- und Brutzeit sowie in den ersten paar Wochen der Jungenaufzucht besonders verletzlich und sensibel für Aktivitäten in ihrem Umfeld. Deshalb sollten Wildtierbeobachtungs-Exkursionen zu diesen Jahreszeiten nicht oder nur in Absprache mit dem Wildhüter und mit einem grossen Bogen um die entsprechenden Setz- und Brutorte durchgeführt werden.

Ebenfalls zu vermeiden sind Wildtierbeobachtungs-Angebote zu den Dämmerungszeiten, da diese für viele Tierarten die Hauptaktivitätszeiten darstellen. Gerade in stark frequentierten Wandergegenden kann sich ein frühes oder spätes tageszeitliches Erscheinen des Menschen für bestimmte Tierarten nachteilig auswirken. Deshalb ist in Absprache mit dem lokalen Wildhüter zu entscheiden, zu welchen Tageszeiten die eine oder andere Route gewählt werden soll. Ebenso sollten Nachtbeobachtungen unterlassen werden.

Führungen für Beobachtungen von Tieren oder Tierspuren im Winter sollten besonders vorsichtig durchgeführt werden, unter Benutzung markierter Routen und/oder Winterwanderwege. Es gelten die oben erwähnten Regeln. Wenn dabei Tiere wie Gämsen aus genügend grosser Distanz beobachtet werden können, so dass sie völlig unbehelligt bleiben, sind entsprechende Exkursionen auch im Winter gut möglich. Andernfalls sollte auf sie verzichtet werden.

Um die Chancen auf Tiersichtungen und lange Beobachtungssequenzen während der Wildtierbeobachtungs-Exkursion zu erhöhen, lohnt es sich, auch Informationen über das zeitliche und räumliche Auftreten anderer Freizeitaktivitäten und Veranstaltungen einzuholen.

### **Rücksichtsvolles Verhalten**

Der Respekt vor Tieren zeigt sich in einem rücksichtsvollen Verhalten ihnen und ihrem Lebensraum gegenüber. Ein rücksichtsvolles Verhalten ist sowohl für Wildtiere als auch für Wildtierbeobachtungs-Angebote existenziell, denn dadurch werden nicht nur die negativen Auswirkungen auf die Tier- und Pflanzenwelt möglichst gering gehalten sondern auch die Chancen auf Tiersichtungen und lange Beobachtungssequenzen erhöht.

Ein rücksichtsvolles Verhalten gegenüber Wildtieren drückt sich zum Beispiel dadurch aus, dass die Exkursionsgruppe sich im Lebensraum der Tiere möglichst unauffällig verhält: indem der Exkursionsleiter und die Teilnehmenden nur leise miteinander sprechen, Geräusche vermeiden, sich nicht zu rasch fortbewegen, nach Möglichkeit unterhalb von Tieren durchgehen und auf das Mitnehmen eines Hundes verzichten, um nur einige Beispiele aufzuführen.

Ein speziell vorsichtiges Verhalten der Beobachtenden ist gegenüber den weiblichen Tieren mit ihren Jungen angebracht, die oft besonders empfindlich sind (zum Beispiel Gämsen). Im Weiteren ist Vorsicht geboten, wenn der Abstand zum Rückzugsgebiet für die Tiere sehr gross ist, und wenn kein Sichtschutz im Gelände oder keine Deckung bietenden Strukturen vorhanden sind.

Ein weiterer Aspekt, auf den bislang nicht eingegangen wurde, ist jener der Geruchswelt. Säugetiere haben bekanntlich einen ausgeprägten Geruchssinn. Um die Tiere nicht zusätzlich zu reizen, respektive um auf einer Wildtierbeobachtungs-Exkursion weniger schnell aufzufallen, ist es von Vorteil, die Windrichtung zu beachten (von den Tieren zu den Beobachtenden).

Dadurch, dass Wildtierbeobachtungs-Angebote von Exkursionsleitern geführt werden, eignen sie sich hervorragend, um den respektvollen Umgang mit der Natur und ein rücksichtsvolles Verhalten gegenüber den Tieren zu vermitteln und vorzuleben. Den Exkursionsleiterinnen und -leitern kommt eine wichtige Vorbildfunktion zu. Sie sind die «Multiplikatoren» für wildtierschonendes Verhalten.



### **Aspekt der ganzheitlichen Betrachtungsweise**

Im Zusammenhang mit den durch Menschen verursachten Auswirkungen auf Wildtiere ist der Aspekt der ganzheitlichen Betrachtungsweise besonders wichtig. Es macht durchaus Sinn, nicht nur jede Freizeitaktivität oder jedes naturnahe Angebot für sich wildtierverträglich zu gestalten, sondern darauf zu achten, dass der Gesamteinfluss auf die Tierwelt so gering wie möglich ist. Deshalb besteht eine erste Empfehlung für die Tourismusorganisationen und Anbieter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten – insbesondere auch ausserhalb von Nationalparks oder ähnlichen Naturschutzgebieten – darin, nicht nur mit dem lokalen Wildhüter sondern gegebenenfalls mit weiteren lokalen und kantonalen Behörden, mit allen anderen Anbietern von Freizeitaktivitäten und naturnahen Angeboten im gleichen Gebiet sowie mit weiteren lokalen Leistungserbringern wie beispielsweise den Bergbahnen und den Berggasthütten zusammenzuarbeiten und sich mit den Auswirkungen menschlicher Aktivitäten auf die Wildtiere auseinanderzusetzen. Die Zusammenarbeit soll das Ziel verfolgen, die Auswirkungen auf die Tier- und Pflanzenwelt möglichst gering zu halten und, wo Handlungsbedarf besteht, gemeinsam nach geeigneten Lösungen und Massnahmen zu suchen.

Angesichts der Tatsache, dass ein dichtes Wanderwegnetz das Einflusspotenzial von Freizeitaktivitäten auf Wildtiere erhöht, geht eine zweite Empfehlung dahin, zu prüfen, ob nicht der eine oder andere Weg in einem Gebiet wieder aufgehoben oder vorübergehend geschlossen werden soll. Damit kann dem flächendeckenden Einfluss von Freizeitaktivitäten schon beträchtlich entgegengewirkt werden, und die Fläche, in denen die Tiere unbehelligt bleiben, kann wieder zunehmen.

### **Zusammenfassung**

Die abgeleiteten Empfehlungen zur Gestaltung von wildtierschonenden Wildtierbeobachtungs-Exkursionen sind hier in aufgelisteter Form zusammengefasst:

- Sich an die bestehenden Wanderwege und Wanderrouten halten
- Die ausgeschiedenen Wildruhezeiten und Wildschutzgebiete respektieren
- Für eine sinnvolle Besucherlenkung Route in Absprache mit dem lokalen Wildhüter wählen (auch in Bezug auf Tages- und Jahreszeit)
- Während der Setz-, Brut- und den ersten Wochen der Jungenaufzuchtzeit die betreffenden Gebiete meiden
- Vermeiden von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen zur Dämmerungszeit und während der Nacht
- Führungen im Winter besonders vorsichtig durchführen, so dass die Tiere völlig unbehelligt bleiben
- Nur leise miteinander sprechen und Geräusche vermeiden
- Sich nicht zu rasch fortbewegen
- Nach Möglichkeit unterhalb der Tiere durchgehen
- Auf das Mitführen von Hunden verzichten

- Speziell vorsichtiges Verhalten:  
gegenüber weiblichen Tieren mit ihren Jungen,  
wenn der Abstand zum Rückzugsgebiet für Tiere sehr gross ist,  
kein Sichtschutz im Gelände und  
keine Deckung bietenden Strukturen vorhanden sind
- Die Windrichtung beachten
- Die Gäste für die Bedürfnisse und Anliegen der Tiere sensibilisieren
- Informationen über das zeitliche und räumliche Auftreten anderer Freizeitaktivitäten und Veranstaltungen einholen
- Die Zusammenarbeit und Koordination mit anderen Freizeitaktivitäten, Leistungserbringern und Behörden suchen
- Prüfen, ob Weggebote eingeführt und kommuniziert werden sollen
- Prüfen, ob Wege wieder aufgehoben oder vorübergehend geschlossen werden sollen

## 6 Diskussion mit Ausblick

Das Zusammenspiel von Wildtieren und Tourismus im Spannungsfeld von Schutz und Nutzen ist vielfältig und komplex. Die nachfolgende Tabelle soll eine Übersicht der Erkenntnisse vorstellen, welche durch die vorangehenden Kapitel der Arbeit gewonnen und bestätigt werden konnten. Anhand der eingangs festgelegten Leitfragen und der erarbeiteten Antworten wirft sie zudem ein Licht auf den ermittelten Handlungsbedarf und die Herausforderungen, die damit einhergehen.

**Tab. 8:** Übersicht zu den Antworten auf die Leitfragen der vorliegenden Arbeit mit den entsprechenden Massnahmen und Herausforderungen (WTBA steht für Wildtierbeobachtungs-Angebote)

1. Soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen	
Antworten	Massnahmen und Herausforderungen
<p><b>a) Zielgruppe von WTBA:</b> entspricht grundsätzlich den naturnahen Touristen und LOHAS-Konsumtypen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ökologischen, ethischen, gesundheitlichen und ökonomischen Zusatznutzen der Angebote gewährleisten</li> <li>▪ Einbettung der Angebote in das Konzept der Nachhaltigkeit, so dass sie die hohen ethischen Ansprüche des Zielpublikums glaubwürdig erfüllen können</li> </ul>
<p><b>b) Bedeutung von Wildtierbeobachtungen:</b> Das Beobachten von Wildtieren in freier Natur ist der Zielgruppe viel Wert, sie ist sogar bereit, mehr dafür zu bezahlen. Zudem möchte sie, dass ein Teil ihrer Ausgaben auch den Tieren und ihren Lebensräumen zugute kommt. Im Umkreis von etablierten Schutzgebieten kommt WTBA mehr Bedeutung zu, das Zielpublikum ist oft spezifischer und vorsensibilisiert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Integration der Angebote in ein tragfähiges Gesamtkonzept, welches den generierten Mehrwert auf glaubwürdige und effektive Weise den Wildtieren zugute kommen lässt (transparente Kommunikation)</li> <li>▪ Professionelle, kompetente und nachhaltige Gestaltung der Angebote auch ausserhalb von Schutzgebieten</li> </ul>
<p><b>c) Leistungsbereitschaft der Touristen zugunsten der Wildtiere:</b> Ihre finanzielle Leistungsbereitschaft ist sehr hoch und liegt im Durchschnitt 78% über dem bezahlten Betrag, wenn die Qualität stimmt. Um Wildtiere beobachten zu können, sind die Gäste tendenziell bereit, auch Exkursionen von längerer Dauer mitzumachen.</p>	<p>Die Qualität der Angebote muss der Mehrleistungsbereitschaft der Gäste gerecht werden (wildtierschonende und erlebnisorientierte Durchführung, Kompetenz, Authentizität, Vorbildfunktion der Leitungsperson, transparente Kommunikation, Zusatznutzen, nachhaltiges Gesamtkonzept)</p>
2. Touristische Bedeutung von Wildtierbeobachtungen	
Antworten	Massnahmen und Herausforderungen
<p><b>a) Angebot:</b> Es bestehen grosse Unterschiede in der Ausgestaltung der Angebote (z.B. Gruppengrösse, Dauer, Preis, Information, Ausbildungsprofile und Entschädigung der Leitenden).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sorgfältige Angebotsgestaltung nach einheitlichen Qualitätskriterien (Wildtierverträglichkeit, Erlebniswert, Authentizität, Kompetenz, Transparenz, lokale Einbettung, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit)</li> <li>▪ Gezielte Kommunikation (Mund-zu-Mund, Special-Interest-Zeitschriften, Internet)</li> <li>▪ Einführung eines „Natur- und Wildtierverträglichkeits-Labels“ prüfen</li> <li>▪ Qualitätskontrolle</li> </ul>

<p><b>b) Nachfrage:</b> WTBA sind ein wachsendes Segment im naturnahen Tourismus. Jene Anbieter, die ihre Ressourcen (personell, finanziell, bezüglich Know-how) danach ausgerichtet haben, verzeichnen mehr Gäste.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Übermässigen Besucherdruck auf Lebensräume und Wildtierpopulationen durch angemessene Lenkungs- und Kontrollmassnahmen vermeiden</li> </ul>
<p><b>c) Wertschöpfung:</b> Wertschöpfungspotenzial ist vorhanden (Mehrzahlungsbereitschaft), aber zu wenig ausgeschöpft (oft zu tiefe Preise, Angebot nicht kostendeckend, ungenügende Entschädigung der Leitenden)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angemessene Preise/einheitliche Kalkulation</li> <li>▪ Angemessene Entschädigung der Leiter/einheitliche Ansätze</li> <li>▪ Angebotsbündelung</li> <li>▪ Zusatznutzen/-wert</li> <li>▪ Kommunikationskonzept</li> </ul>
<p><b>3. Auswirkungen von WTBA auf Wildtiere</b></p>	
<p>Antworten</p>	<p>Massnahmen und Herausforderungen</p>
<p><b>a) die für Wildtierbeobachtungs-Exkursionen wichtigen reaktionsbeeinflussenden Faktoren:</b> Ort, Richtung und Geschwindigkeit der Annäherung; Position zu den Tieren; Einzelperson und Gruppen; Lautstärke; Mitführen eines Hundes; Gewöhnung; Sensitivierung</p> <p><b>b) abgeleitete Empfehlungen für wildtierschonende Wildtierbeobachtungs-Exkursionen</b> Ausgestaltung des WTBA den naturräumlichen, jahreszeitlichen und artspezifischen (massgeblich sind die Bedürfnisse der sensibelsten Arten) Rahmenbedingungen anpassen (vgl. Kapitel 5.4. „Empfehlungen für die Gestaltung von Wildtierbeobachtungs-Angeboten, Seite 75)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung von verbindlichen Standards (Leitfaden)</li> <li>▪ Den Exkursionsleitenden Informationen für wildtierschonende Exkursionen in geeigneter Form zusammenstellen und zugänglich machen (Erarbeitung eines Leitfadens, Aus-/Weiterbildungskurse, etc.)</li> <li>▪ Ständige Weiterentwicklung der Richtlinien anhand wachsender Erfahrungswerte</li> <li>▪ Exkursionsleiter werden instruiert und geprüft</li> <li>▪ Qualitätskontrolle</li> </ul>
<p><b>4. Soll der Tourismus einen Beitrag zugunsten der Wildtiere leisten, und wenn ja auf welche Art und Weise</b></p>	
<p>Antworten</p>	<p>Massnahmen und Herausforderungen</p>
<p><b>a) Soll der Tourismus einen Beitrag zugunsten der Wildtiere leisten?</b> Ja von allen Seiten (Behörden, Naturschutzverbänden, Tourismus und Gästen)</p>	<p>Definition der Verantwortung des Tourismus gegenüber Wildtieren und ihren Lebensräumen. Definition der Ziele und Strategie in Zusammenarbeit mit Behörden und Naturschutzverbänden</p>
<p><b>b) Soll der Tourismus ein lokales oder regionales Projekt zugunsten der Wildtiere unterstützen?</b> Die Tourismusorganisationen sehen ihren Beitrag vor allem in der Gästesensibilisierung. Für einige Anbieter geht die Unterstützung für ein lokales Projekt zugunsten von Wildtieren zu weit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturnahe Gäste wollen naturnahe Gastgeber</li> <li>▪ Sensibilisierung der Anbieter auf Bedeutung der Wildtiere als natürliche Ressource für naturnahen Tourismus</li> <li>▪ Nachhaltige Gesamtkonzepte für Tourismusdestinationen</li> </ul>
<p><b>c) Sollen die Preise einen Beitrag zugunsten der Wildtiere beinhalten?</b> Touristen sind mit grosser Mehrheit damit einverstanden. Tourismusorganisationen sprechen sich mehrheitlich dagegen aus.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Überprüfen von Vor- und Nachteilen verschiedener Finanzierungsansätze (Verknüpfung mit Wildtierbeobachtungs-Angeboten, mit weiteren Tourismusangeboten, mit Tourismus als Ganzes)</li> </ul>
<p><b>d) In welcher Form soll sich der Tourismus für die Wildtiere engagieren?</b> Der Beitrag kann kommunikativer und/oder finanzieller Art sein. Mögliche Wirkungsbereiche</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Besucherlenkungs-konzepte</li> <li>▪ Signalisierungen</li> <li>▪ Gästesensibilisierung</li> <li>▪ Aus-/Weiterbildung für Exkursionsleiter</li> </ul>	<p>Runder Tisch/Workshop mit Verantwortlichen aus Tourismus, Naturschutzverbänden und Behörden, Fachstellen/Experten. Mögliche Diskussionspunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qualitätsstandards für WTBA</li> <li>▪ Anforderungen an das Ausbildungsprofil der Exkursionsleiter formulieren</li> <li>▪ Wildtierverschträglichkeit als Grundprinzip für das Gesamtkonzept der Tourismusdestination</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensraumaufwertungen</li> <li>▪ Kompensationsprojekte (Erweiterung von Schutzgebieten/Ruhezonen, Rückbau von Wanderwegen, Infrastruktur, Anpassung von Zutrittsbeschränkungen etc.)</li> <li>▪ etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Integration der Lokalbevölkerung</li> <li>▪ Mögliche Massnahmen zugunsten der Wildtiere</li> </ul>
<p><b>e) Wie und durch wen sollen Projekte zugunsten der Wildtiere koordiniert werden?</b></p> <p>Unterschiedliche Ansätze vorhanden (über lokale/übergeordnete Tourismusorganisationen, externe Fachstelle, kantonalen Wildtier-Fonds, in Zusammenarbeit mit bestehenden Partnern und Projekten)</p>	<p>Runder Tisch/Workshop</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourismus, Behörden und Naturschutzverbände, Fachstellen/Experten</li> <li>▪ Erarbeitung eines verbindlichen Konzepts</li> <li>▪ Qualitätskontrolle</li> </ul>

Die Herausforderung liegt im Grunde genommen darin, den Wert «Wildtiere beobachten zu können» gebührend nach aussen hin zu vermitteln, dabei der Nachhaltigkeit im ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Sinne nachzukommen und sich gleichzeitig von einer Kommerzialisierung natürlicher Werte zu distanzieren.

Die Einführung von einheitlichen Richtlinien und Qualitätskriterien für die Ausgestaltung und Durchführung von naturnahen Wildtierbeobachtungs-Angeboten sowie deren Verknüpfung mit dem Wildtierschutz bedarf einer grossen und breit angelegten Initiative. Um dahingehende Anstrengungen in eine erfolgreiche Bahn zu lenken, müssen sich Exponenten aus Tourismus und Wildtiermanagement gemeinsam an den runden Tisch setzen und die entscheidenden Parameter ausdiskutieren. Vorstellbar sind Workshops unter Beteiligung aller betroffenen Akteure einer Region, die unter kundiger Moderation einen tragfähigen Konsens schaffen in Bezug auf die relevanten Handlungsfelder: Qualitätskriterien für Wildtierverschträglichkeit naturnaher Angebote; Richtlinien und Instrumente zu deren Umsetzung (Gesamtkonzept, griffige Qualitätskontrollen, Leitfaden für wildtierverschträgliche Beobachtungs-/Exkursionen etc.); angemessene Preise und Entschädigungen; Anforderungsprofil für Exkursionsleitende; ehrliche, gezielte und angebotsübergreifende Kommunikation und nicht zuletzt sinnvolle Massnahmen zugunsten der Wildtiere. Diese Aufzählung dürfte längst nicht vollständig sein.

Zu den sinnvollen Massnahmen und Projekten zählen beispielsweise nicht nur das Einführen von Weggeboten und das Einrichten von naturfreundlichen Beobachtungsstationen, sondern grundsätzlich auch Massnahmen, die sich durchaus auch gegen einzelne Individuen der Tierwelt richten können – etwa infolge Gefährdung des ökologischen Gleichgewichts durch Überbestand, Neozoen, Krankheiten oder aus anderen, vom Wildtiermanagement in diesem Bereich georteten Gründen. Diesbezüglich besteht die Herausforderung auch in einer ehrlichen und transparenten Kommunikation beziehungsweise in der Gastesensibilisierung im Kontext der ökologischen Nachhaltigkeit – dem naturnahen Gast und dem LOHAS-Konsumtyp dürften solche Zusammenhänge allerdings nicht fremd sein. In Bezug auf die interne Kommunikation stellt sich die Frage, ob die übergeordneten Tourismusorganisationen, die für Gesamtkonzept, Marketing und Budget verantwortlich sind, mit den eigentlichen Anbietern und Leistungsträgern effektiv einen Dialog im Sinne der Nachhaltigkeit führen. Denn damit eine Destination ihren Auftritt mit dem Image „wildtierverschträglich“ schmücken darf, müsste sie mehr Aufwand betreiben als bloss ihre Wildtierbeobachtungs-Exkursionen entsprechend zu gestalten.

Eine wichtige Voraussetzung für eine Entwicklung in diese Richtung ist durch das wachsende Interesse an naturnahen Tourismusangeboten gegeben. Die Mehrzahlungsbereitschaft der Gäste für nachhaltig ausgestaltete Angebote kann sich durchaus auch bemerkbar auf die regionale Wertschöpfung niederschlagen. Um das anspruchsvolle und vorsensibilisierte Publikum am richtigen Ort abholen zu können, müssen sich die Tourismusverantwortlichen mit der Frage auseinandersetzen, ob sie den Nutzen aus den Naturwerten auch gebührend zu wertschätzen bereit sind. Ansätze, die die touristische Wertschätzung sichtbar machen können, wurden bereits eingebracht. So empfiehlt sich beispielsweise, im Interesse einer optimalen Transparenz für den Gast, die Prüfung eines entsprechenden Labels, welches der Tourismusorganisation und ihren Anbietern „Wildtierverträglichkeit“ sowie einen nachhaltigen, fairen und schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen attestiert. Ein solches Label signalisiert Glaubwürdigkeit und Kompetenz, aber auch Innovation und Verantwortungsbewusstsein. Vor allem jedoch steht es für eine Vorbildhaltung. Natürlich sind zur Schaffung eines neuen Labels administrative Hürden über die Regionen hinweg zu bewältigen – aber lohnt es sich nicht, für eine intakte Natur und lebende Vielfalt als wichtigstes Kapital im Tourismus, jetzt die Initiative auch für folgende Generationen zu ergreifen? Weshalb also nicht gleich «die grosse Kelle schwingen»?

Ein anderer Ansatz, der Mut und Initiative erfordert, der allerdings die Tourismusanbieter direkt in den Wildtierschutz involviert und ihr naturbewusstes Image entsprechend unterstützen kann, ist die Einführung eines «Wildtierfrankens», der direkt in Projekte für Lebensräume und Fauna fliesst. Oder, ganzheitlicher betrachtet, die Erhebung eines «Natur- und Wildtierfrankens» auf allen buchbaren Angeboten, Produkten – und hier ist nicht nur die kulinarische Verarbeitung von Wildbret gemeint – sowie mietbaren Artikeln, die der Ausübung von Freizeitaktivitäten dienlich sind. Genau wie das Label käme der «Natur- und Wildtierfranken» dem Bedürfnis des naturnahen Touristen entgegen, sich auch in den Ferien für nachhaltige Werte zu engagieren. Wenn eine Tourismusorganisation aktiv bezeugen kann, dass sie sich auch für die Werte einsetzt, die sie verkauft, dann gewinnt sie das Vertrauen und die Sympathie der naturnahen Gäste, welche nicht zuletzt auch die verlässlichsten Werbeträger sind. Für jene, die sich an der Selbstverantwortung der Gäste orientieren wollen, besteht auch die Möglichkeit des «MyClimate-Ansatzes», mit einem freiwilligen «add-on» auf buchbare Angebote, Produkte und Artikel einen Beitrag zugunsten der Natur zu leisten.

Eine Tourismusdestination kann ihr Engagement für die wildlebenden Tiere ihrer Region nur dann glaubwürdig nach aussen transportieren, wenn ihre Angebote diese Haltung auch ausdrücken – und wenn sie bereit ist, diese Haltung idealerweise über die Angebote hinaus zu vertreten. SCHNIDER (in SIEGRIST et al. 2009) stellt dazu fest, dass die Naturnähe des Gastes für den Gastgeber nicht relevant ist, solange der Gastgeber sich nicht selbst als Teil jener Natur definiert, welcher dieser Gast nahe sein möchte. Die Selbstwahrnehmung als «naturnaher Gastgeber», die Auseinandersetzung und Identifikation mit der umgebenden Natur und lebenden Vielfalt ist entscheidend für die Gestaltung von authentischen und wildtierfreundlichen Naturerlebnissen. Eine Herausforderung liegt also auch in der Integration jener Menschen vor Ort, die bereit sind, diese Identifikation und innere Werthaltung sowie ihren reichen Erfahrungsschatz den Gästen weiterzugeben.

Letzten Endes möchte die vorliegende Arbeit dazu beitragen, dass die Wildtiere und ihre Bedürfnisse einen festen Platz in den Gedanken, in der Verantwortung, in der Haltung, im Budget, in der Kommunikation der

Tourismusverantwortlichen und übrigen Akteure auf diesem Gebiet erhalten und ein Weg eingeschlagen werden kann, auf dem die Angebote zumindest natur- und wildtierverträglich gestaltet werden und im besten Fall ein zusätzlicher Nutzen zugunsten der Wildtiere und ihrer Lebensräume realisiert werden kann.





## 7 Literaturverzeichnis

- ANDEREGG, R. (1999): Für Birk- und Schneehuhn sind Ruhezeiten überlebenswichtig. In: Umweltschutz 1/99. Hrsg.: Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft BUWAL, Bern.
- BAFU (2009): Bundesamt für Umwelt (BAFU). [http://www.bafu.admin.ch/jagd\\_wildtiere/index.html?lang=de](http://www.bafu.admin.ch/jagd_wildtiere/index.html?lang=de) (26.03.2009)
- BERGMANN, H., WILLE, V. (2001): Flüchten oder gewöhnen? Feindabwehrstrategien wildlebender Tiere als Reaktion auf Störsituationen. In: Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL) (Hrsg.): Laufener Seminarbeiträge 1/01, S. 17-21, Laufen/Salzach.
- BFS (2010): Bundesamt für Statistik, [www.bfs.admin.ch](http://www.bfs.admin.ch) (10.12.2009)
- BIEGER, T. (1997): Management von Destinationen und Tourismusorganisationen. R. Oldenbourg Verlag, München, Wien.
- BIEGER, T. (1998): Dienstleistungsmanagement. Einführung in Strategien und Prozesse bei persönlichen Dienstleistungen. Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart-Wien.
- BOLLIER, R. (2009): Wildtiere - Chance für eine Regionalentwicklung? Wildtiertagung Nationalpark Hohe Tauern vom 15.10.2009. Engadin Scuol Tourismus AG (Hrsg.)
- BOSSHART, D., FRICK, K. (2006): Die Zukunft des Ferienreisens – Trendstudie. Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) im Auftrag von Kuoni.
- CAFLISCH, M., KÜNG, A., KÜNK, R., ULBER, P. (2008): Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus, Informationsbroschüre zum Umsetzungsstand 2008. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (Hrsg.). Chur.
- CEDERNA, A., LOVARI, S. (1985): The impact of tourism on chamois feeding activities in an area of the Abruzzo National Park, Italy. In: LOVARI, S. (Hrsg.): The biology and management of mountain ungulates. Croom Helm, London, S. 216-225.
- FORSTER, S. (2009): Leiter Fachstelle für Tourismus und Nachhaltige Entwicklung | Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen | Züricher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (persönliche Mitteilung)
- GABRIELSEN, G. W., BLIX, A. S., URSIN, H. (1985): Orienting and freezing responses in incubating ptarmigan hens. *Physiol. Behav.* 34. S. 925-934.
- GANDER, H., INGOLD, P. (1997): Reactions of male alpine chamois *Rupicapra r. rupicapra* to hikers, joggers and mountainbikers. *Biol. Conserv.* 79, S. 107-109.
- GEORGII, B. (1980): Einflüsse menschlicher Störung auf Standortwahl und Aktivitätsmuster weiblicher Rothirsche (*Cervus elaphus L.*). *Verh. Ges. Ökol.* 8, S. 163-168.

- GRAF, R. (2010): Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Fachstelle für Wildtier- und Landschaftsmanagement | Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen | Züricher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (persönliche Mitteilung)
- HAMR, J. (1988): Disturbance behaviour of chamois in an alpine tourist area of Austria. Mt. Res. Dev. 8, S. 65-73
- HOYT, E. (2001): Whale Watching 2001: Worldwide tourism numbers, expenditures, and expanding socioeconomic benefits. International Fund for Animal Welfare, Yarmouth Port, MA, USA, pp. i-vi
- HÜPPOP, O. (1988): Aktivität und Energieumsatz bei Vögel: Methoden und Ergebnisse. Seevögel 9, Sonderband: S. 95-106.
- HÜPPOP, O., HAGEN, K. (1990): Der Einfluss von Störungen auf Wildtiere am Beispiel der Herzschräge brütender Austernfischer (*Haematopus ostralegus*). Vogelwarte 35, s. 301-310.
- HÜPPOP, O (1995): Störungsbewertung anhand physiologischer Parameter. Ornithol.Beob. 92, S. 257-268.
- IFAW (2005): The Growth of Whale Watching in Sydney 2003-2004. Economic Perspectives.
- INGOLD, P., SCHNIDRIG-PETRIG, R., MARBACHER, H., PFISTER, U., ZELLER, R. (1996): Tourismus/Freizeitsport und Wildtiere im Schweizer Alpenraum. Kurzbericht. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (BUWAL heute BAFU) (Hrsg.), Schriftenreihe Umwelt Nr. 262. Bern.
- INGOLD, P. (2005): Freizeitaktivitäten im Lebensraum der Alpentiere. Konfliktbereiche zwischen Mensch und Tier. Haupt Verlag, Bern.
- JOB, H. (2008): Die Destination Nationalpark Bayerischer Wald als regionaler Wirtschaftsfaktor. Rosthaler Druck, Freyung.
- KASPAR, C. (1996): Die Tourismuslehre im Grundriss. Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Universität St. Gallen (HSG) (Hrsg). Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart-Wien.
- KELLERT, S. R. (1996): The Value of Life. Biological Diversity and Human Society. Island Press, Washington, D.C.
- KOBELT, M. (2004): Reactions of alpine chamois *Rupicapra rup. rupicapra* to human voices. Diplomarbeit Universität Bern.
- KÜPFER, I. (2000): Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Nationalpark-Forschung in der Schweiz, Nr. 90. Zernez. Dissertation Universität Zürich.
- LEONARD, J. (2008): Wildlife Watching in the U.S.: Economic Impacts on National and State Economies in 2006. Addendum to the 2006 National Survey of Fishing, Hunting, and Wildlife-Associated Recreation. U.S. Fish and Wildlife Service, Arlington, VA.
- LEOPOLD, A. (1992): Am Anfang war die Erde. Plädoyer zur Umwelt-Ethik. Knesebeck. München.

- LOPEZ, E. (2009): Marktforschungsexpertin (persönliche Mitteilung)
- LOZZA, H. (1996): Tourismusbefragung 1993 im Schweizerischen Nationalpark. Semesterarbeit des Geographischen Instituts der Universität Zürich. Zernez.
- MAININI, B., NEUHAUS, P., INGOLD, P. (1993): Behaviour of marmots under the influence of different hiking activities. *Biol. Conserv.* 64, S. 161-164. Universität Bern.
- MARTI, C., BOSSERT, A. (1985): Beobachtungen zur Sommeraktivität und Brutbiologie des Alpenschneehuhns *Lagopus mutus* im Aletschgebiet (Wallis). *Ornithol. Beob.* 82, S. 153-168.
- MOUNTAIN WILDERNESS (2010): Wildruhezonen,  
<http://www.mountainwilderness.ch/projekte/wildruhezonen/>, (24.1.2010)
- MÜRI, H., STAMMBACH, K. (1995): Wohin fliehen? *Wildbiologie* Nr. 6, S. 22.
- NEUHAUS, P., MAININI, B. (1998): Reactions and adjustment of adult and young alpine marmots *Marmota marmota* to intense hiking activities. *Wildlife Biol.* 4, S. 119-123.
- RAAB-STEINER, E., BENESCH, M. (2008): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. *Facultas.wuv* Universitätsverlag, Wien.
- REICHHOLF, J. H. (2001): Störungsökologie: Ursache und Wirkungen von Störungen. In: Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL) (Hrsg.): *Laufener Seminarbeiträge 1/01*, S. 11-16, Laufen/Salzach.
- ROMEISS-STRACKE, F. (2003): Abschied von der Spassgesellschaft. *Freizeit und Tourismus im 21. Jahrhundert*. Büro Wilhelm. Verlag. Amberg.
- RÜTTER, H., MÜLLER, H., GUHL, D., STETTLER, J. (1995): *Tourismus im Kanton Bern. Wertschöpfungsstudie (Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Band 34)*, Bern.
- SEGER, J. (1993): Zoo – Pädagogik – Unterricht. *Unterweisen am Tier. Zoopädagogik vor Ort. Schritte zum Naturverständnis. 2. Jahrgang, Band 2*. Witte, G.R. (Hrsg.). Universität Kassel, Kassel.
- SIEGRIST, D., MOSLER, H.J., STUPPÄCK, S., TOBIAS, R. (2002): *Naturnaher Tourismus in der Schweiz. Angebot, Nachfrage und Erfolgsfaktoren*. Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) (Hrsg.).
- SIEGRIST, D., ITEN, S., WASEM, K. (2007): *Erlebniskompass. Optimierung der Erlebnisqualität im naturnahen Tourismus*. Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) (Hrsg.). Hochschule für Technik Rapperswil.
- SIEGRIST, D. (2009): *Landschaft Erlebnis Reisen. Naturnaher Tourismus in Parks und UNESCO-Gebieten*. Rotpunktverlag. Kempten.
- STREMLow, M. (2008): *Respektiere deine Grenzen*. taf-Forum vom 6.6.2008. Bundesamt für Umwelt (BAFU), Abteilung Natur und Landschaft. [http://afw-ctf.ch/taf-Forum08\\_StremlowMatthias.pdf](http://afw-ctf.ch/taf-Forum08_StremlowMatthias.pdf) (30.9.2009).

- TAPPER, R. (2006): Wildlife Watching and Tourism: A study on the benefits and risks of a fast growing tourism activity and its impacts on species. Published by United Nations Environment Programme (UNEP) and the Secretariat of the Convention (CMS). Bonn, Germany.
- UNWTO (2004): The United Nations World Tourism Organization's Definition of Sustainable Tourism. <http://www.unwto.org/sdt/mission/en/mission.php?op=1> (12.9.2009)
- VALLAN, D. (1992): Zum Einfluss von Wanderern auf die Gebietsnutzung von junggeführten Gemsgeissen. Diplomarbeit Universität Bern.
- VOGLER, H., CAMPELL, S., FILLI, F. (2009): Besucherbefragung 2006 im Schweizerischen Nationalpark und in der Nationalparkregion. Bericht, Zernez.
- WENZEL, E., RAUCH, C., KIRIG, A. (2007): Zielgruppe LOHAS. Zukunftsinstitut GmbH. Kelkheim.
- WILDASYL (2010): Wildschutzgebiete – Wildasyle – Jagdbanngebiete, [www.wildasyl.gr.ch](http://www.wildasyl.gr.ch) (24.1.2010)
- WILDRUHEZONEN (2010): Wildruhezonen im Kanton Graubünden, [www.wildruhe.gr.ch](http://www.wildruhe.gr.ch) (24.1.2010 )
- ZEIDENITZ, C. (2005): Freizeitaktivitäten in der Schweiz – wegen oder gegen Natur und Landschaft? Eine umweltpsychologische Studie zu Motiven, Einstellungen und Lenkungsstrategien. Birmensdorf, Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft. 108 S. und 28 S. Anhang.
- ZELLER, R. (1991): Zum Verhalten von Gemsböcken (*Rupicapra rup. rup.*) unter dem Einfluss von Wandertourismus. Diplomarbeit Universität Bern.

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abb. 1:</b> Schutz-Nutzen-Schema/Wildtiere im Kontext von Tourismus und Wildtiermanagement.....	3
<b>Abb. 2:</b> Wertschöpfung   Quelle: RÜTTER et al. (1995), S. 19 .....	14
<b>Abb. 3:</b> Angaben der Exkursionsteilnehmenden zum Aufenthalt in der Natur   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	28
<b>Abb. 4:</b> Motive der Exkursionsteilnehmenden für Wildtierbeobachtungen in freier Natur   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	29
<b>Abb. 5:</b> Häufigkeit der Teilnahme an Wildtierbeobachtungs-Angeboten   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	31
<b>Abb. 6:</b> Einstellung der Exkursionsteilnehmenden gegenüber dem bezahlten Betrag   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	34
<b>Abb. 7:</b> Durchschnittlich bezahlter Betrag für Wildtierbeobachtungs-Angebot und durchschnittlich möglicher Zusatzbetrag   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	35
<b>Abb. 8:</b> Angebotspreis inkl. Unterstützungsbeitrag für Wildtiere Ja/Nein   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	36
<b>Abb. 9:</b> Bestehen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	40
<b>Abb. 10:</b> Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den Jahren 2004 bis 2008   Erhebung bei Tourismusorganisationen und beim Nationalpark im Kanton Graubünden   2009 .....	41
<b>Abb. 11:</b> Erfolg von Wildtierbeobachtungs-Angeboten   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	43
<b>Abb. 12:</b> Durchschnittliche Teilnehmerzahlen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten pro Jahr   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	44
<b>Abb. 13:</b> Entwicklung der Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den letzten zehn Jahren oder seit Bestehen des Angebots   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009 .....	45
<b>Abb. 14:</b> Vorschläge, wie der Tourismus die Wildtiere unterstützen soll   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	48

## Tabellenverzeichnis

<b>Tab. 1:</b> Wertewandel von der bürgerlichen Pflichtkultur zu den LOHAS   Quelle: WENZEL et al. (2007). ....	11
<b>Tab. 2:</b> Merkmale von Erlebnisangeboten im naturnahen Tourismus und in künstlichen Erlebniswelten   Quelle: SIEGRIST et al. (2007), S. 7.....	13
<b>Tab. 3:</b> Typologie, Definition und Funktion der neun grundlegenden Werte der Natur und der lebenden Vielfalt   Quelle: KELLERT (1996), S. 38 .....	21
<b>Tab. 4:</b> Im Durchschnitt bezahlter Betrag, Exkursionsdauer, abgeleiteter Stundenansatz sowie Ausbildungsprofile der Leiter   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   2009 .....	33
<b>Tab. 5:</b> Die über- und zugeordneten Tourismusorganisationen und die Anzahl Wildtierbeobachtungs- Angebote   Erhebung im Kanton Graubünden   2009 (Angaben vom Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden/Stand 15.10.2009*) .....	39
<b>Tab. 6:</b> Geschätzte direkte Wertschöpfung (Umsatz abzüglich Vorleistungen; Annahme: Vorleistungen vernachlässigbar klein), die Geschätzten Teilnehmerzahlen betreffen die Jahre 2008 und älter   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	46
<b>Tab. 7:</b> Direkte Wertschöpfung aus Wildtierbeobachtungs-Angeboten der Ferienregion Engadin Scuol Tourismus AG und des Schweizerischen Nationalparks   Erhebung Sommersaison 2009   Quelle: BOLLIER (2009) .....	47
<b>Tab. 8:</b> Übersicht zu den Antworten auf die Leitfragen der vorliegenden Arbeit mit den entsprechenden Massnahmen und Herausforderungen (WTBA steht für Wildtierbeobachtungs-Angebote) .....	79

## Anhang A: Umfrage bei den Teilnehmenden

### Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	II
Tabellenverzeichnis .....	III
1) Fragebogen .....	V
2) Auswertungsdiagramme und Tabellen .....	IX

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abb. I:</b> Altersgruppen der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	X
<b>Abb. II:</b> Anteil Männer und Frauen bei Wildtierbeobachtungs-Angeboten   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	X
<b>Abb. III:</b> Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Stadt, Agglomeration, Land   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XI
<b>Abb. IV:</b> Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	XII
<b>Abb. V:</b> Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland   Tourismusorte   Erhebung 2009 .....	XII
<b>Abb. VI:</b> Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland   Naturschutzgebiet Aletschwald   Erhebung 2009 .....	XIII
<b>Abb. VII:</b> Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland   Schweizerischer Nationalpark   Erhebung 2009 .....	XIII
<b>Abb. VIII:</b> Höchster Schulabschluss der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XIV
<b>Abb. IX:</b> Anteil der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten die beruflich im Natur- und Umweltbereich tätig sind   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XIV
<b>Abb. X:</b> Mitgliedschaft bei Umwelt- oder Naturschutzorganisationen Ja/Nein   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XV
<b>Abb. XI:</b> Mitgliedschaften bei Umwelt- oder Naturschutzorganisationen   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	XV
<b>Abb. XII:</b> Mitgliedschaften bei Umwelt- oder Naturschutzorganisation   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XVI
<b>Abb. XIII:</b> Tagesausflug und mehrtägiger Aufenthalt vor Ort   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XVI
<b>Abb. XIV:</b> Exkursionsteilnehmer, die zufällig darauf gestossen sind und aktiv danach gesucht haben   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XVII
<b>Abb. XV:</b> Informationsquellen der Exkursionsteilnehmenden   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XVIII
<b>Abb. XVI:</b> Bevorzugte Art der Wildtierbeobachtung   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	XIX



<b>Abb. XVII:</b> Einstellung zur eigenen Teilnahmehäufigkeit an Wildtierbeobachtungs-Angeboten   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	XX
<b>Abb. XVIII:</b> Häufigkeit von Wildtierbeobachtungen ausserhalb organisierter Angebote   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	XXI
<b>Abb. XIX:</b> Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum   gesamthaft   Erhebung 2009 .....	XXI
<b>Abb. XX:</b> Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum   Tourismusorte   Erhebung 2009 .....	XXII
<b>Abb. XXI:</b> Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum   Naturschutzgebiet Aletschwald   Erhebung 2009.....	XXII
<b>Abb. XXII:</b> Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum   Schweizerischer Nationalpark   Erhebung 2009 .....	XXIII
<b>Abb. XXIII:</b> Was den Teilnehmenden am Wildtierbeobachtungs-Angebot besonders gut gefallen hat   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XXIV
<b>Abb. XXIV:</b> Was die Teilnehmenden am Wildtierbeobachtungs-Angebot vermisst haben   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XXIV
<b>Abb. XXV:</b> Idealer zeitlicher Rahmen für Wildtierbeobachtungs-Angebote   gesamthaft   Erhebung 2009	XXV
<b>Abb. XXVI:</b> Optimale Gruppengrösse für Wildtierbeobachtungs-Angebote   gesamthaft   Erhebung 2009	XXV
<b>Abb. XXVII:</b> Gründe für die Bereitschaft der Befragten mehr zu bezahlen   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XXVIII
<b>Abb. XXVIII:</b> Bereitschaft der Befragten mehr zu bezahlen für ein attraktives Wildtierbeobachtungs-Angebot   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	XXIX

## Tabellenverzeichnis

<b>Tab. I:</b> Übersicht soziodemographische Angaben und weitere Eigenheiten der Befragten   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009 .....	IX
<b>Tab. II:</b> Favoriten unter den Tierarten   gesamthaft und pro Untersuchungsraum   Erhebung 2009.....	XXIII
<b>Tab. III:</b> Bezahlte Beträge und Einstellung der Befragten dazu   Tourismusorte   n = 34   Erhebung 2009 .....	XXVI
<b>Tab. IV:</b> Bezahlte Beträge und Einstellung der Befragten dazu   Schweizerischer Nationalpark   n = 147   Erhebung 2009 .....	XXVII
<b>Tab. V:</b> Bezahlte Beträge und Einstellung der Befragten dazu   Naturschutzgebiet Aletschwald   n = 77   Erhebung 2009 .....	XXVII

# 1) Fragebogen

## Welche Bedeutung haben Wildtierbeobachtungen für Sie?

Diese Umfrage findet im Rahmen einer Bachelor-Arbeit an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil statt. Kontaktperson für Fragen: Natascha Jordi | [natascha.jordi@zhaw.ch](mailto:natascha.jordi@zhaw.ch)

Name des Wildtierangebotes: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

Exkursionsleiter: \_\_\_\_\_

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen den Fragebogen auszufüllen.

### Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens

Bevor Sie beginnen, möchte ich Sie auf folgende Punkte hinweisen:

- Da ich an Ihrer persönlichen Meinung interessiert bin, bitte ich Sie die Fragen spontan und ohne fremde Hilfe zu beantworten. Es gibt kein richtig oder falsch.
- Bitte **beantworten Sie alle Fragen**, auch wenn Sie sich bei einigen nicht ganz sicher sind.
- Das Ausfüllen des Fragebogens ist freiwillig und wird Sie etwa **10 Minuten** in Anspruch nehmen.
- Alle Angaben werden **absolut anonym** behandelt.
- Wenn nicht anders angegeben, machen Sie nur **ein Kreuz pro Frage**.
- Wenn Sie versehentlich ein falsches Häuschen angekreuzt haben, können Sie es zur **Korrektur** umkreisen und danach ein anderes Häuschen ankreuzen.

1. Wie alt sind Sie? \_\_\_\_\_

2. Ihr Geschlecht?  weiblich  männlich

### 3. Wo wohnen Sie?

in der Stadt Postleitzahl/ Ort: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

in der Stadt Agglomeration Kanton (Abkürzung): \_\_\_\_\_

auf dem Land Land: \_\_\_\_\_

### 4. Welchen *höchsten* Schulabschluss haben Sie?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Primarschule                     | <input type="checkbox"/> Berufsschule/ Lehre              |
| <input type="checkbox"/> Sekundar-/ Real-, Bezirksschule  | <input type="checkbox"/> Höhere Fachschule, Technikum     |
| <input type="checkbox"/> Mittelschule, Gymnasium, Seminar | <input type="checkbox"/> Fachhochschule, Universität, ETH |

### 5. Sind Sie beruflich im Bereich Natur, Landschaft, Umwelt, Ökologie tätig?

- Ja  
 Nein

**6. Sind Sie Mitglied von Umwelt- oder Naturschutzorganisationen?**

- Ja → wenn ja, von welcher/ welchen? \_\_\_\_\_
- Nein \_\_\_\_\_

**7. In welchem Rahmen nutzen Sie dieses Wildtierbeobachtungsangebot?**

- Tagesausflug
- mehrtägiger Aufenthalt vor Ort

**8. a) Wie sind Sie auf das Angebot gestossen?**

- Ich habe aktiv danach gesucht
- Ich bin zufällig darauf gestossen

**8. b) Über welche Informationsquelle sind Sie auf das Angebot gestossen?**

- Internet       Printmedium       TV/ Radio       Bekannte       Tourismusorganisation
- \_\_\_\_\_

**9. Welche der folgenden Aussage über ihren Aufenthalt in der Natur trifft auf Sie zu?**

- ich halte mich regelmässig in der Natur auf (mehrmals in der Woche)
- ich halte mich so oft wie möglich in der Natur auf (mindestens einmal in der Woche)
- wenn sich mir die Gelegenheit dazu bietet, halte ich mich in der Natur auf
- bei einem Aufenthalt in der Natur spielen bei mir andere Faktoren eine grössere Rolle als die Natur, z.B. das Soziale, ein Event/ Anlass etc.
- Ich suche den Aufenthalt in der Natur nicht

**10. Welches ist Ihre Motivation Wildtiere in der freien Natur zu beobachten? (Mehrere Antworten möglich)**

- Naturerlebnis
- Abenteuer
- Ausgleich zum Alltag
- Zusammensein mit Familie, Freunden, Kollegen
- den Tieren nahe sein
- Tierkenntnisse vertiefen
- anderes: \_\_\_\_\_

**11. Welche Form der Wildtierbeobachtung ziehen Sie vor?**

- Zoobesuche
- Besuche von Wildparks
- geführte Wildtierbeobachtungen in der freien Natur
- Wildtierbeobachtungen auf eigene Faust

**Weshalb?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**12. a) Wie oft nehmen Sie an einem Wildtierbeobachtungsangebot in der freien Natur teil?**

- das ist das erste Mal       monatlich       1 Mal im Jahr       seltener  
 wöchentlich       2 Mal im Jahr       alle paar Jahre wieder

**12. b) Anmerkung:**

- das ist zu wenig       das ist genau richtig       das ist zu viel

**13. Beobachten Sie auch sonst Wildtiere?**

- ich beobachte regelmässig Wildtiere  
 ich beobachte so oft wie möglich Wildtiere  
 wenn sich mir die Gelegenheit dazu bietet, beobachte ich gerne Wildtiere  
 Wildtierbeobachtungen finden eher zufällig statt  
 Wildtierbeobachtungen spielen für mich keine Rolle

**14. Welche Tierarten im Alpenraum möchten Sie bei einer Wildtierbeobachtung zu Gesicht bekommen?**

(Mehrere Antworten möglich)

- |                                    |  |                                     |  |
|------------------------------------|--|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Steinbock | <input type="checkbox"/> Murmeltier        | <input type="checkbox"/> Wolf       | <input type="checkbox"/> Bartgeier       |
| <input type="checkbox"/> Gämse     | <input type="checkbox"/> Schnee-/ Feldhase | <input type="checkbox"/> Bär        | <input type="checkbox"/> Turmfalke       |
| <input type="checkbox"/> Rothirsch | <input type="checkbox"/> Eichhörnchen      | <input type="checkbox"/> Luchs      | <input type="checkbox"/> Alpenschneehuhn |
| <input type="checkbox"/> Reh       | <input type="checkbox"/> Fuchs             | <input type="checkbox"/> Steinadler | <input type="checkbox"/> Birkhuhn        |
| <input type="checkbox"/> _____     | <input type="checkbox"/> _____             | <input type="checkbox"/> _____      | <input type="checkbox"/> _____           |

**15. Nennen Sie von den oben aufgelisteten Tierarten Ihre 3 Favoriten in einer Rangfolge von 1 bis 3:**

1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_

**16. Was hat Ihnen am Wildtierbeobachtungsangebot besonders gut gefallen?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**17. Was haben Sie am Wildtierbeobachtungsangebot vermisst?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**18. Welchen zeitlichen Rahmen empfinden Sie als ideal für eine Wildtierbeobachtung?**

- eine kurze Wildtierbeobachtung von 1 - 2 Stunden  
 eine halbtägige Wildtierbeobachtung von 3 - 4 Stunden  
 eine ganztägige Wildtierbeobachtung von 5 - 6 Stunden  
 die Dauer spielt für mich keine Rolle, ich passe mich den örtlichen Gegebenheiten und Tierarten an

**19. Welche Gruppengrösse von Teilnehmenden empfinden Sie als optimal?**

- max. 4       max. 8       max. 12       max. 16       max. 20
- ich bevorzuge Privatführungen

**20. Welchen Betrag haben Sie für die Wildtierbeobachtung bezahlt?**

Ich habe CHF \_\_\_\_\_ pro Person bezahlt.

**21. a) Was halten Sie von diesem Betrag?**

- der Betrag ist zu hoch
- der Betrag entspricht meinen Erwartungen
- für diese Wildtierbeobachtung wäre ich auch bereit mehr zu bezahlen

**21. b) Ich wäre bereit mehr zu bezahlen, weil:**

- die Leistungen überdurchschnittlich waren
- ich viele unterschiedliche Tierarten beobachtet konnte
- einzelne Tierarten geschützt sind
- das Gebiet ein Schutzgebiet ist
- mir der Erhalt von Tierarten in dieser Gegend sehr wichtig ist
- \_\_\_\_\_

**22. Welchen Betrag wären Sie bereit *mehr* zu bezahlen, wenn es auf der Wildtierexkursion möglich wäre mindestens vier für Sie attraktive Tierarten mit grosser Wahrscheinlichkeit beobachten zu können?**

- CHF 5.-       CHF 25.-
- CHF 10.-       CHF 30.-
- CHF 15.-       CHF 40.-
- CHF 20.-       CHF \_\_\_\_\_

**23. Soll im Preis des Wildtierbeobachtungsangebots automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere enthalten sein?**

- Ja
- Nein

**Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!**

Bitte geben Sie den ausgefüllten Fragebogen dem Exkursionsleiter ab.

## 2) Auswertungsdiagramme und Tabellen

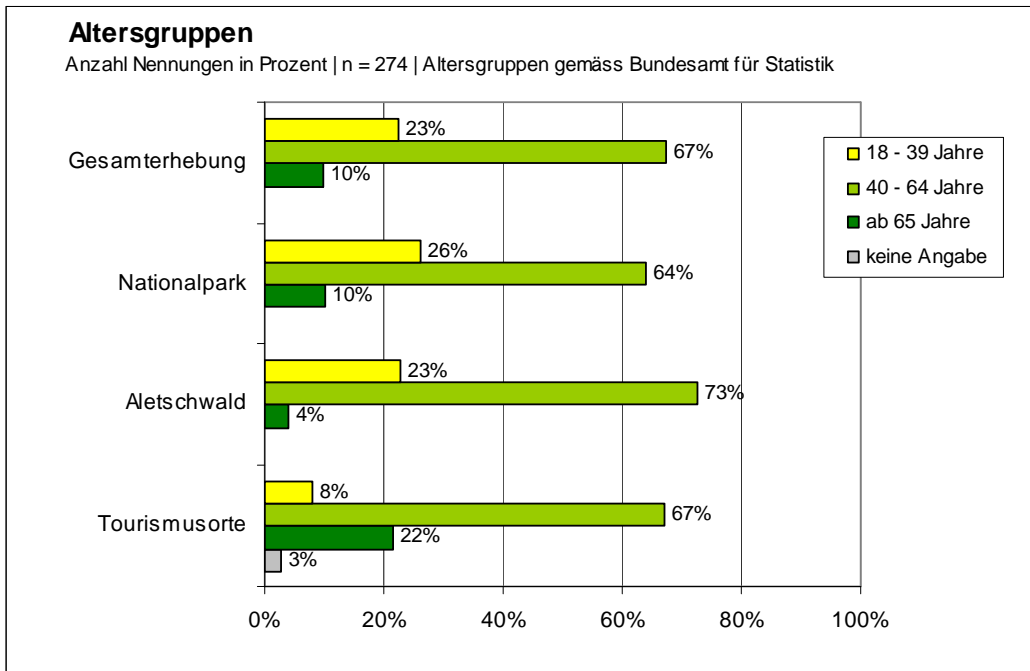
### zur Umfrage bei Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten

*Tab. I: Übersicht soziodemographische Angaben und weitere Eigenheiten der Befragten | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009*

Fragen n = Anzahl Personen der Gesamterhebung, die die Frage beantwortet haben	Vorgegebene/zusammengefasste Antwortmöglichkeiten	Prozentualer Anteil			
		T <sup>1)</sup>	A <sup>2)</sup>	N <sup>3)</sup>	G <sup>4)</sup>
<b>Wie alt sind Sie?</b> n = 274 Altersgruppen gemäss Bundesamt für Statistik	18 – 39 Jahre	8	23	26	23
	40 – 64 Jahre	67	73	64	67
	ab 65 Jahre	22	4	10	10
	keine Angabe	3			
<b>Ihr Geschlecht?</b> n = 275	Weiblich	49	52	53	52
	Männlich	51	48	47	48
<b>Wo wohnen Sie?</b> n = 274	Land	51	36	41	41
	Stadt Agglomeration	14	23	27	24
	Stadt	35	40	32	35
	keine Angabe		1		
<b>Wo wohnen Sie?</b> n = 269	Schweiz	84	81	78	79
	Deutschland	16	16	20	18
	keine Angabe		3	2	3
<b>Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?</b> n = 274	Primar-, Oberstufenschule	14	19	18	18
	Berufsschule, Lehre	30	14	28	24
	Höhere Fachschule, Technikum	24	18	14	17
	Fachhochschule, Universität, ETH	32	49	39	41
	keine Angabe			1	
<b>Sind Sie beruflich in den Bereichen Natur, Landschaft, Umwelt, Ökologie tätig?</b> n = 275	Ja	19	14	14	15
	Nein	81	86	86	85
<b>Sind Sie Mitglied von Umwelt- oder Naturschutzorganisationen?</b> n = 272   Mehrfachnennungen	Ja	30	65	35	44
	Nein	70	34	63	55
	keine Angabe		1	1	1
<b>In welchem Rahmen nutzen Sie dieses Wildtierbeobachtungs-Angebot?</b> n = 272	Tagesausflug	54	21	41	36
	Mehrtägiger Aufenthalt vor Ort	46	78	58	63
	keine Angabe		1	1	1
<b>Wie sind Sie auf das Angebot gestossen?</b> n = 251	aktiv danach gesucht	14	24	63	44
	zufällig darauf gestossen	68	66	32	48
	keine Angabe	19	10	5	8
<b>Über welche Informationsquelle sind Sie auf das Angebot gestossen?</b> n = 269   Mehrfachnennungen	Internet	8	19	46	32
	Printmedien	24	9	10	12
	TV/Radio	0	0	1	1
	Bekannte	14	22	12	15
	Tourismusorganisation	43	18	28	27
	Eigene Informationsquellen der Anbieter	0	32	7	14
	andere	16	6	8	8
	keine Angaben	3	1	3	2

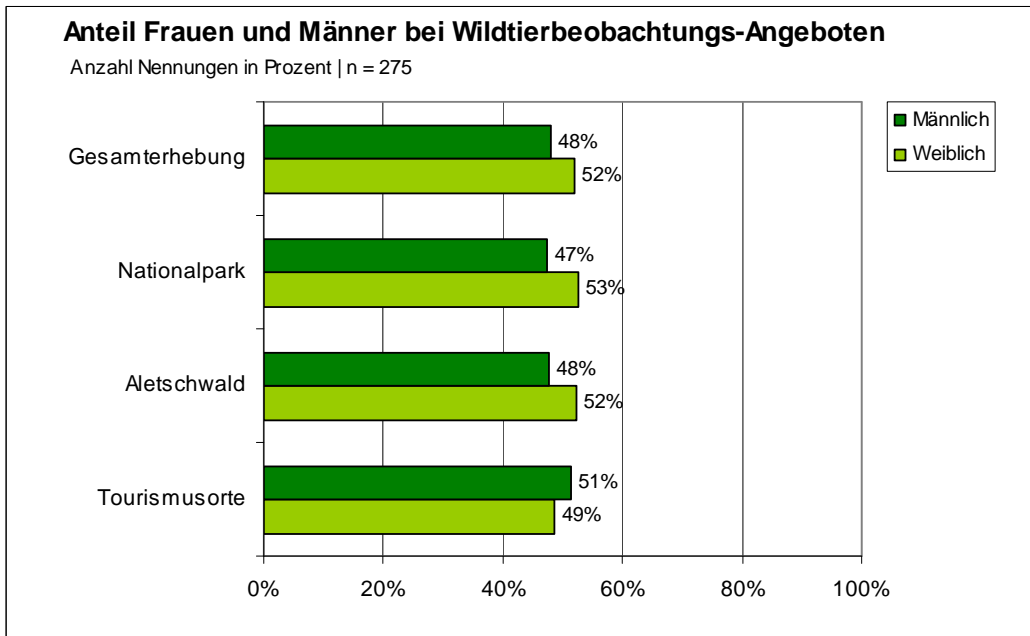
<sup>1)</sup>Tourismusorte; <sup>2)</sup>Naturschutzgebiet Aletschwald; <sup>3)</sup>Schweizerischer Nationalpark; <sup>4)</sup>Gesamt

### 1. Wie alt sind Sie?



**Abb. I:** Altersgruppen der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

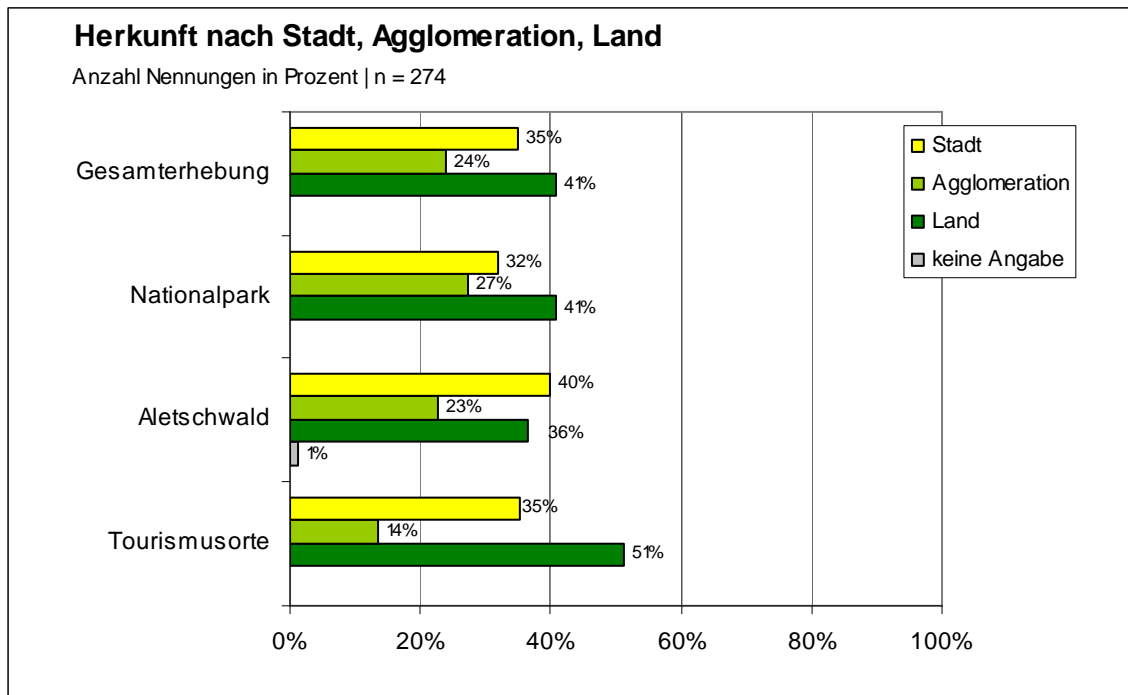
### 2. Ihr Geschlecht?



**Abb. II:** Anteil Männer und Frauen bei Wildtierbeobachtungs-Angeboten | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009



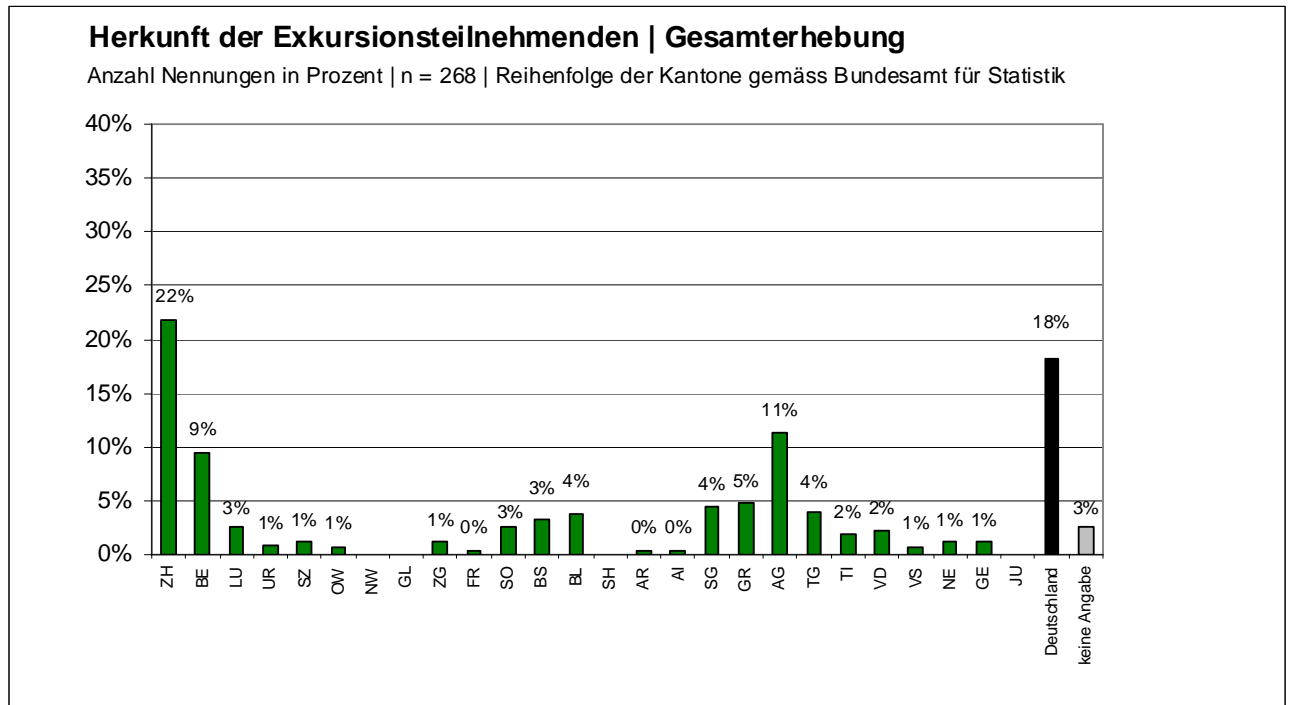
### 3. Wo wohnen Sie?



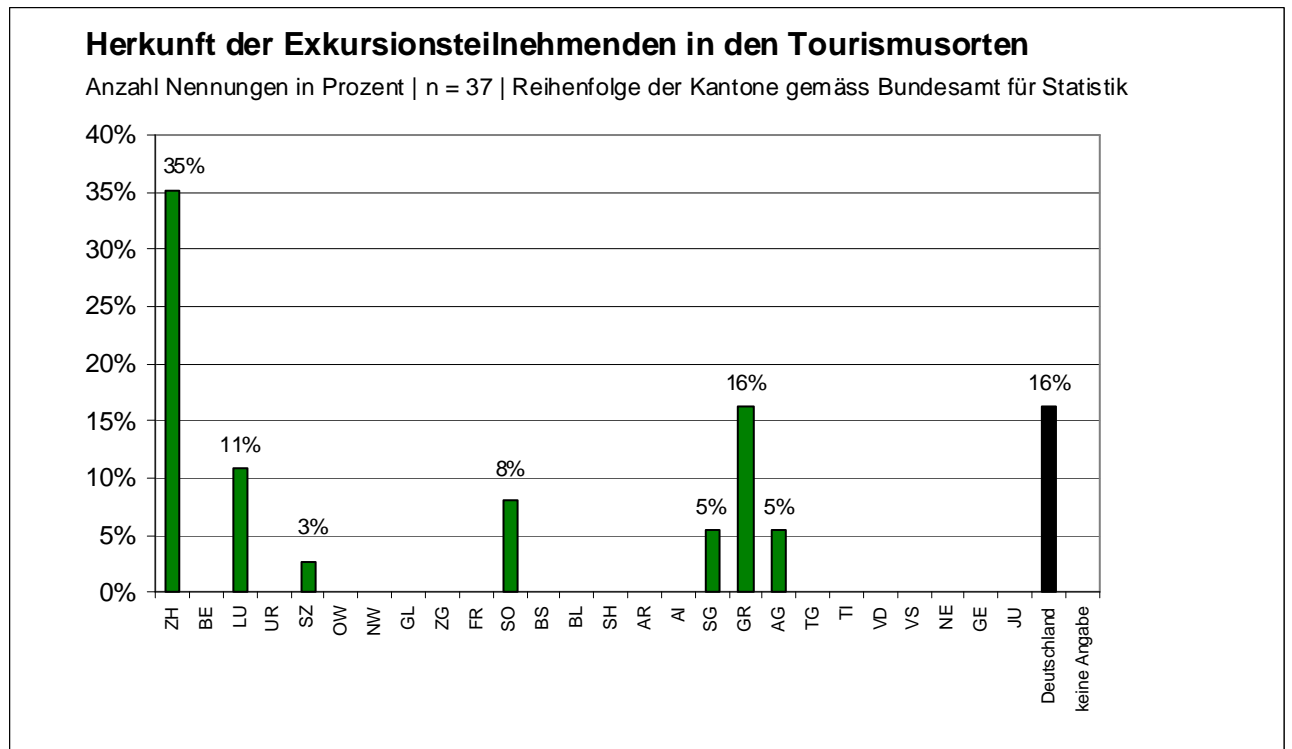
**Abb. III:** Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Stadt, Agglomeration, Land | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

#### Herkunft nach Kantonen

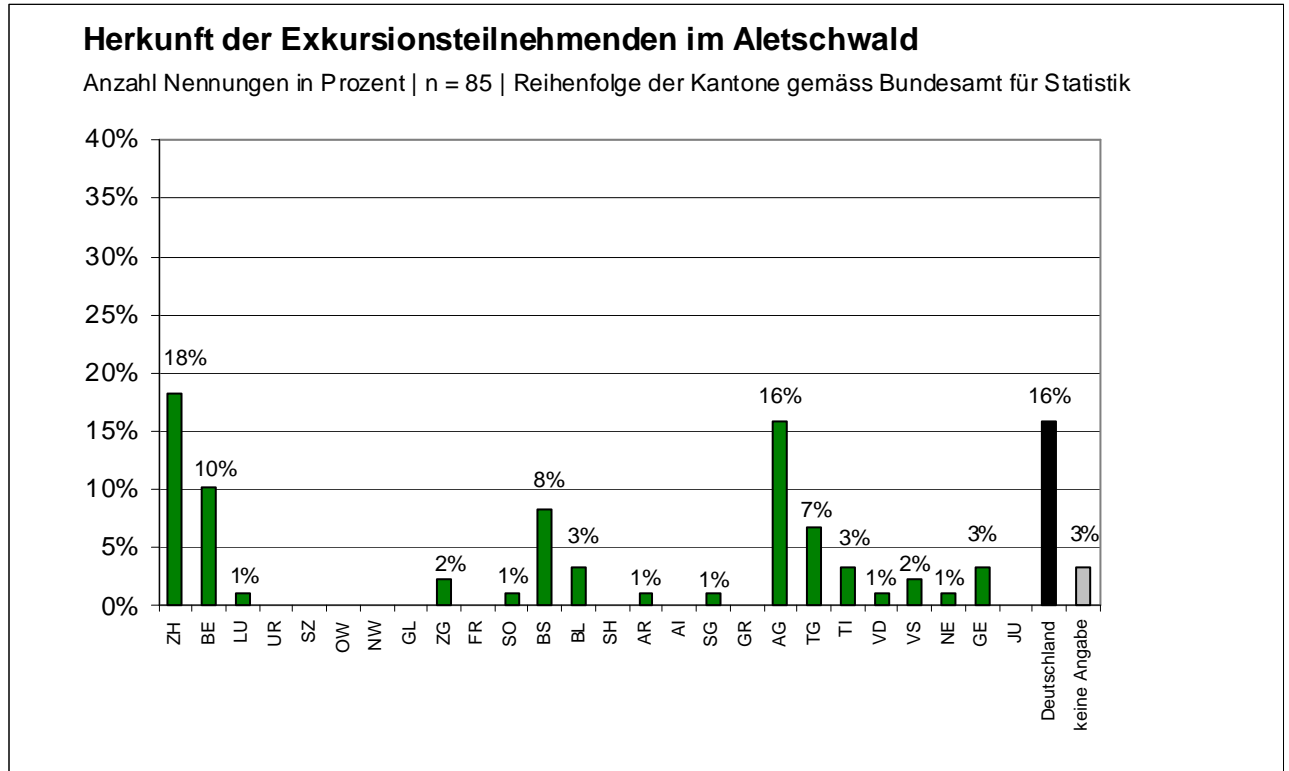
Im ganzen Erhebungsraum kommen 79 Prozent der Teilnehmer aus der Schweiz, 18 Prozent aus Deutschland und drei Prozent machen keine Angaben dazu. Die Schweizer Gäste verteilen sich wie folgt auf die Regionen: Zürich (22%), Aargau (11%), Bern (9%), die Ostschweiz (8%), die Zentralschweiz (7%), Baselstadt/-land (7%), die Westschweiz (5%), Graubünden (5%), Solothurn (3%) und Tessin (2%). Die Diagramme für die einzelnen Untersuchungsräume sind im Anhang A, Abb. IV, Abb. V, Abb. VI und Abb. VII einzusehen.



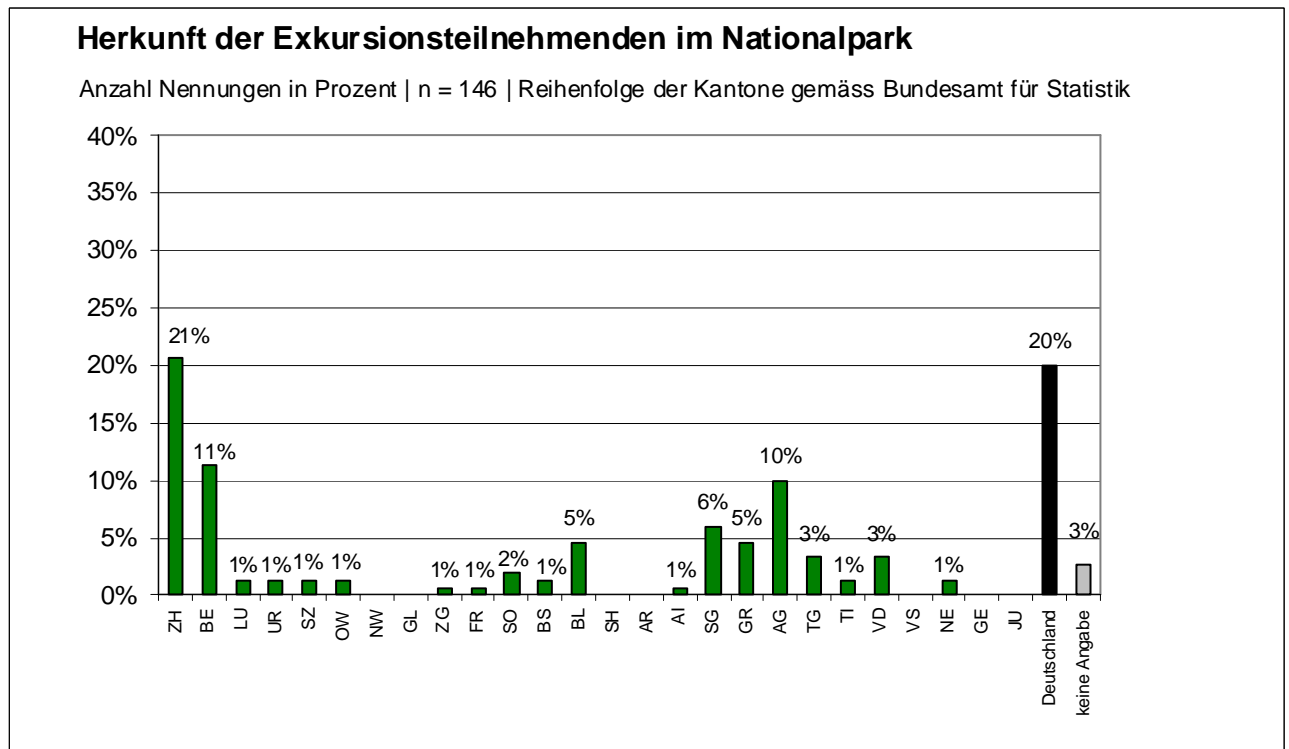
**Abb. IV:** Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland | gesamthaft | Erhebung 2009



**Abb. V:** Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland | Tourismusorte | Erhebung 2009

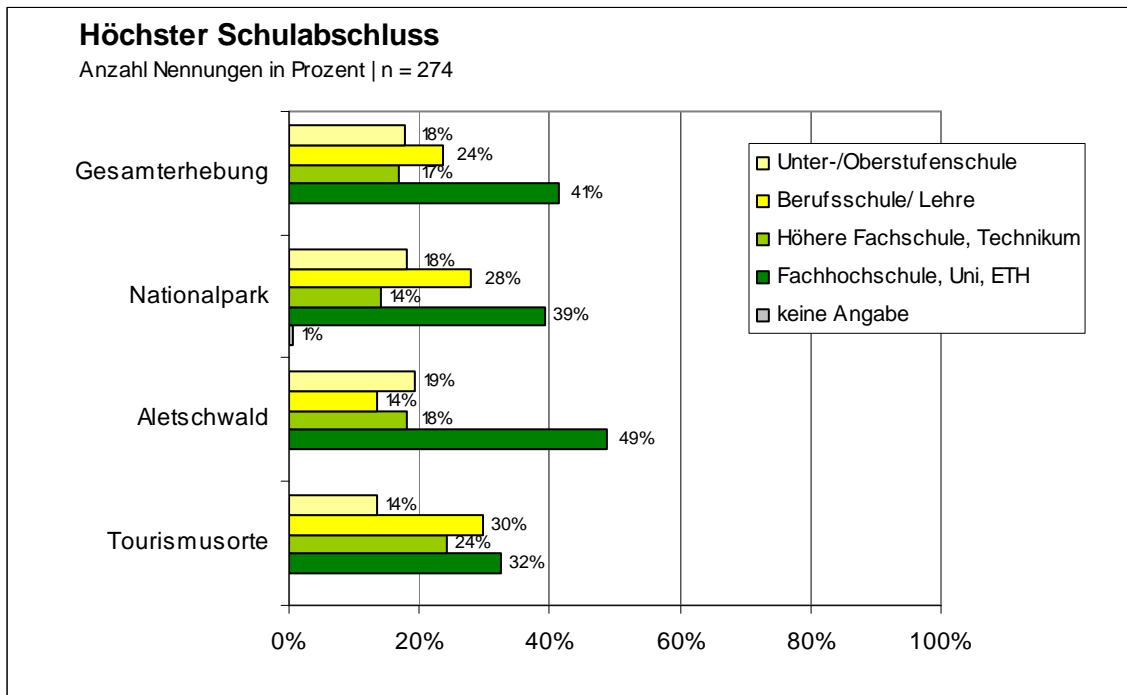


**Abb. VI:** Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland | Naturschutzgebiet Aletschwald | Erhebung 2009



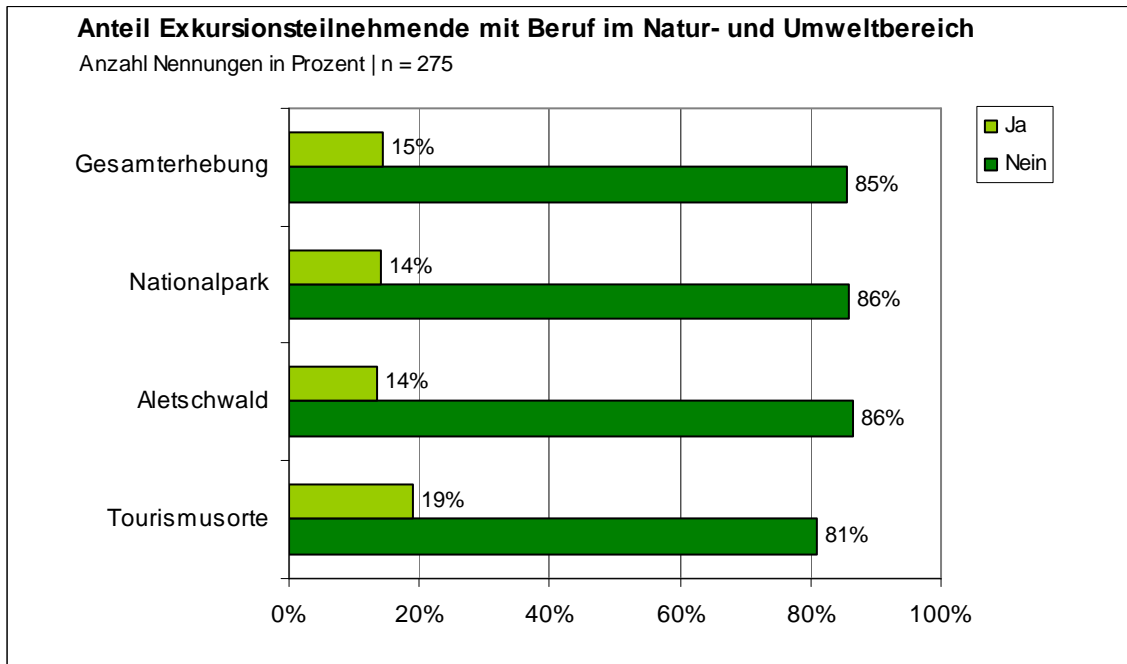
**Abb. VII:** Herkunft der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten nach Kantonen inkl. Deutschland | Schweizerischer Nationalpark | Erhebung 2009

#### 4. Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?



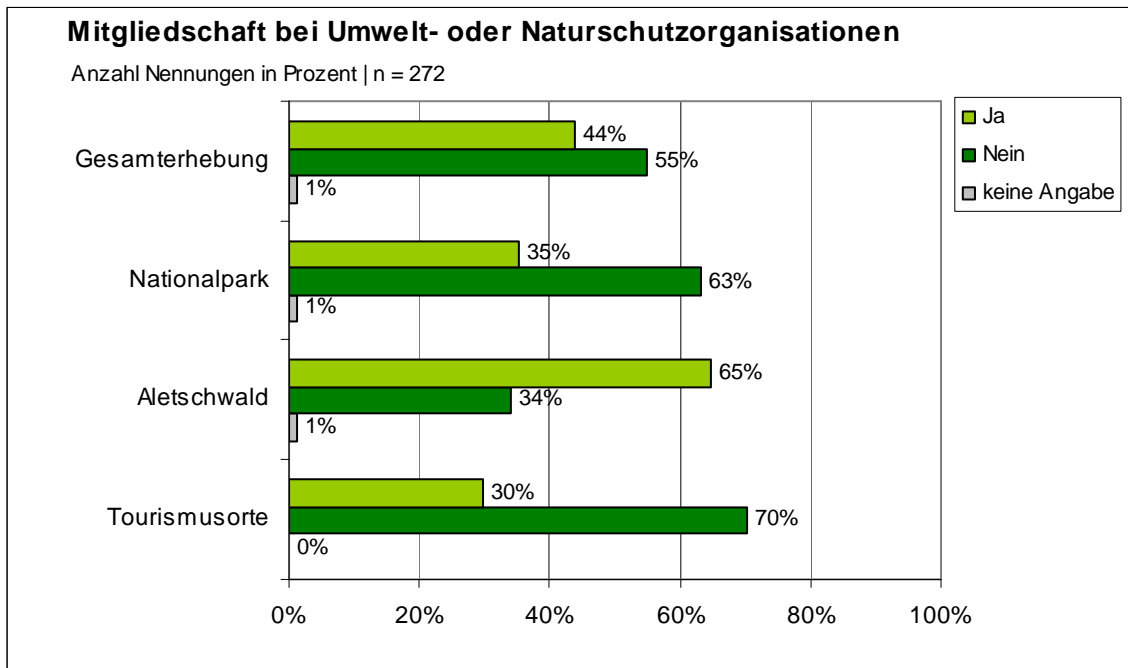
**Abb. VIII:** Höchster Schulabschluss der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

#### 5. Sind Sie beruflich im Bereich Natur, Landschaft, Umwelt, Ökologie tätig?

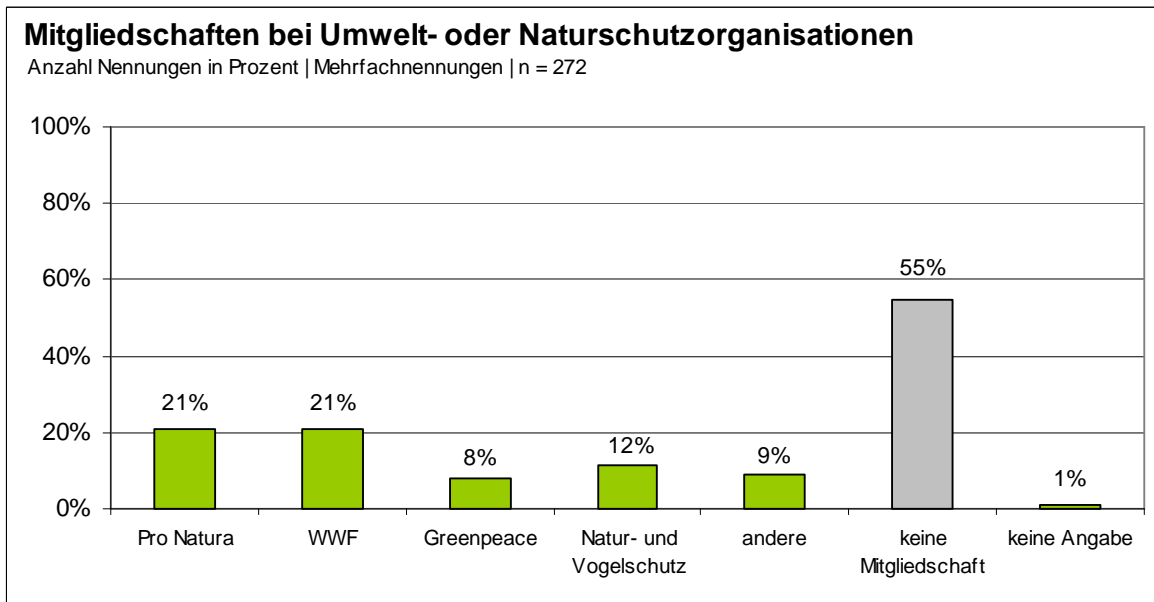


**Abb. IX:** Anteil der Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungs-Angeboten die beruflich im Natur- und Umweltbereich tätig sind | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

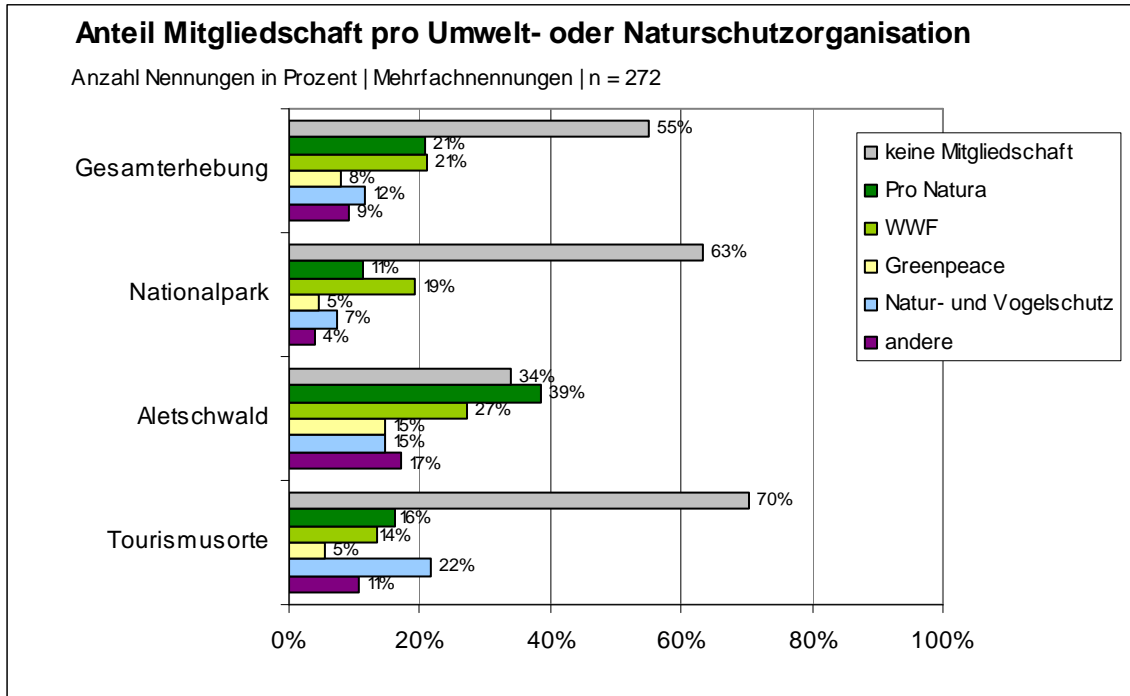
### 6. Sind Sie Mitglied von Umwelt- oder Naturschutzorganisationen?



**Abb. X:** Mitgliedschaft bei Umwelt- oder Naturschutzorganisationen Ja/Nein | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

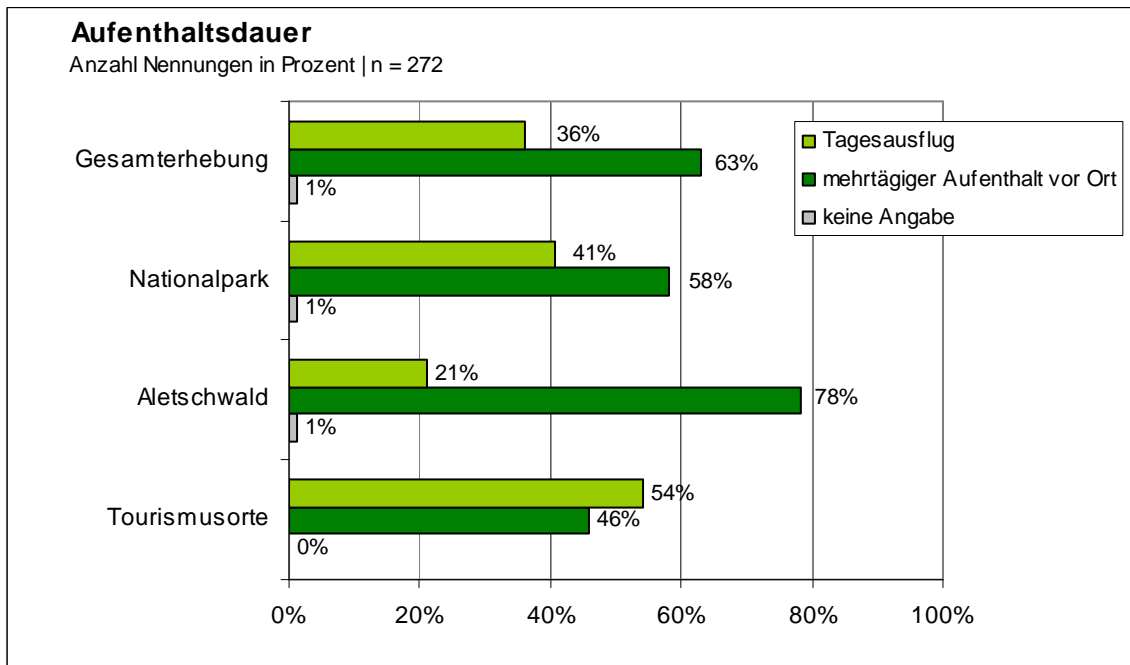


**Abb. XI:** Mitgliedschaften bei Umwelt- oder Naturschutzorganisationen | gesamthaft | Erhebung 2009



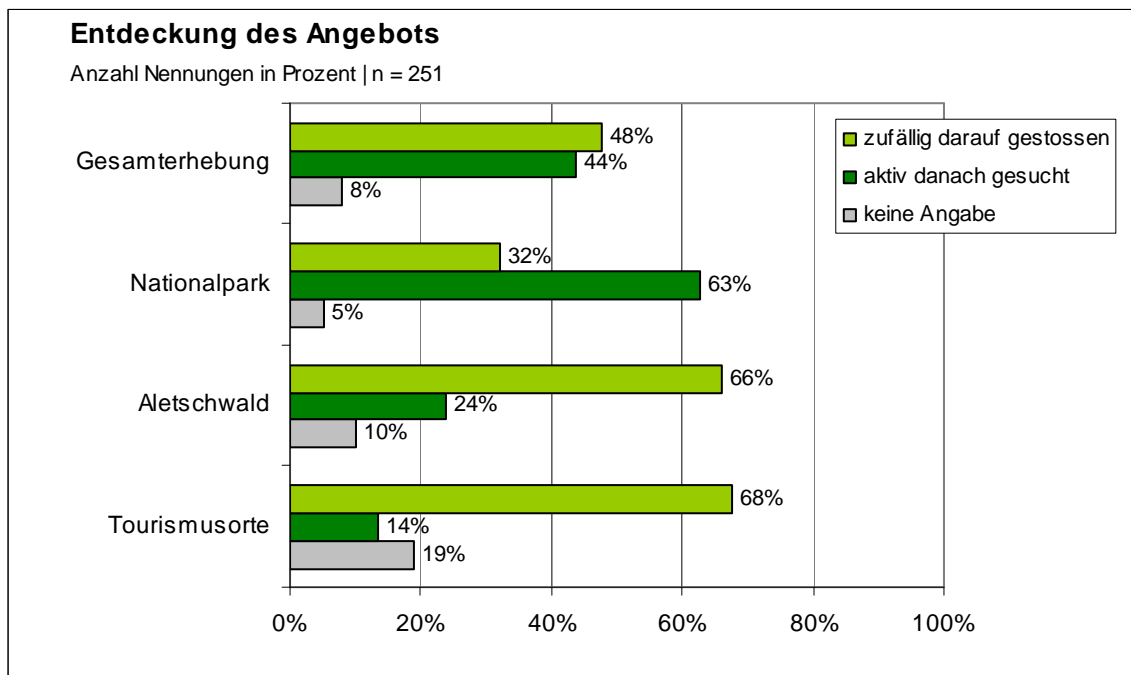
**Abb. XII:** Mitgliedschaften bei Umwelt- oder Naturschutzorganisation | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

## 7. In welchem Rahmen nutzen Sie dieses Wildtierbeobachtungs-Angebot?



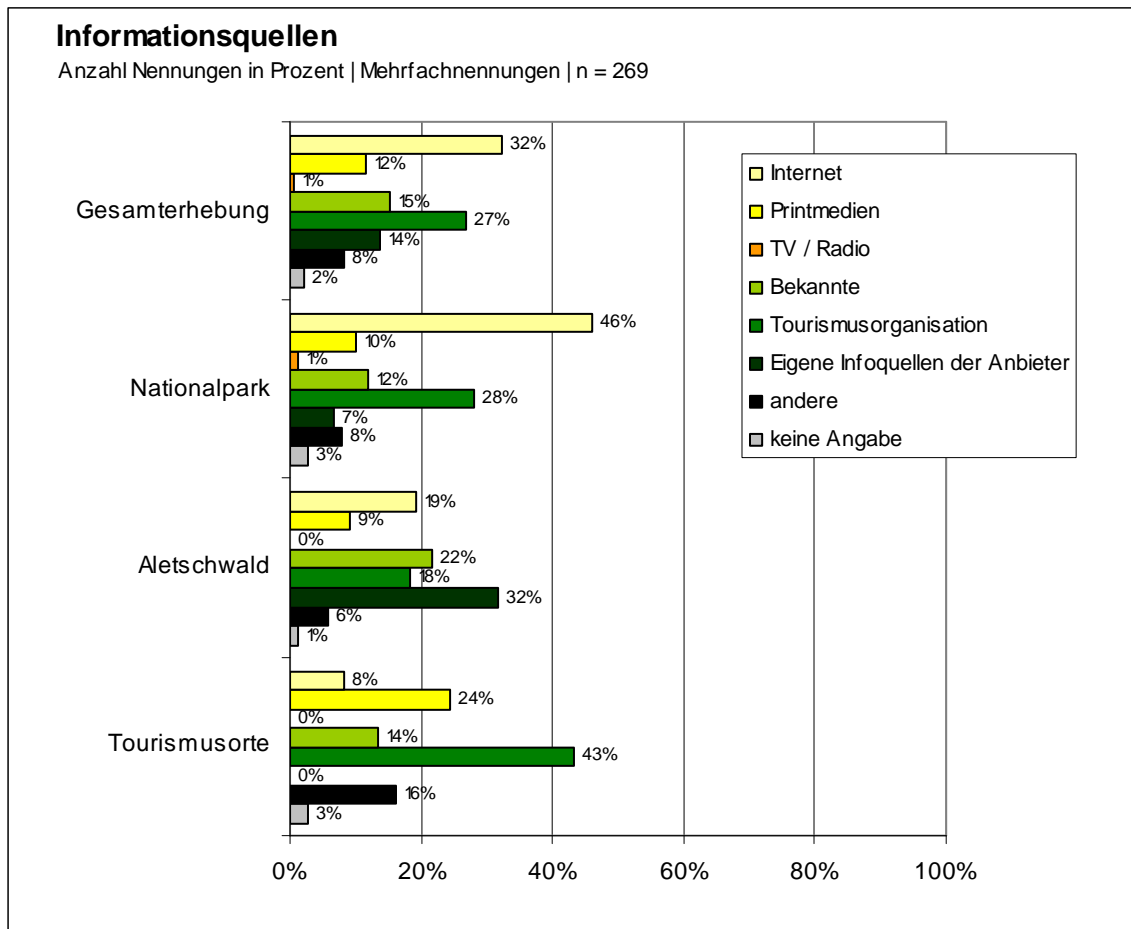
**Abb. XIII:** Tagesausflug und mehrtägiger Aufenthalt vor Ort | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

### 8.a) Wie sind Sie auf das Angebot gestossen?



**Abb. XIV:** Exkursionsteilnehmer, die zufällig darauf gestossen sind und aktiv danach gesucht haben | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

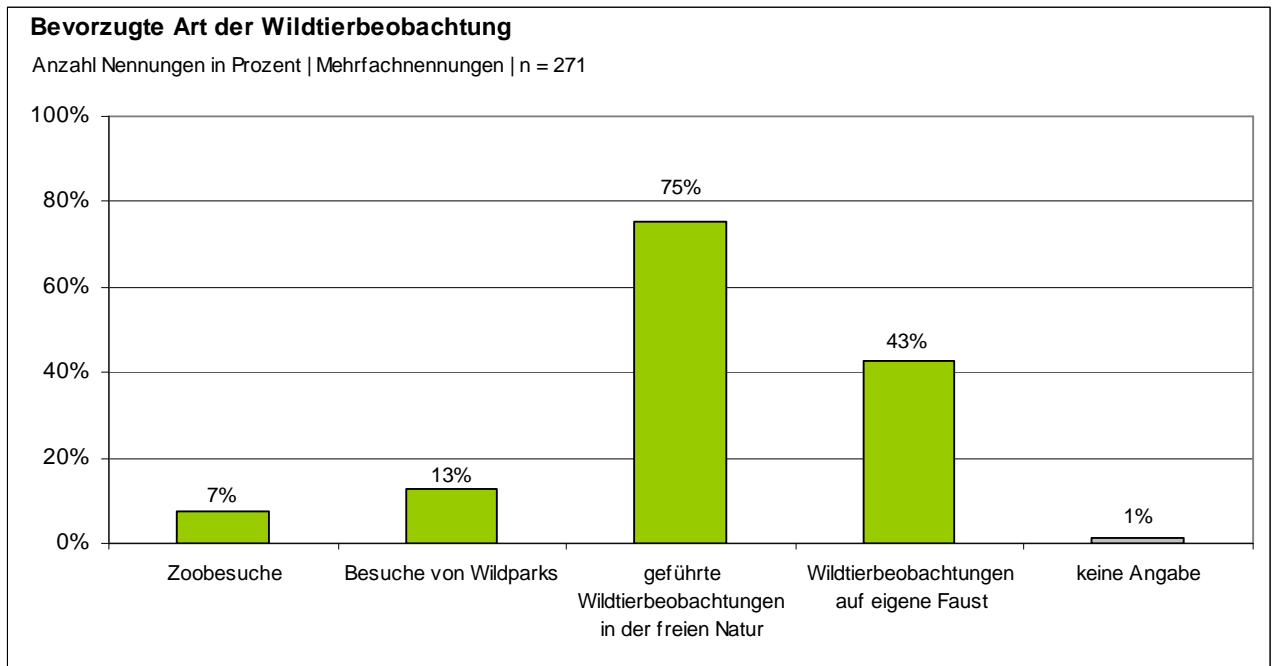
### 8.b) Über welche Informationsquelle sind Sie auf das Angebot gestossen?



**Abb. XV:** Informationsquellen der Exkursionsteilnehmenden | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009



## 11. Welche Form der Wildtierbeobachtung ziehen Sie vor?



**Abb. XVI:** Bevorzugte Art der Wildtierbeobachtung | gesamthaft | Erhebung 2009

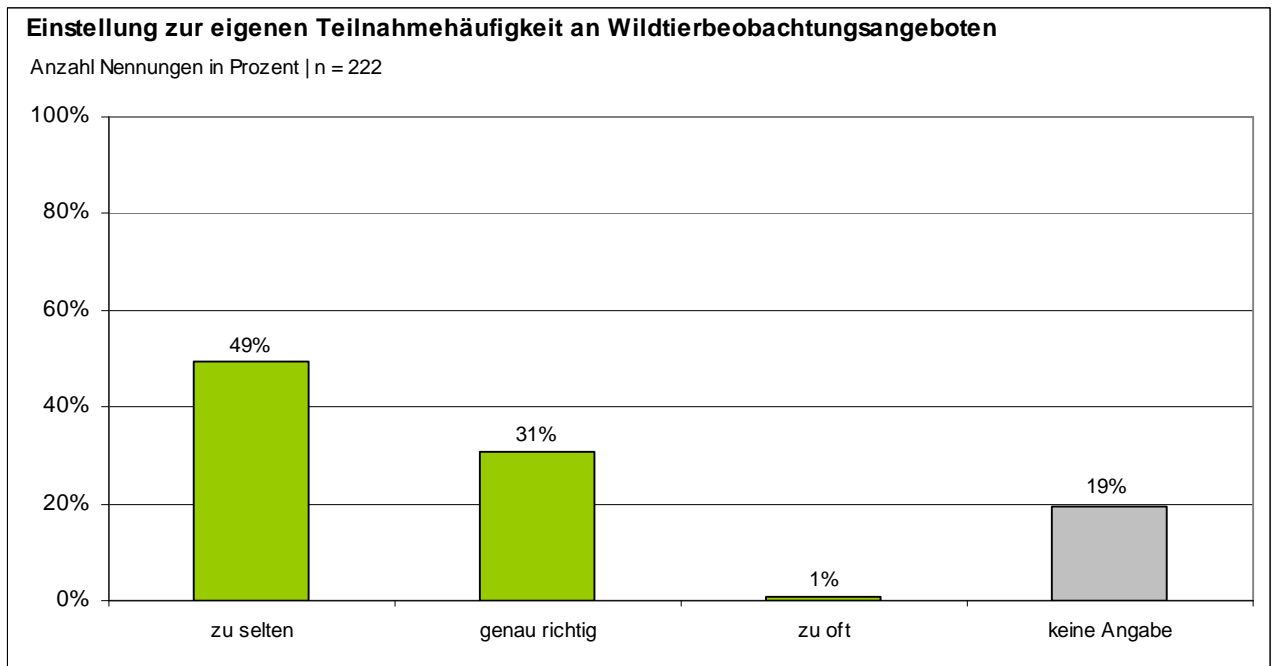
Begründungen *Zoobesuche*: Das Angebot ist in der Nähe; es können nicht einheimische Tiere beobachtet werden; die Vielfalt von Tieren; die garantierte Sichtung in kurzer Zeit; ideal für kleine Kinder.

Begründungen *Wildparks*: Tiere sind gut zu sehen; schöne Parkanlage; sicher und bequem; macht den Kindern Spass.

Begründung *geführte Wildtierbeobachtungen in freier Natur*: Tiere in Freiheit, in ihrem natürlichen Lebensraum und in ihrem Verhalten zu beobachten; die fachkundige Führung mit interessanten Informationen und Erklärungen; mehr Tiersichtungen, als bei einem Alleingang.

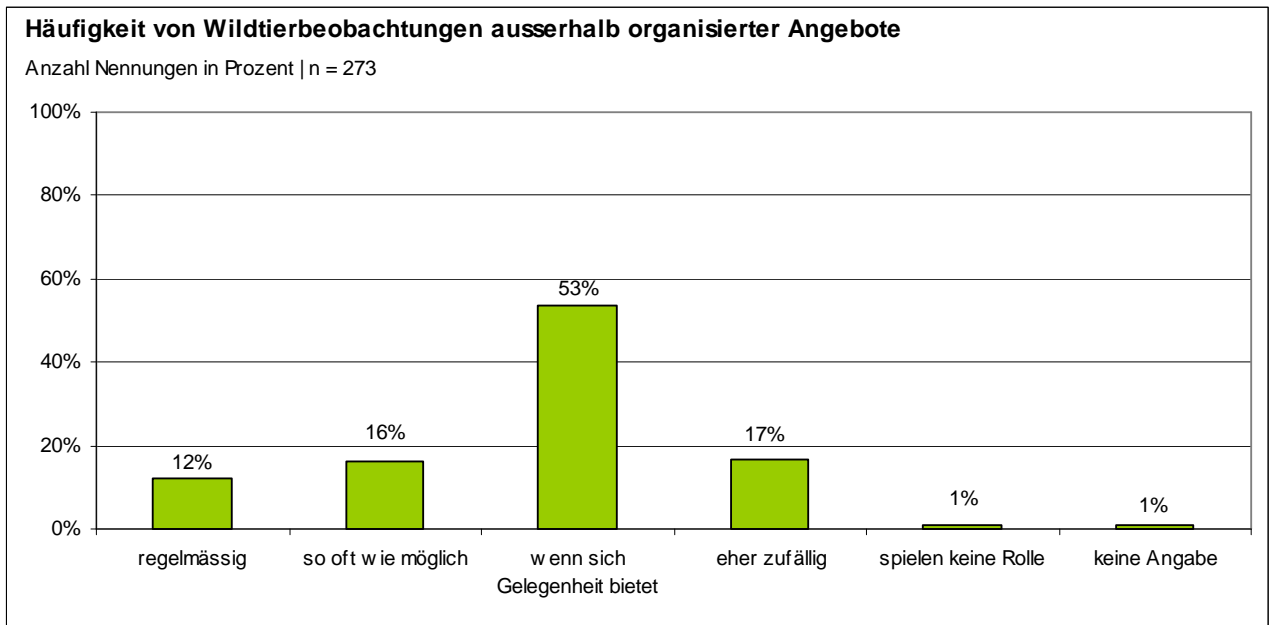
Begründung *Wildtierbeobachtungen auf eigene Faust*: Selbstbestimmung von Ort, Zeit und Dauer; eigener Rhythmus; eigenes Erlebnis; wilder, freier, individueller; mehr Stille und Ruhe.

## 12.a) Anmerkung



**Abb. XVII:** Einstellung zur eigenen Teilnahmehäufigkeit an Wildtierbeobachtungs-Angeboten | gesamthaft | Erhebung 2009

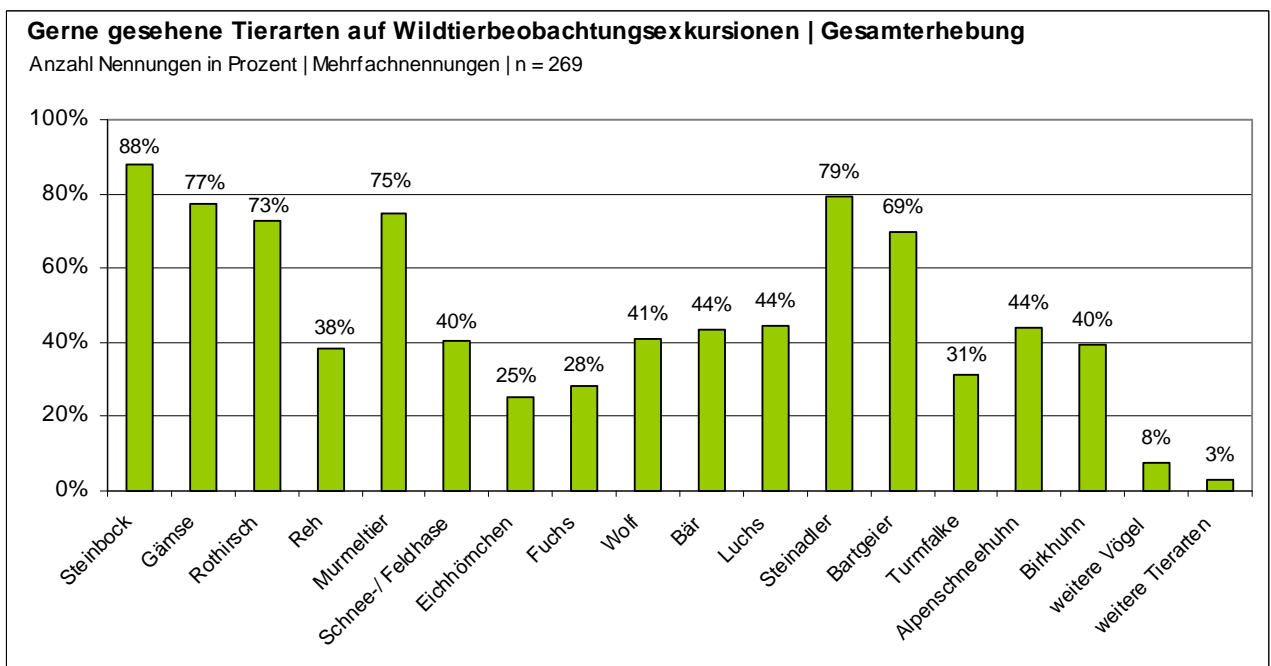
### 13. Beobachten Sie auch sonst Wildtiere?



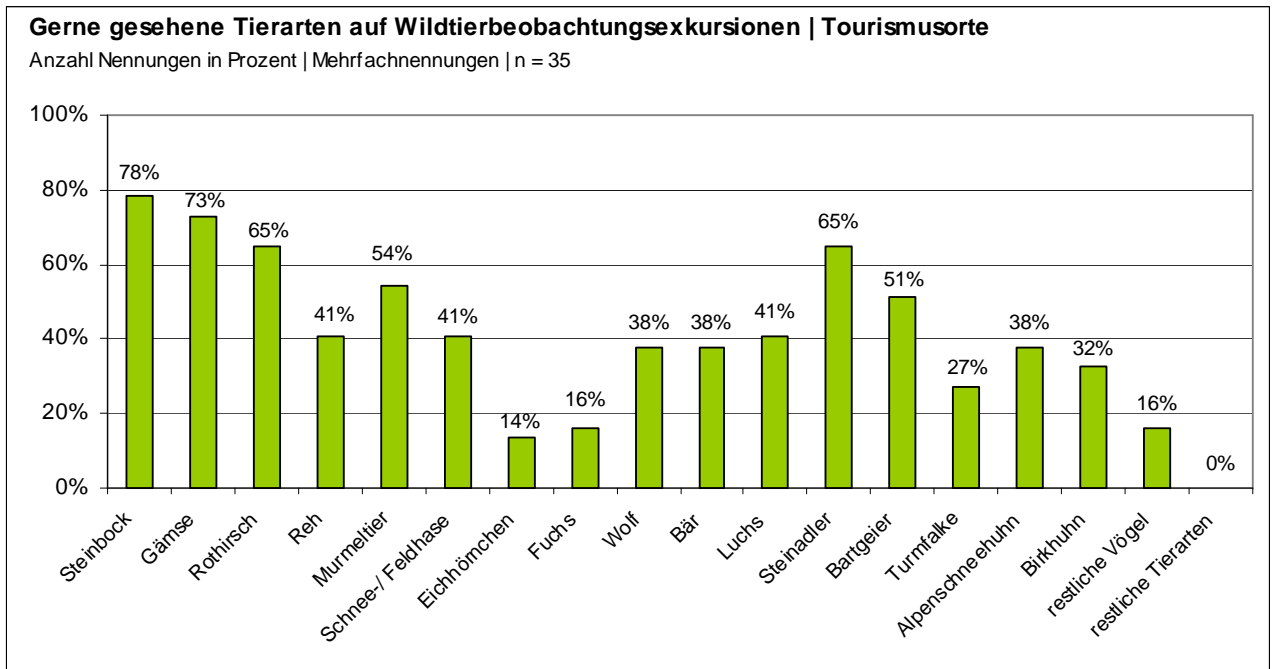
**Abb. XVIII:** Häufigkeit von Wildtierbeobachtungen ausserhalb organisierter Angebote | gesamthaft | Erhebung 2009

**Auswertungshinweis:** Bei Mehrfachnennungen (16 Mal) wurde der geringste Wert/Grund berücksichtigt, ausgehend von der Annahme, dass die Teilnehmenden gerne eher zuviel angeben als zuwenig.

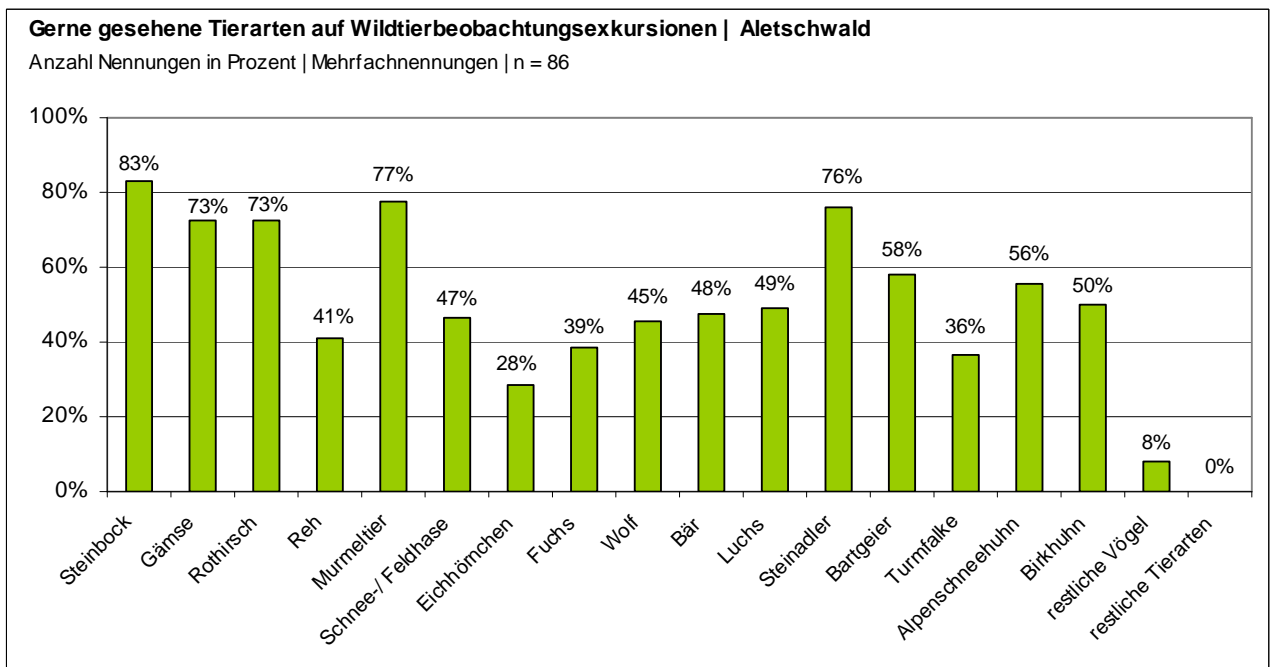
### 14. Welche Tierarten im Alpenraum möchten Sie bei einer Wildtierbeobachtung zu Gesicht bekommen?



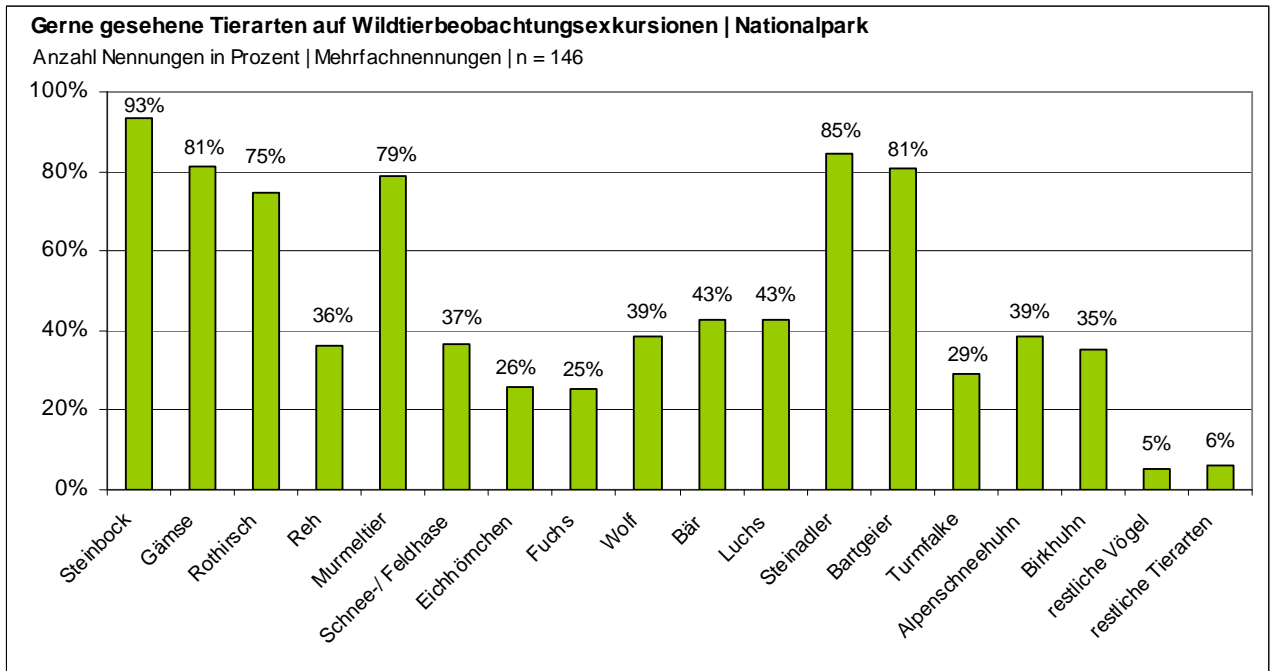
**Abb. XIX:** Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum | gesamthaft | Erhebung 2009



**Abb. XX:** Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum | Tourismusorte | Erhebung 2009



**Abb. XXI:** Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum | Naturschutzgebiet Aletschwald | Erhebung 2009



**Abb. XXII:** Gerne gesehene Tierarten auf Wildtierbeobachtungs-Exkursionen im Alpenraum | Schweizerischer Nationalpark | Erhebung 2009

**15. Nennen Sie von den oben aufgelisteten Tierarten Ihre drei Favoriten in einer Rangfolge von 1 bis 3**

**Tab. II:** Favoriten unter den Tierarten | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

Untersuchungsraum	1. Favorit	Nennungen	%	2. Favorit	Nennungen	%	3. Favorit	Nennungen	%
<b>Gesamterhebung</b>	Steinbock	75	27	Steinbock	45	16	Steinbock	33	12
<b>Tourismusorte</b>	Steinbock	17	46	Gämse	5	14	Steinadler/Murmeltier	5	14
<b>Aletschwald</b>	Luchs	14	16	Gämse	12	14	Rothirsch/Steinbock	11	13
<b>Nationalpark</b>	Steinbock	47	31	Steinbock	34	23	Steinbock	21	14

### 16. Was hat Ihnen am Wildtierbeobachtungs-Angebot besonders gut gefallen?

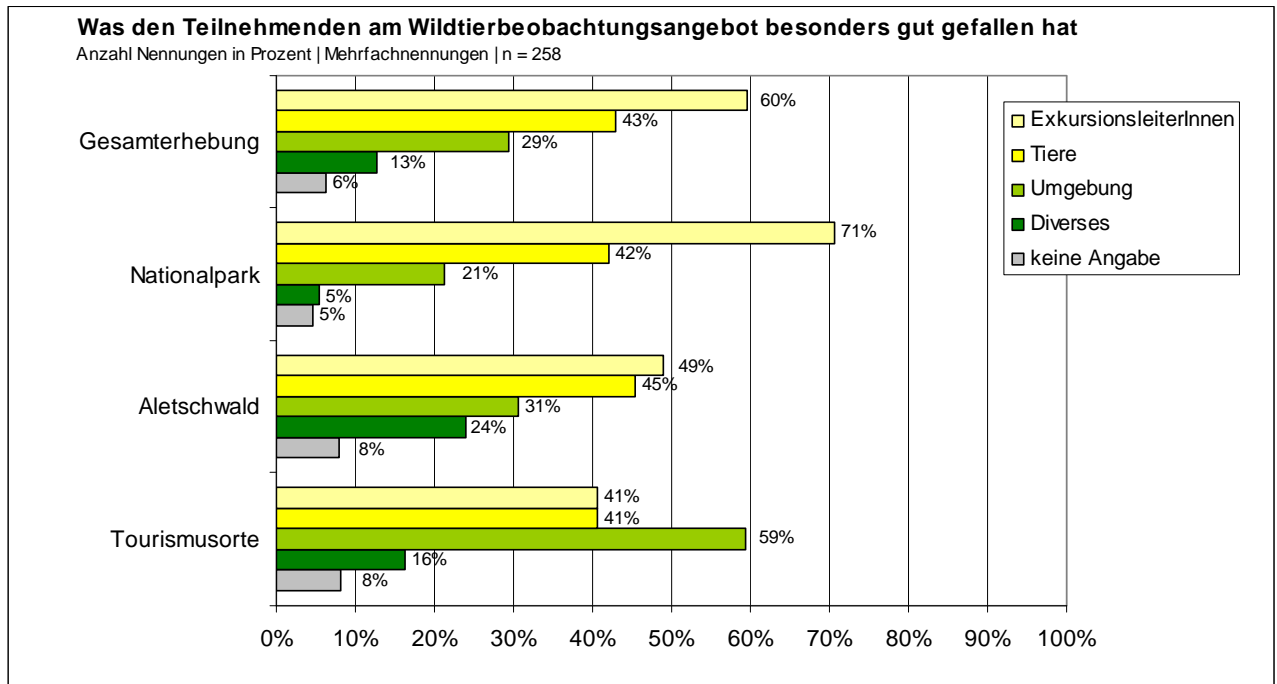


Abb. XXIII: Was den Teilnehmenden am Wildtierbeobachtungs-Angebot besonders gut gefallen hat | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

### 17. Was haben Sie am Wildtierbeobachtungs-Angebot vermisst?

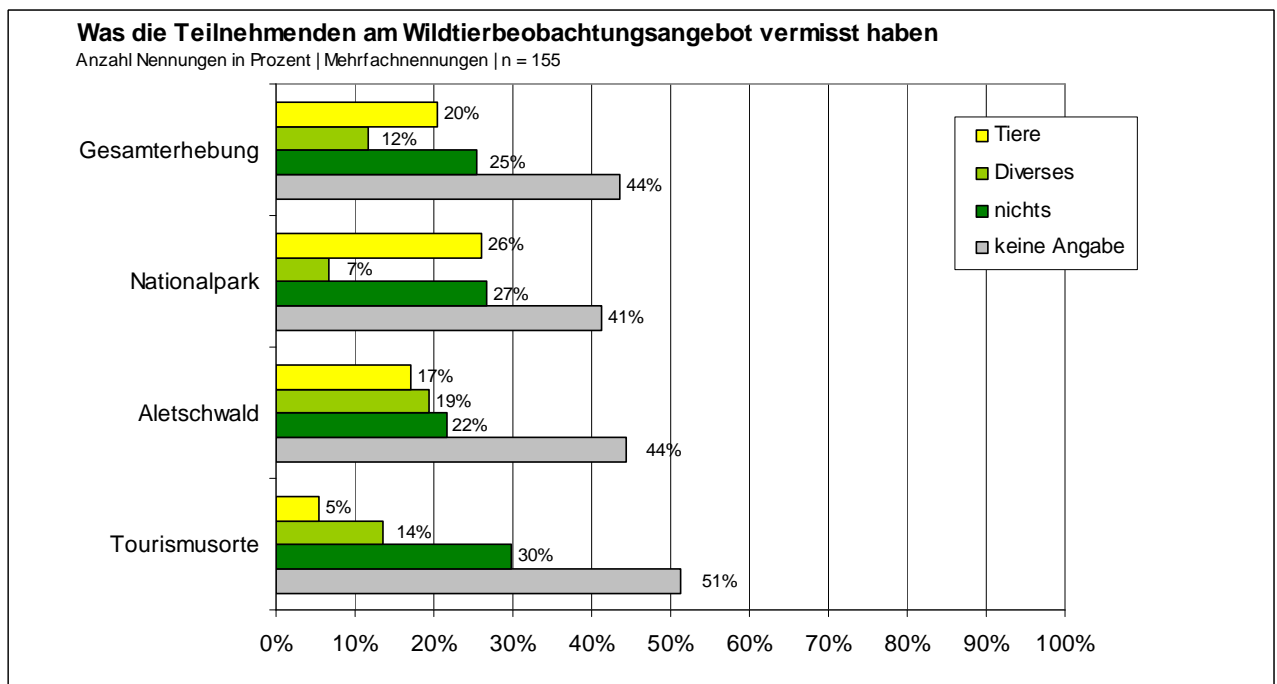
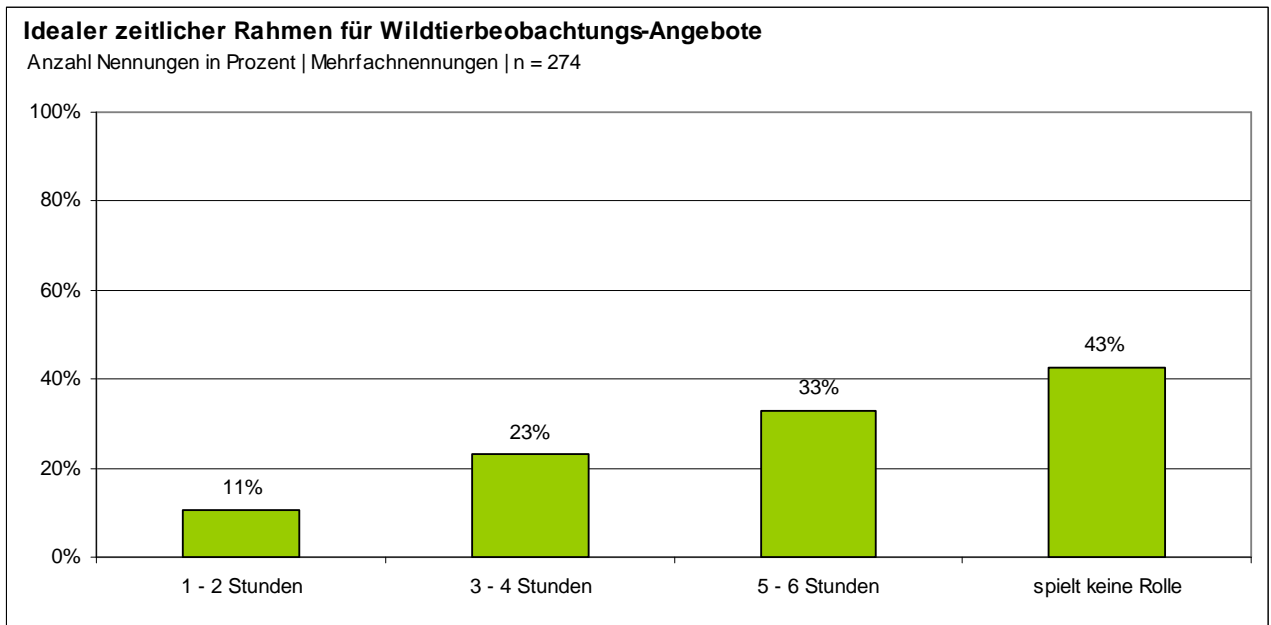


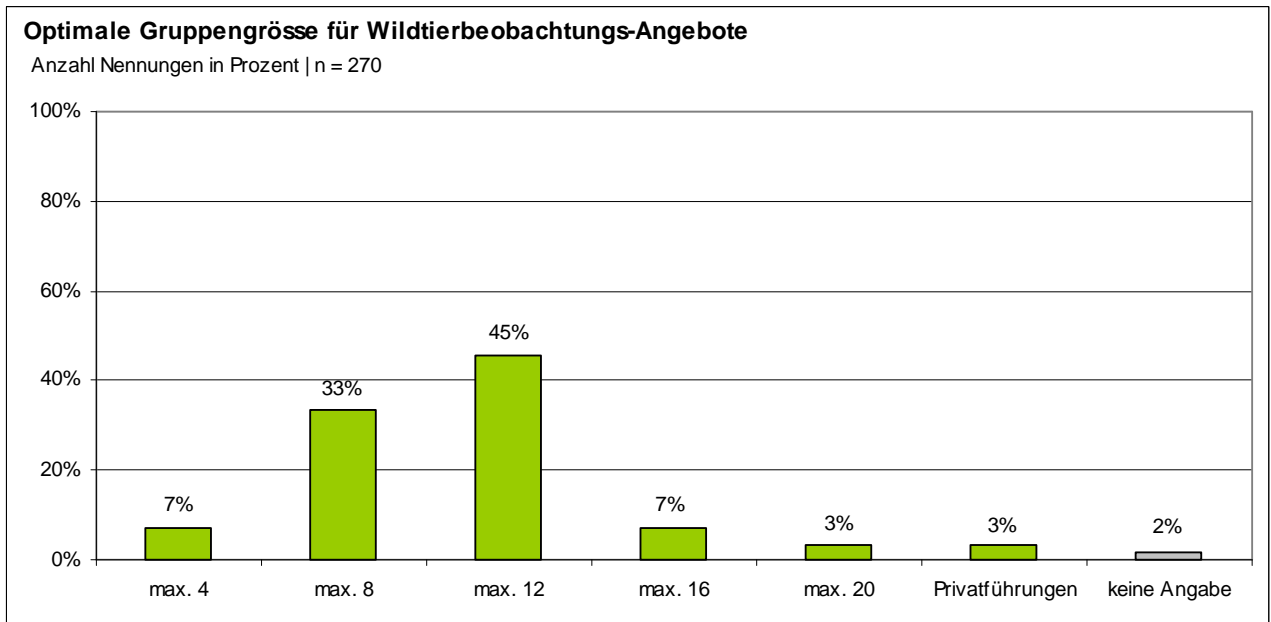
Abb. XXIV: Was die Teilnehmenden am Wildtierbeobachtungs-Angebot vermisst haben | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

### 18. Welchen zeitlichen Rahmen empfinden Sie als ideal für eine Wildtierbeobachtung?



**Abb. XXV:** Idealer zeitlicher Rahmen für Wildtierbeobachtungs-Angebote | gesamthaft | Erhebung 2009

### 19. Welche Gruppengrösse von Teilnehmenden empfinden Sie als optimal?



**Abb. XXVI:** Optimale Gruppengrösse für Wildtierbeobachtungs-Angebote | gesamthaft | Erhebung 2009

**Auswertungshinweis:** Bei Mehrfachnennungen wurde der geringere Wert gezählt, ausgehend von der Annahme, dass eine kleinere Gruppengrösse bei Wildtierbeobachtungen generell als optimaler empfunden wird.

## 20. Welchen Betrag haben Sie für die Wildtierbeobachtung bezahlt?

In den folgenden Tabellen sind die bezahlten Beträge, die Anzahl Personen, die diesen Betrag bezahlt haben, die aufmultiplizierte Summe aller Beträge und der daraus errechnete Durchschnittsbetrag ersichtlich. Des Weiteren zeigt die Tabelle die Einstellung der Befragten zum jeweils bezahlten Betrag in Anzahl Nennungen und den aufsummierten prozentualen Anteile.

In der Auswertung habe ich absichtlich nicht mit den offiziellen Preisangaben der Anbieter gerechnet sondern mit dem effektiv bezahlten Betrag der Teilnehmenden. Auf diese Weise stimmt der Bezug zu ihrer Einstellung gegenüber dem bezahlten Betrag und die Ergebnisse entsprechen besser der Realität. Die Auswertung berücksichtigt alle Betragsangaben, sowohl die der gratis Teilnehmenden, als auch jene von Privatführungen. Ebenfalls mit inbegriffen sind die Betragsangaben der Pauschalen, ungeachtet dessen, ob es sich um eine Familien-, Schulklassen- oder Wochenendpauschale mit Übernachtung handelt. Wichtig ist allein, dass das Beobachten von Wildtieren im Zentrum steht.

### Tourismusorte

**Tab. III:** Bezahlte Beträge und Einstellung der Befragten dazu | Tourismusorte | n = 34 | Erhebung 2009

Angebot	Bezahlte Beträge			Einstellung der Befragten zum bezahlten Betrag Anzahl Nennungen			
	Bezahlter Betrag in CHF	Anzahl der Befragten	Aufmultiplizierter Betrag in CHF	zu hoch	Entspricht den Erwartungen	Bereit mehr zu Bezahlen	keine Angabe
	0.00	2	0.00			1	1
	12.00	4	48.00		2	2	
	15.00	15	225.00		8	7	
	21.00	9	189.00		4	5	
	30.00	2	60.00		2		
	35.00	1	35.00		1	1	
	45.00	1	45.00		1		
	keine Angabe	3					2
<b>Summe</b>		<b>37</b>	<b>602.00</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>3</b>
<b>Durchschnitt in CHF</b>			<b>17.71</b>				
<b>Anteil in Prozent</b>				<b>0</b>	<b>49</b>	<b>43</b>	<b>8</b>



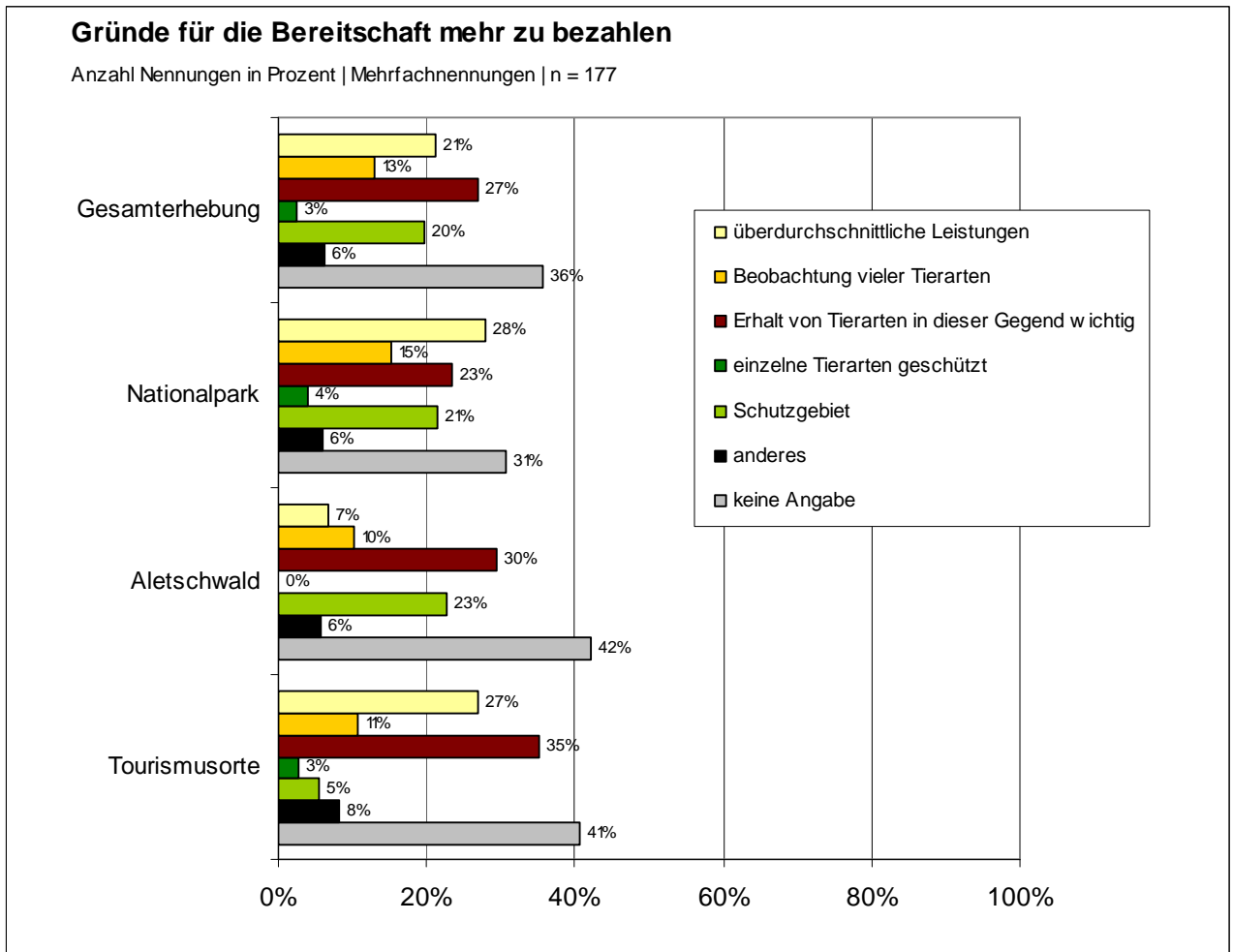
**Schweizerischer Nationalpark****Tab. IV:** Bezahlte Beträge und Einstellung der Befragten dazu | Schweizerischer Nationalpark | n = 147 |  
Erhebung 2009

Angebot	Bezahlte Beträge			Einstellung der Befragten zum bezahlten Betrag Anzahl Nennungen				
	Bemerkungen wo vorhanden	Bezahlter Betrag in CHF	Anzahl der Befragten	Aufmultiplizierter Betrag in CHF	zu hoch	Entspricht den Erwartungen	Bereit mehr zu Bezahlen	keine Angabe
		0.00	1	0.00			1	
		10.00	2	20.00		1	1	
		12.50	2	25.00		1	1	
		13.00	1	13.00			1	
		16.00	1	16.00		1		
		20.00	1	20.00		1		
		25.00	110	2750.00		82	27	2
	Familie	50.00	25	1250.00		16	5	4
	Privatführung	175.00	4	700.00		2	2	
		keine Angabe	3					2
	<b>Summe</b>		<b>150</b>	<b>4794.00</b>		<b>104</b>	<b>38</b>	<b>8</b>
	<b>Durchschnitt in CHF</b>			<b>32.61</b>				
	<b>Anteil in Prozent</b>					<b>69</b>	<b>25</b>	<b>5</b>

**Naturschutzgebiet Aletschwald****Tab. V:** Bezahlte Beträge und Einstellung der Befragten dazu | Naturschutzgebiet Aletschwald | n = 77 |  
Erhebung 2009

Angebot	Bezahlte Beträge			Einstellung der Befragten zum bezahlten Betrag Anzahl Nennungen				
	Bemerkungen wo vorhanden	Bezahlter Betrag in CHF	Anzahl der Befragten	Aufmultiplizierter Betrag in CHF	zu hoch	Entspricht den Erwartungen	Bereit mehr zu Bezahlen	keine Angabe
		0.00	23	0.00		2	14	7
		6.00	1	6.00			1	
		8.00	2	16.00		2		
		10.00	23	230.00		18	5	
		14.00	6	84.00	1	2	3	
		19.00	1	19.00		1		
		25.00	2	50.00		2		
		40.00	1	40.00		1		
	Familie	50.00	1	50.00			1	
		60.00	2	120.00		2		
	Schulklasse	75.00	2	150.00			2	
		100.00	3	300.00	1	3		
	Inklusive 1 Übernachtung	140.00	2	280.00		2		
	Schulklasse	150.00	2	300.00				1
	Inklusive 1 Übernachtung	160.00	6	960.00		5	1	
		keine Angabe	11			1	3	7
	<b>Summe</b>		<b>88</b>	<b>2605.00</b>	<b>2</b>	<b>41</b>	<b>30</b>	<b>15</b>
	<b>Durchschnitt in CHF</b>			<b>33.83</b>				
	<b>Anteil in Prozent</b>				<b>2</b>	<b>47</b>	<b>34</b>	<b>17</b>

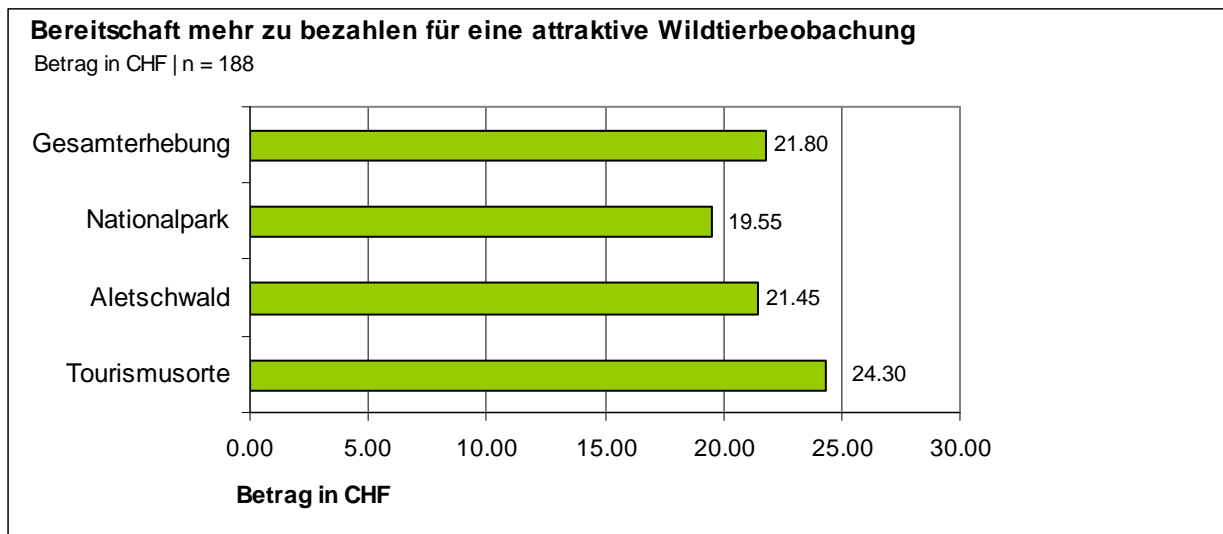
**21.b) Ich wäre bereit mehr zu bezahlen, weil:**



**Abb. XXVII:** Gründe für die Bereitschaft der Befragten mehr zu bezahlen | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009

Weitere Gründe, einen höheren finanziellen Beitrag zu leisten wurden vereinzelt angemerkt und sind unter dem Begriff *anderes* zusammengefasst; hier ein paar Beispiele: weil ... "ich diese Art Tourismus perfekt finde", "solche Führungen für die Führer finanziell einigermaßen interessant sein sollten", "es mir prima gefallen hat", "kleinere Gruppen".

**22. Welchen Betrag wären Sie bereit mehr zu bezahlen, wenn es auf der Wildtierexkursion möglich wäre mindestens vier für Sie attraktive Tierarten mit grosser Wahrscheinlichkeit beobachten zu können?**



**Abb. XXVIII:** Bereitschaft der Befragten mehr zu bezahlen für ein attraktives Wildtierbeobachtungs-Angebot | gesamthaft und pro Untersuchungsraum | Erhebung 2009



## **Anhang B: Umfrage bei den Tourismusorganisationen/Anbietern**

### **Inhaltsverzeichnis**

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XXXII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XXXII</b>
<b>1) Fragebogen .....</b>	<b>XXXIII</b>
<b>2) Auswertungsdiagramme und Tabellen .....</b>	<b>XXXV</b>

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abb. I:</b> Anzahl Wildtierbeobachtungs-Angebote pro Jahreszeit   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009 .....	XXXV
<b>Abb. II:</b> Durchschnittliche Anzahl Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten pro Jahr   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	XXXVI
<b>Abb. III:</b> Durchschnittliche Dauer von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	XXXVII
<b>Abb. IV:</b> Weitere naturnahe Angebote neben Wildtierbeobachtungen Ja/Nein   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	XXXIX
<b>Abb. V:</b> Verwendung von Tierbildern im Kommunikationsmaterial   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009 .....	XL
<b>Abb. VI:</b> Preis für Wildtierbeobachtungs-Angebot inkl. Zusatzbetrag zugunsten der Wildtiere Ja/Nein   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009 .....	XLI

## Tabellenverzeichnis

<b>Tab. I:</b> Anzahl Wildtierbeobachtungs-Angebote pro Jahreszeit   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009 .....	XXXV
<b>Tab. II:</b> Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten pro Jahr   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	XXXVI
<b>Tab. III:</b> Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den Jahren 2004 bis 2008   Erhebung bei Tourismusorganisationen und beim Nationalpark im Kanton Graubünden   2009 .....	XXXVII
<b>Tab. IV:</b> Preis pro erwachsener Teilnehmer für ein Wildtierbeobachtungs-Angebot, durchschnittliche Exkursionsdauer und abgeleiteter Betrag pro Stunde   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009.....	XXXVIII
<b>Tab. V:</b> Mindest- und Höchstteilnehmerzahlen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten   Erhebung bei Tourismusorganisationen und beim Nationalpark im Kanton Graubünden   2009 .....	XXXIX
<b>Tab. VI:</b> Naturnahe Angebote, die besser, gleich oder weniger gut besucht werden als Wildtierbeobachtungen   Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden   2009 .....	XL

# 1) Fragebogen

## Welche Bedeutung haben Wildtierbeobachtungs-Angebote für den Tourismus?

Diese Umfrage findet im Rahmen einer Bachelor-Arbeit an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil statt.

Kontaktperson für Fragen: Natascha Jordi | natascha.jordi@zhaw.ch | 078 771 37 72

**Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen den Fragebogen auszufüllen.**

Tourismusorganisation/Ort:

Datum:

Kontaktperson/Funktion:

Telefon-Nr.: E-Mail:

### 1) Bieten Sie in Ihrem Ferienort Wildtierbeobachtungs-Angebote an?

- Ja wenn ja, seit wie vielen Jahren? Seit:      Jahren  
 Nein

### 2a) Zu welchen Jahreszeiten bieten Sie Wildtierbeobachtungen an?

- Frühling (21. März – 20. Juni)  
 Sommer (21. Juni – 22. September)  
 Herbst (23. September – 20. Dezember)  
 Winter (21. Dezember – 20. März)

### 2b) Wie oft pro Jahr werden Wildtierbeobachtungs-Angebote durchgeführt?

Anzahl Durchführungen in den Jahren

2008:

2007:

2006:

2005:

2004:

- das ist eine Schätzung  das ist ein statistischer Wert  es gibt keine Zahlen dazu

### 3a) Wie viele Gäste nehmen durchschnittlich pro Jahr an Wildtierbeobachtungs-Angeboten teil?

Anzahl Teilnehmer pro Jahr:

- das ist eine Schätzung  das ist ein statistischer Wert  es gibt keine Zahlen dazu

### 3b) Wie hat sich die Nachfrage nach Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den letzten 10 Jahren entwickelt?

- stark zunehmend → mehr als 5 Prozent  
 leicht zunehmend → weniger als 5 Prozent  
 stagnierend  
 leicht abnehmend → weniger als 5 Prozent  
 stark abnehmend → mehr als 5 Prozent

### 3c) Werden in Ihrem Tourismusort weitere *naturnahe* Angebote angeboten?

- Ja wenn ja, welche? Wir bieten folgende naturnahen Angebote an:

- Nein

**3d) Welche der oben genannten naturnahen Angebote laufen besser als Wildtierangebote?**

Bitte machen Sie bei den oben aufgeführten Angeboten, die besser laufen als Wildtierbeobachtungen, rechts ein Kreuz.

**4a) Die Leiter von Wildtierbeobachtungs-Angeboten ...**

... sind von Beruf (hier können mehrere Berufe angegeben werden):

- stammen vorwiegend aus der Gegend
- sind selbständig Erwerbend und erhalten die Bezahlung direkt von den Gästen
- sind von der Tourismus-/Parkorganisation angestellt und werden von dieser bezahlt
- bieten Wildtierbeobachtungen ehrenamtlich an →  erhalten etwas für allfällige Spesen
- bieten Wildtierbeobachtungen nebenberuflich an → den Hauptberuf üben Sie zu  Prozent aus
- bieten Wildtierbeobachtungen vollamtlich an und erhalten einen Lohn

**4b) Wie lange dauert eine Wildtierbeobachtungs-Exkursion?  Stunden**

**4c) Welche Mindest- und Höchstteilnehmerzahl setzten Sie bei Ihrem Wildtierbeobachtungs-Angebot?**

Mindestteilnehmerzahl liegt bei:

Höchstteilnehmerzahl liegt bei:

**4d) Wie viel erhalten die Leiter pro Wildtierbeobachtungs-Exkursion?**

- Sie erhalten pro erwachsene Person CHF  / pro Kind CHF:
- Sie erhalten pauschal CHF  pro durchgeführte Wildtierbeobachtungs-Exkursion

**4e) Welche der drei folgenden Aussagen trifft auf ihre Wildtierbeobachtungs-Angebote generell zu?**

- Sie bringen einen Gewinn  Sie sind kostendeckend  Sie bringen einen Verlust
- Sie haben keinen finanziellen Einfluss

**4f) Welche Branchen/Leistungsträger in Ihrer Region profitieren von Wildtierbeobachtungs-Angeboten?**

- Transportbetriebe
- Beherbergungsbetriebe
- Gewerbe
- Landwirtschaft
- Forstwirtschaft
- andere:

**5) Verwenden Sie für die Kommunikation Ihrer Destination (in Prospekte, im Internet etc.) Bilder von Wildtieren?**

- Ja
- Nein

**6a) Wie soll Ihrer Meinung nach der Tourismus ein lokales oder regionales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere unterstützen?**

- durch direkte finanzielle Beiträge
- indirekt durch Teilnehmerbeiträge von Wildtierbeobachtungs-Angeboten
- gar nicht
- anderer Vorschlag:

**6b) Soll im Preis des Wildtierbeobachtungs-Angebots automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere enthalten sein und entsprechend kommuniziert werden?**

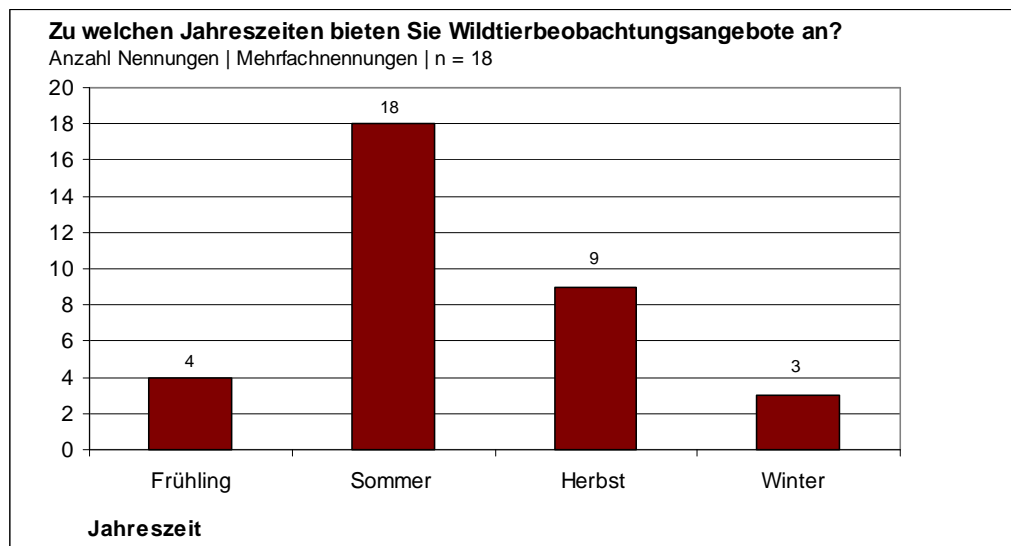
- Ja
- Nein

**Weshalb:**



## 2) Auswertungsdiagramme und Tabellen

### 2. Zu welchen Jahreszeiten bieten Sie Wildtierbeobachtungen an?



**Abb. I:** Anzahl Wildtierbeobachtungs-Angebote pro Jahreszeit | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

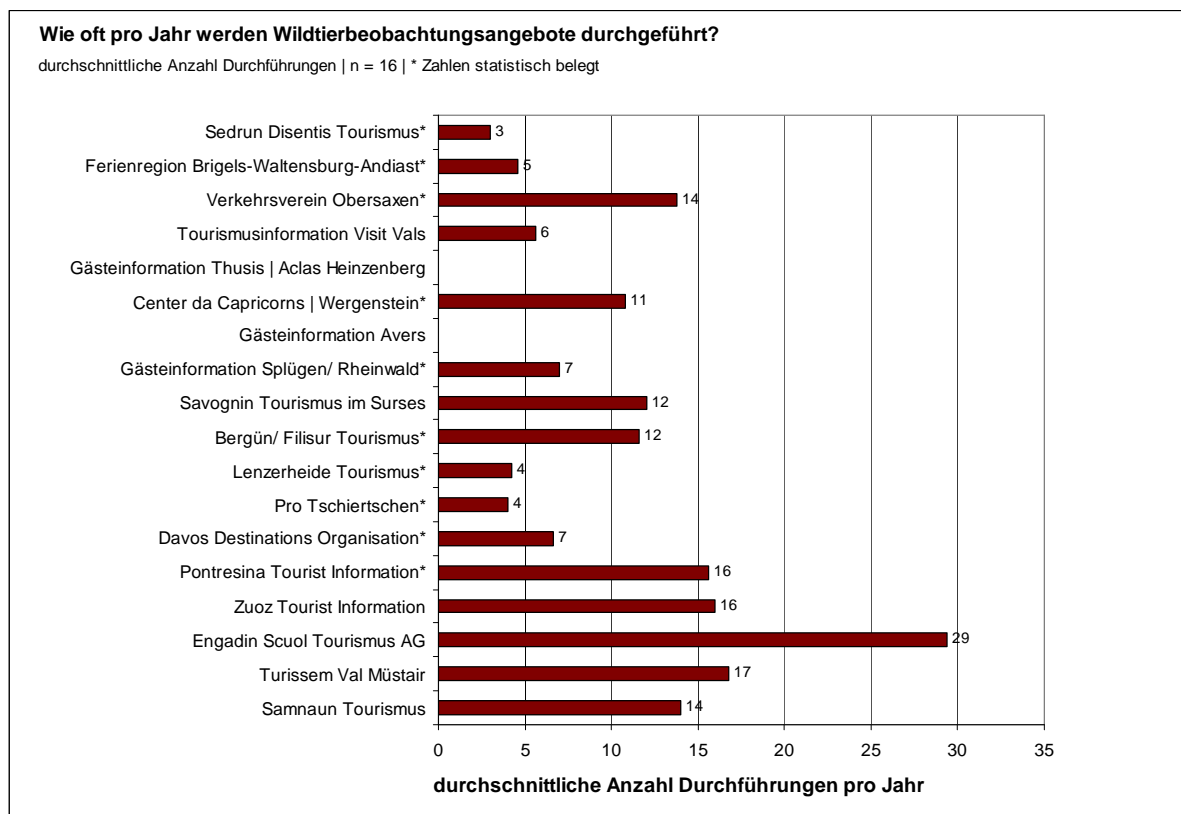
**Tab. I:** Anzahl Wildtierbeobachtungs-Angebote pro Jahreszeit | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

Nr.	Tourismusorganisation	Frühling (21.3.-20.6.)	Sommer (21.6.-22.9.)	Herbst (23.9.-20.12.)	Winter (21.12.-20.3.)
1	Sedrun Disentis Tourismus		X	X	
2	Ferienregion Brigels-Waltensburg-Andiast	X	X	X	
3	Verkehrsverein Obersaxen		X	X	
4	Tourismusinformation Visit Vals	X	X	X	X
5	Gästeinformation Thusis   Aclas Heinzenberg		X		
6	Center da Capricorns   Wergenstein		X		
7	Gästeinformation Avers	X	X	X	
8	Gästeinformation Splügen/Rheinwald	X	X		X
9	Savognin Tourismus im Surses		X	X	
10	Bergün/Filisur Tourismus		X		
11	Lenzerheide Tourismus		X		
12	Pro Tschertschen		X		X
13	Destination Davos-Klosters		X		
14	Pontresina Tourismus		X		
15	Zuoz Tourist Information		X	X	
16	Engadin Scuol Tourismus AG		X	X	
17	Turissem Val Müstair		X	X	
18	Samnaun Tourismus		X		
	<b>Anzahl Nennungen total</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>3</b>

### 3. Wie oft pro Jahr werden Wildtierbeobachtungs-Angebote durchgeführt?

**Tab. II:** Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten pro Jahr | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

Nr.	Anzahl Durchführungen in den Jahren 2004 – 2008 pro Tourismusorganisation	2008	2007	2006	2005	2004	Durchschnitt	Schätzung	Statistischer Wert	Keine Zahlen dazu
1	Sedrun Disentis Tourismus	4	7	4			5		X	
2	Ferienregion Brigels-Waltensburg-Andiast	3	5	5	5	5	5		X	
3	Verkehrsverein Obersaxen	19	20	10	10	10	14		X	
4	Tourismusinformation Visit Vals	16	12				14	X		
5	Gästeinformation Thusis   Aclas Heinzenberg									X
6	Center da Capricorns   Wergenstein	14	12	10	10	8	11		X	
7	Gästeinformation Avers									X
8	Gästeinformation Splügen/Rheinwald	7	7	7	7	7	7		X	
9	Savognin Tourismus im Surses	13	11	12	12	12	12	X		
10	Bergün/Filisur Tourismus	12	9	15	10	12	12		X	
11	Lenzerheide Tourismus	4	4	0	6	7	4		X	
12	Pro Tschierschen	4	4	4	4	4	4		X	
13	Davos Destinations Organisation	8	6	7	6	6	7		X	
14	Pontresina Tourist Information	16	16	16	14	16	16		X	
15	Zuoz Tourist Information	16	16	16	16	16	16	X		
16	Engadin Scuol Tourismus AG	36	32	30	25	24	29	X		
17	Turissem Val Müstair	20	16	16	16	16	17	X		
18	Samnaun Tourismus	14	14	14	14	14	14	X		
<b>Summe</b>		<b>227</b>	<b>211</b>	<b>189</b>	<b>177</b>	<b>178</b>		<b>6</b>	<b>10</b>	<b>2</b>

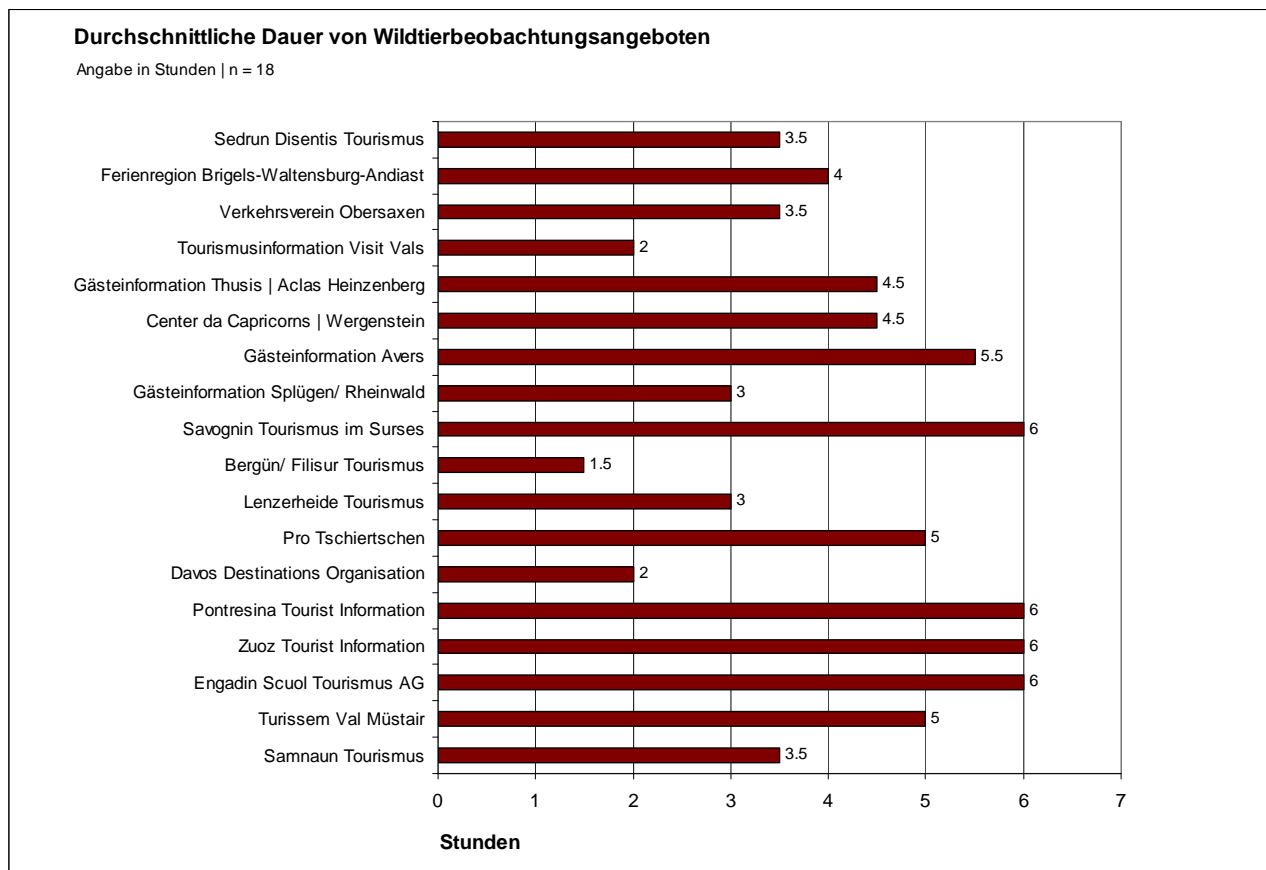


**Abb. II:** Durchschnittliche Anzahl Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten pro Jahr | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

**Tab. III:** Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten in den Jahren 2004 bis 2008 | Erhebung bei Tourismusorganisationen und beim Nationalpark im Kanton Graubünden | 2009

Durchführungen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten	2008	2007	2006	2005	2004
Tourismusorganisationen	206	191	166	155	157
Schweizerischer Nationalpark	39	38	41	40	39
Kanton Graubünden	245	229	207	195	196

#### 4. Wie lange dauert eine Wildtierbeobachtungs-Exkursion?



**Abb. III:** Durchschnittliche Dauer von Wildtierbeobachtungs-Exkursionen | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

## 5. Welchen Preis verlangen Sie pro erwachsenen Teilnehmer?

**Tab. IV:** Preis pro erwachsener Teilnehmer für ein Wildtierbeobachtungs-Angebot, durchschnittliche Exkursionsdauer und abgeleiteter Betrag pro Stunde | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

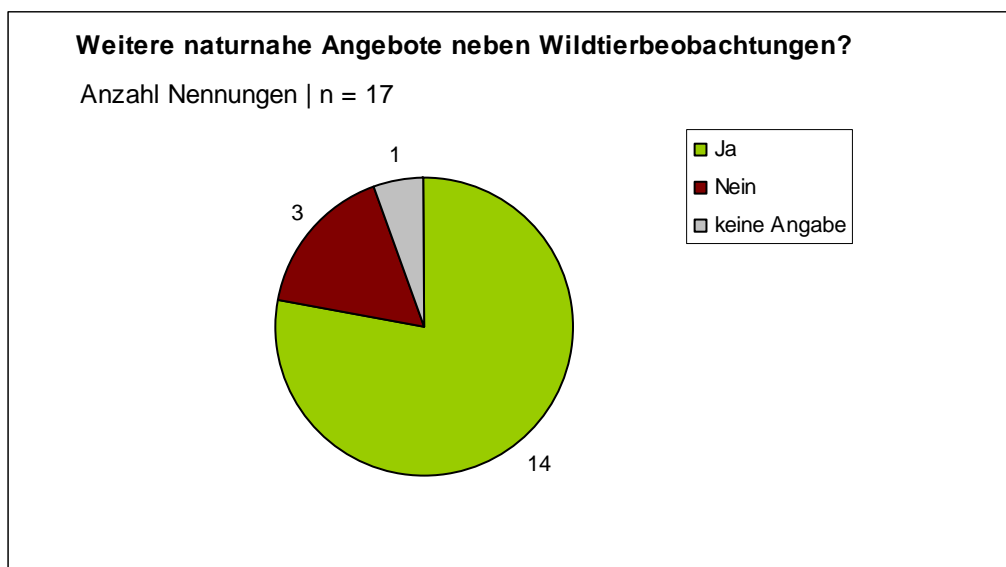
Nr.	Tourismusorganisation *Preis mit «Gästekarte» oder «Aktivpass»	Preis pro Erwachsener in CHF	Durchschnittliche Exkursionsdauer in Stunden	Abgeleiteter Betrag pro Stunde in CHF/Stunde
1	Sedrun Disentis Tourismus	gratis	3.5	
2	Ferienregion Brigels-Waltensburg-Andiast	12.00/6.00*	4	3.00
3	Verkehrsverein Obersaxen	gratis	3.5	
4	Tourismusinformation Visit Vals	gratis	2	
5	Gästeinformation Thusis   Aclas Heinzenberg	10.00	4.5	2.20
6	Center da Capricorns   Wergenstein (Pauschale bis zu CHF 50.00/Exkursion; Annahme: 4 TN à CHF 12.50)	12.50	4.5	2.80
7	Gästeinformation Avers (Pauschale CHF 50.-/Exkursion; Annahme: 4 TN à CHF 12.50)	12.50	5.5	2.25
8	Gästeinformation Splügen/Rheinwald	gratis	3	
9	Savognin Tourismus im Surses	25.00/15.00*	6	4.15
10	Bergün/Filisur Tourismus	12.00	1.5	8.00
11	Lenzerheide Tourismus	45.00	3	15.00
12	Pro Tschierschen	gratis	5	
13	Destination Davos-Klosters	5.00/gratis*	2	2.50
14	Pontresina Tourismus	gratis	6	
15	Zuoz Tourist Information	25.00	6	4.15
16	Engadin Scuol Tourismus AG	29.00	6	4.85
17	Turisseim Val Müstair	15.00/gratis*	5	3.00
18	Samnaun Tourismus	6.70/gratis*	3.5	1.90
	<b>Durchschnittswerte (gerundet)</b>		<b>4</b>	<b>4.50</b>

## 5. Welche Mindest- und Höchstteilnehmerzahl setzen Sie bei Ihrem Wildtierbeobachtungsangebot?

**Tab. V:** Mindest- und Höchstteilnehmerzahlen von Wildtierbeobachtungs-Angeboten | Erhebung bei Tourismusorganisationen und beim Nationalpark im Kanton Graubünden | 2009

Nr.	Tourismusorganisation	Mindestteilnehmerzahl	Höchstteilnehmerzahl
1	Sedrun Disentis Tourismus	4	30
2	Ferienregion Brigels-Waltensburg-Andiast	5	egal
3	Verkehrsverein Obersaxen	6	20
4	Tourismusinformatio Visit Vals	1	unbegrenzt
5	Gästeinformation Thusis   Aclas Heinzenberg	1	15
6	Center da Capricorns   Wergenstein	3	14
7	Gästeinformation Avers	1	8
8	Gästeinformation Splügen/Rheinwald	4	10
9	Savognin Tourismus im Surses	4	keine
10	Bergün/Filisur Tourismus	4	20
11	Lenzerheide Tourismus	4	12
12	Pro Tschierschen	1	20
13	Davos Destinations Organisation	8	30
14	Pontresina Tourist Information	3	20
15	Zuoz Tourist Information	4	20
16	Engadin Scuol Tourismus AG	4	20
17	Turissem Val Müstair	4	15
18	Samnaun Tourismus	1	unbegrenzt
	Durchschnitt	3	20
19	Schweizerischer Nationalpark	5	25

## 8. Werden in Ihrem Tourismusort weitere naturnahe Angebote angeboten?



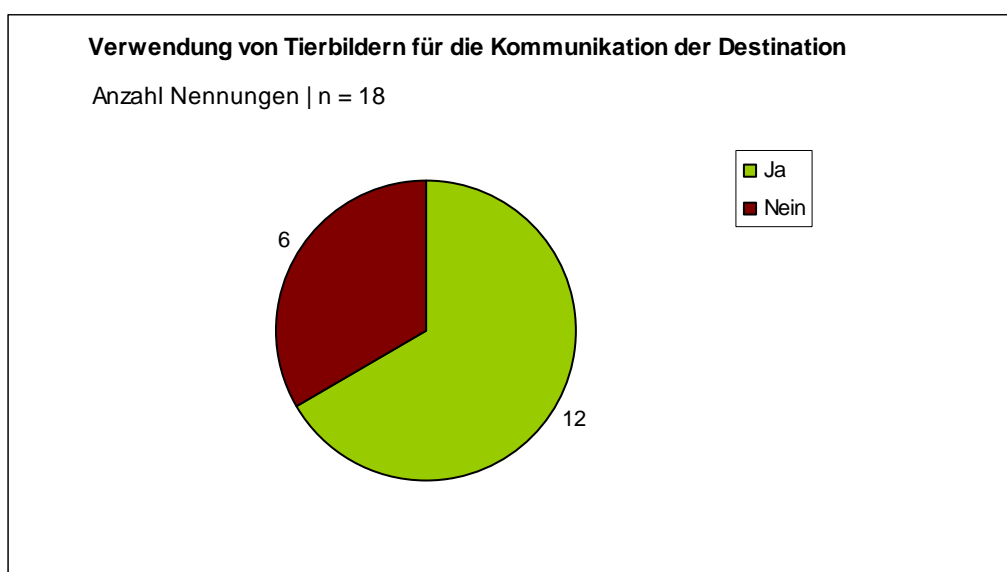
**Abb. IV:** Weitere naturnahe Angebote neben Wildtierbeobachtungen Ja/Nein | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

## 9. Welche der oben genannten naturnahen Angebote laufen besser als Wildtierbeobachtungsangebote?

**Tab. VI:** Naturnahe Angebote, die besser, gleich oder weniger gut besucht werden als Wildtierbeobachtungen | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

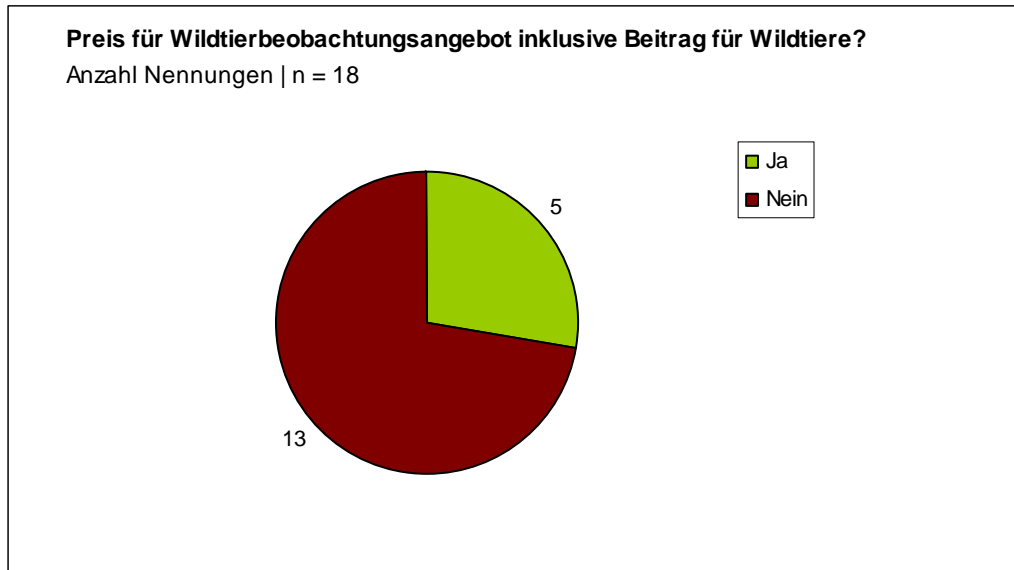
Besser besuchte naturnahe Angebote	Gleich oder weniger gut besuchte Angebote
Goldwaschen	Strahlen
Fichtenurwald	Fischen
Kristalle suchen	Themenweg
diverse siehe Aktiv Sommerprogramm	Auenexkursion Ischlas da Strada
Führung durch die Alp Bella	Geführte Wanderungen/Panoramawanderungen
Gletscherpfad Morteratsch	Botanische Wanderungen
Kräuterwanderungen	Pilzexkursionen
Brigelser Alpweiden	Ornithologische Exkursion
Goldwaschen	Waldexkursion God da Tamangur
Tages- und Halbtageswanderungen	Geführte Wanderungen
Dorfbesichtigungen	Pilzexkursion
Pflanzenführungen	Kunst in der Natur
Fischen im Heidsee	Rheinquellwanderung
	Exkursion zu den Schafherden mit Herdenschutzhunden
	Tier und Pflanzen in der Tschliner Terrassenlandschaft
	Parc Ela Forschungswanderung
	Schneeschuhwanderungen
	Vogellexkursionen
	Blumenwanderung
	Grillplausch
	Imkereibesichtigung
	Naturschutzeinsätze
	Heilsalbenkurse
	Erlebnis auf dem Bauernhof

## 11. Verwenden Sie für die Kommunikation Ihrer Destination (in Prospekte, im Internet etc.) Bilder von Wildtieren?



**Abb. V:** Verwendung von Tierbildern im Kommunikationsmaterial | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009

**13. Soll im Preis des Wildtierbeobachtungs-Angebots automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Schutzprojekt zugunsten der Wildtiere enthalten sein und entsprechend kommuniziert werden?**



**Abb. VI:** Preis für Wildtierbeobachtungs-Angebot inkl. Zusatzbetrag zugunsten der Wildtiere Ja/Nein | Erhebung bei Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden | 2009





## **Anhang C: Stellungnahme Fachpersonen**

### **Inhaltsverzeichnis**

<b>1) Fragen an die Fachpersonen .....</b>	<b>XLIV</b>
<b>2) Auswahlliste möglicher Standards und Kenntnisse .....</b>	<b>XLVIII</b>

# 1) Fragen an die Fachpersonen

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
 Fachstelle für Tourismus und Nachhaltige Entwicklung  
 Center da Capricorns, CH-7433 Wergenstein



## Ihre Stellungnahme zum Thema Wildtierbeobachtungsangebote/ Wildtiere

Ihre Stellungnahme fliesst ein in die Bachelor-Arbeit mit dem Titel *Touristische und soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen und deren Auswirkungen auf die Wildtiere*, bearbeitet an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, mit einer schriftlichen Stellungnahme auf meine Fragen einzugehen. Bei Unklarheiten oder Fragen erreichen Sie mich telefonisch unter 078 771 37 72 oder via E-Mail: [natascha.jordi@zhaw.ch](mailto:natascha.jordi@zhaw.ch)

### Hintergrund

Wildtiere haben neben ihrer ökologischen eine hohe Bedeutung als natürliche Attraktion für den naturnahen Tourismus. Wildtierbeobachtungsangebote (Exkursionen, Umweltbildung, Fotografie, Film etc.) in der freien Natur sind beliebte Tourismusaktivitäten. Nutzen daraus ziehen die Gäste mit dem Erlebnis und die Anbieter, die gegen Bezahlung den Zugang zum Erlebnis ermöglichen.

Wie steht es um den Nutzen für die Wildtiere? Nutzbringend sind die Arten- und Naturschutzbemühungen sowohl von Bund/ Kantonen/ Gemeinden als auch von den Naturschutzorganisationen. Auch die Jäger und Wildhüter setzen sich mit Bestandesregulierung, Hege und Pflege nachhaltig für die Wildtiere ein. Können Wildtiere insbesondere auch ausserhalb von Schutzgebieten von der touristischen Nutzung profitieren und wenn ja in welcher Form?

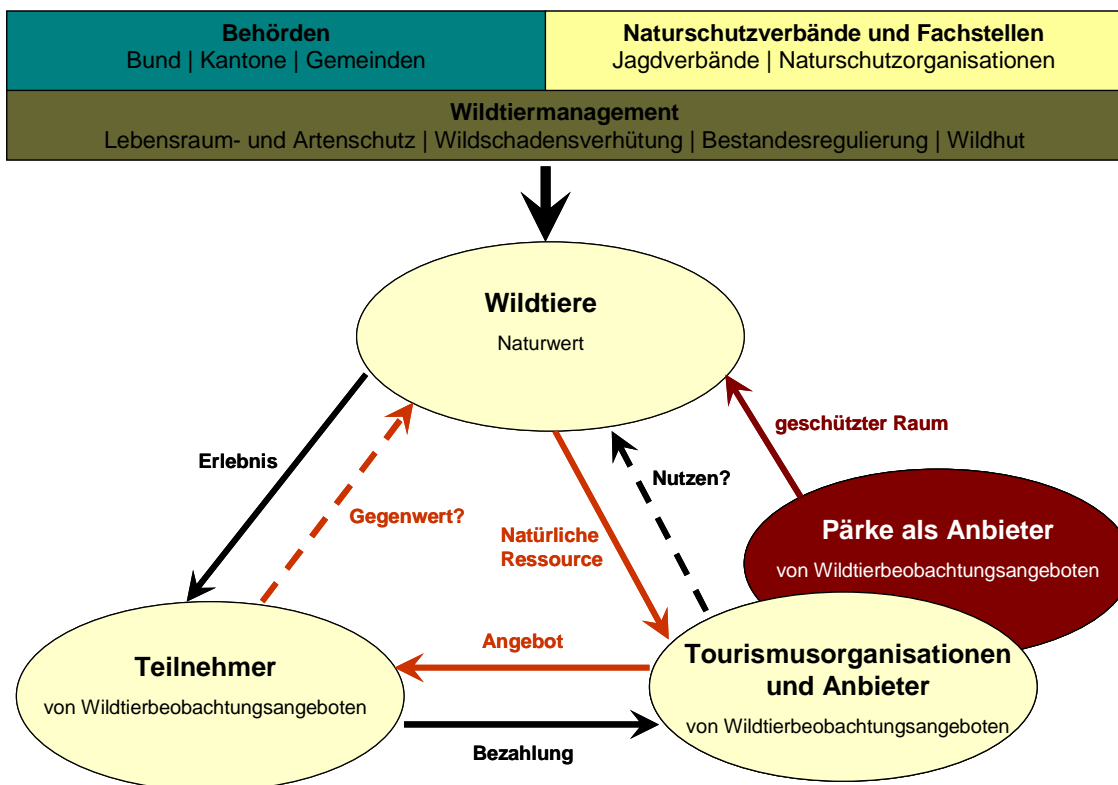


Abb.1: Nutzen-Schutz-Schema / Wildtiere im Kontext von Tourismus und Wildtiermanagement

## Datenerhebung

Um Erkenntnisse über die touristische und soziokulturelle Bedeutung von Wildtierbeobachtungen zu gewinnen, wurden im Sommer 2009 die folgenden zwei schriftlichen Umfragen durchgeführt:

- a) Umfrage bei den Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungsangeboten aus folgenden Untersuchungsräumen:
- Schweizerischer Nationalpark
  - Naturschutzgebiet Aletsch
  - Tourismusorte: Brigels-Waltensburg-Andiast, Lenzerheide, Splügen und Center da Capricorns in Wengenstein
- 275 Personen haben an der Umfrage teilgenommen. Diese Zahl entspricht einer Rücklaufquote von 42 Prozent. (Anzahl ausgefüllter Fragebogen: Nationalpark 150, Aletsch 88, Tourismusorte 37)
- b) Umfrage bei allen 18 Tourismusorganisationen im Kanton Graubünden, die Wildtierbeobachtungen anbieten.

## Fragen

### 1. Ziele von Wildtierbeobachtungen

Welche Ziele sollen mit einem Wildtierbeobachtungsangebot verfolgt werden?

Beziehungsweise was soll mit einem Wildtierbeobachtungsangebot erreicht, vermieden und verbessert werden?

- a) Ziele:  
 b) Vermeidungen:  
 c) Verbesserungen:

Bemerkungen:

### 2. Touristisches Engagement für die Wildtiere

#### Umfrageergebnisse bei den Tourismusorganisationen

Auf die Frage, ob und auf welche Art der Tourismus ein lokales oder regionales Projekt zugunsten der Wildtiere unterstützen soll, sind folgende Ansichten vertreten:

Fünf von 18 Tourismusorganisationen haben sich für einen direkten finanziellen Beitrag ausgesprochen. Das Argument, dass auch andere Freizeitaktivitäten sich auf die Wildtiere auswirken und letztendlich alle Touristen von den Wildtieren profitieren könnten, stand im Vordergrund. Drei Anbieter unterstützen den Vorschlag, ein lokales Projekt zugunsten der Wildtiere mit einem Teil der Einnahmen aus Wildtierbeobachtungsangeboten zu finanzieren. Sechs Tourismusorganisationen sind der Ansicht, der Tourismus soll gar nicht oder zumindest nicht finanziell ein lokales Wildtier-Projekt unterstützen, mündliche Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeiten seien Beitrag genug. Drei Anbieter sehen die Tourismusorganisation als Marketingorganisation und schlagen vor via Kommunikation, beispielsweise durch Integration von Wildruhezonen in Prospekten, einen Beitrag zugunsten der Wildtiere zu leisten.

Des Weiteren ist zu beachten, dass fünf Tourismusorganisationen ihr Wildtierbeobachtungsangebot gratis anbieten, als Investition ins Marketing und in die Gästezufriedenheit, und das auch nicht ändern wollen.

- a) Soll der Tourismus einen Beitrag zugunsten der Wildtiere leisten?

Nein → Begründung:

Ja → Begründung:

- b) woher soll das Geld kommen?

aus den Zusatzeinnahmen der Wildtierbeobachtungsangeboten

von der Tourismusorganisation in Form eines jährlichen finanziellen Beitrags.

Anderer Vorschlag:

Begründung:

c) Wohin soll das Geld fließen?

- direkt in ein lokales oder regionales Projekt zugunsten der Wildtiere
- in einen kantonalen Wildtier-Fonds für lokale und regionalen Projekte zugunsten der Wildtiere
- Anderer Vorschlag:

Begründung:

**Umfrageergebnisse bei den Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungen**

Die grosse Mehrheit (79%) ist einverstanden, dass im Preis des Wildtierbeobachtungsangebots automatisch ein gewisser Betrag für ein lokales Projekt zugunsten der Wildtiere enthalten ist.

Des Weiteren sind die befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchaus bereit, für ein attraktives Wildtierbeobachtungsangebot mehr zu bezahlen. Für die Gesamterhebung konnte auf einen durchschnittlich bezahlten Betrag von CHF 28.05 ein durchschnittlicher Zusatzbetrag von CHF 21.80 pro Person und Angebot ermittelt werden.

d) Wie soll nun das Geld zugunsten der Wildtiere eingesetzt werden? Welche konkreten Massnahmen bestehen und sollen dort wo sie von Nutzen sind in Angriff genommen werden?

**3. Wildtierbeobachtungsangebote nehmen zu, ihre vielfältige Ausgestaltung ebenfalls – sollen Standards eingeführt werden?**

**Umfrageergebnisse bei den Tourismusorganisationen**

Die Umfrage bei den Tourismusorganisationen des Kantons Graubünden zeigt auf, dass Wildtierbeobachtungen ein wachsendes Segment darstellen: Die Zahl der Durchführungen hat in den letzten fünf Jahren um 31 Prozent zugenommen und lag 2008 bei 206. Die von den Tourismusorganisationen geschätzte Teilnehmerzahl liegt insgesamt bei rund 1960 pro Jahr.

Die Umfrage zeigt auch, dass in der Ausgestaltung der Wildtierbeobachtungsangebote grosse Unterschiede zwischen den Tourismusorganisationen bestehen: Die Wildtierbeobachtungsexkursionen dauern zwischen eineinhalb bis sechs Stunden, die Angebotspreise erstrecken sich von gratis bis CHF 45.- und die Exkursionsleiter machen Wildtierbeobachtungen entweder ehrenamtlich oder erhalten eine Pauschale von CHF 60.- bis CHF 330.-. Einige Anbieter setzen auf die Sensibilisierung ihrer Gäste für die Tiere andere klären die Teilnehmenden über die Jagd auf.

**Umfrageergebnisse bei den Teilnehmenden von Wildtierbeobachtungen**

Das *Natureerlebnis* (89%) steht bei den Befragten mit Abstand an erster Stelle aller Motive.

Was den Teilnehmenden am Wildtierbeobachtungsangebot besonders gut gefallen hat und daher oft genannt wurde, waren die Erklärungen und Informationen der Exkursionsleiterinnen und Exkursionsleiter, die kompetente Führung, das Beobachten einzelner Tierarten in ihrem natürlichen Lebensraum sowie die Natur und Landschaft.

a) Sollen für Wildtierbeobachtungsangebote Standards eingeführt werden?

- Nein → Begründung:
- Ja → Begründung:

b) Welche Standards sind wichtig, beziehungsweise was sollen die Wissensträger/ Anbieter/ Exkursionsleiter beispielsweise in einem entsprechenden Ausbildungsgang lernen? (Auswahlliste im Anschluss)

Bemerkungen:

<p><b>Tierkenntnisse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Artenkenntnisse</li> <li><input type="checkbox"/> Biologie/ Morphologie</li> <li><input type="checkbox"/> Lebensweise/ Verhalten</li> <li><input type="checkbox"/> Tierbestände/ Populationen</li> <li><input type="checkbox"/> Geschichte</li> <li><input type="checkbox"/> Genetik</li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> </ul>	<p><b>Kenntnisse bezüglich der Lebensräume der Tiere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ökologische Zusammenhänge</li> <li><input type="checkbox"/> Pflanzenwelt</li> <li><input type="checkbox"/> Geologie</li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> <li><input type="checkbox"/></li> </ul>
--	---

<p><b>Kenntnisse bezüglich Land und Leute</b></p> <input type="checkbox"/> Informationen über natürliche Eigenheiten <input type="checkbox"/> Informationen zu landschaftlichen Aspekte <input type="checkbox"/> Informationen über kulturelle Besonderheiten <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<p><b>Kenntnisse bezüglich Umgang Mensch/ Tier</b></p> <input type="checkbox"/> Aufklärung Konfliktbereiche Mensch/ Tier <input type="checkbox"/> Verhaltenscodizes <input type="checkbox"/> Aufklärung Jagd <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p><b>Standards bezüglich Angebotsgestaltung</b></p> <input type="checkbox"/> Routenwahl <input type="checkbox"/> Dauer <input type="checkbox"/> Gruppengrösse <input type="checkbox"/> Ausrüstungsmaterial <input type="checkbox"/> Leistungen (Verpflegung, Transportmittel, usw.) <input type="checkbox"/> Preisbildung <input type="checkbox"/> Kommunikation <input type="checkbox"/> Buchungsabwicklung <input type="checkbox"/> Wirtschaftlichkeit <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit <input type="checkbox"/> Zusammenarbeit Partner <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<p><b>Standards bezüglich Wissensvermittlung/ Erlebnis</b></p> <input type="checkbox"/> Inszenierungsmöglichkeiten <input type="checkbox"/> Umweltbildung <input type="checkbox"/> Didaktik/ Methodik <input type="checkbox"/> Anschauungsmaterial <input type="checkbox"/> Geschichten erzählen <input type="checkbox"/> Leiten/ Führen von Gruppen <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p><b>Standards bezüglich</b></p> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<p><b>Kenntnisse bezüglich</b></p> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

c) Was halten Sie von einem Fair-Trade-Label für Wildtiere?

**4. Zusätzliche Stellungnahme zur Thematik**

Name:

Institution/ Organisation:

Ort/ Datum:

**Herzlichen Dank!**

## 2) Auswahlliste möglicher Standards und Kenntnisse

Anzahl Nennungen von den Fachpersonen steht jeweils in Klammer

<p><b>Tierkenntnisse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Artenkenntnisse (5)</li> <li><input type="checkbox"/> Biologie/Morphologie (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Lebensweise/Verhalten (5)</li> <li><input type="checkbox"/> Tierbestände/Populationen (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Geschichte (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Genetik (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Gefährdung (1)</li> </ul>	<p><b>Kenntnisse bezüglich der Lebensräume der Tiere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ökologische Zusammenhänge (5)</li> <li><input type="checkbox"/> Pflanzenwelt (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Geologie (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Geografie (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Andere Exkursionen und Angebote (1)</li> </ul>
<p><b>Kenntnisse bezüglich Land und Leute</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Informationen über natürliche Eigenheiten: (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Informationen zu landschaftlichen Aspekte: (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Informationen über kulturelle Besonderheiten: (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Regionalgeschichte z.B. zum Umgang mit Grossraubtieren (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Geschichte der Region (1)</li> </ul>	<p><b>Kenntnisse bezüglich Umgang Mensch/Tier</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Aufklärung Konfliktbereiche Mensch/Tier (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Verhaltenscodizes (5)</li> <li><input type="checkbox"/> Aufklärung Jagd (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Kampagnen, z.B. Respektiere Deine Grenzen (1)</li> </ul>
<p><b>Standards bezüglich Angebotsgestaltung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Routenwahl (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Dauer (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Gruppengrösse (5)</li> <li><input type="checkbox"/> Ausrüstungsmaterial (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Leistungen (Verpflegung, Transportmittel, usw.) (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Preisbildung (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Kommunikation (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Buchungsabwicklung (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Wirtschaftlichkeit (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Zusammenarbeit Partner (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Sicherheit (1)</li> </ul>	<p><b>Standards bezüglich Wissensvermittlung/Erlebnis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Inszenierungsmöglichkeiten (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Umweltbildung (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Didaktik/Methodik (4)</li> <li><input type="checkbox"/> Anschauungsmaterial (3)</li> <li><input type="checkbox"/> Geschichten erzählen (2)</li> <li><input type="checkbox"/> Leiten/Führen von Gruppen (5)</li> <li><input type="checkbox"/> Sprachen (1)</li> </ul>
<p><b>Weitere Standards bezüglich</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Arten, die nicht oder nur unter besonderer Vorsichtsmassnahme (z.B. Birkhähne) beobachtet werden sollen (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Tageszeit (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Ort (von Wegen aus) (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Erste Hilfe, Notfallkunde (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Wetterkunde (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Lawinenkunde (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Rechtslage im Umgang mit Wildtieren, z.B. Verhalten Wildruhezonen (1)</li> </ul>	<p><b>Weitere Kenntnisse bezüglich</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Wie und auf welche Distanz Tiere reagieren und von welchen Bedingungen dies abhängt (1)</li> <li><input type="checkbox"/> weitergehende Auswirkungen (Konsequenzen) (1)</li> <li><input type="checkbox"/> Wie sich verhalten (Verhaltensregeln) (1)</li> </ul>