

„Entwicklung eines ökotouristischen Nutzungskonzeptes  
für den ehemaligen Militärstandort Hjerkind Skytefelt im  
Nationalpark Dovrefjell-Sunndalsfjella  
in Mittel-Norwegen“

Dissertation  
zur Erlangung des Grades  
"Doktor  
der Naturwissenschaften"

im Fachbereich Geographie  
der Johannes Gutenberg-Universität  
in Mainz

(Dipl.-Geogr. Oliver Schwenn)  
geb. in Ludwigshafen / a. Rh.

Mainz, 2009

## Vorwort

Im Zuge der immer häufiger werdenden Erwähnungen des Begriffes der Nachhaltigkeit gerade in Verbindung mit touristischen Zielsetzungen und Projekten soll die vorliegende Arbeit helfen, die Verwendung dieses Begriffes im Bereich des Ökotourismus entsprechend zu definieren.

Immer häufiger kommt es in Europa zur Auflösung von militärischen Standorten, was eine rege Diskussion um die damit verbundene Konversionsproblematik nach sich zieht. Oftmals kommt es dabei zu Überschneidungen von unterschiedlichen Interessensgruppierungen. Dass dabei ökologische Belange gleichermaßen berücksichtigt werden müssen wie die ökonomischen, ist nicht nur eine Verpflichtung gegenüber allen Beteiligten, – es ist eine Selbstverständlichkeit.

Es geht in dieser Arbeit darum, unterschiedliche Möglichkeiten von ökologisch vertretbarem Tourismus in Verbindung mit der zivilen Anschlussnutzung von Konversionsflächen in besonderen Naturräumen aufzuzeigen.

Dazu wurde ein Gebiet in Mittelnorwegen ausgewählt, welches durch seine Besonderheit in Bezug auf geographische Lage und Naturausstattung keine vergleichbaren Gebiete neben sich besitzt.

Das Gebiet Hjerkins Skytefelt liegt in der Fylke Sør-Trøndelag in einer subpolaren und alpinen Fjellregion und grenzt unmittelbar an den kürzlich erweiterten Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark.

Für dieses noch bis 2009 genutzte militärische Übungsgelände wurde ein anspruchsvolles Nutzungskonzept entwickelt, das sowohl der überaus empfindlichen Flora und Fauna dieser Region, als auch der dort ansässigen Bevölkerung mit ihren Interessen gerecht werden soll. Dabei werden Schwächen und Stärken einer solchen Konzeption gleichermaßen herausgearbeitet und gegenübergestellt, vielleicht aber auch ein Anreiz gegeben, verantwortungsvoller bei der touristischen Inwertsetzung mancher Regionen umzugehen.

Oliver Schwenn

Lindenberg, im Januar 2009

## Kurzfassung

SCHWENN, O. (2009)

Der Ökotourismus hat sich in den letzten Jahren zu einer Tourismussparte entwickelt, die nicht nur immer mehr Interessenten unter den Nutzern findet, sondern auch vielfältige Forschungsmöglichkeiten eröffnet.

Aus interdisziplinärer Betrachtungsweise kann man sowohl in den Gebieten der Biologie, der Wirtschaft, der Geographie, aber auch der Politik forschend tätig werden. Da der Tourismus in den letzten Jahren eine immer größere Bedeutung gerade für Länder mit weitestgehend intakten Naturressourcen erlangt hat, stellt sich die Frage inwieweit die Wirtschaft eines Landes auf diese Einnahmequelle angewiesen ist und ob nicht die ökologischen Belange immer weiter in den Hintergrund treten.

Aus diesem Ansatz heraus erfolgte zunächst eine qualitative und quantitative Bestandsaufnahme, die ein klares Bild vom derzeitigen Zustand in der Region ermöglicht. Darüber hinaus werden im Rahmen der Untersuchungen Zukunftsperspektiven aufgezeigt. Diese sollen verdeutlichen, inwieweit man steuernd in solche dynamischen Entwicklungsprozesse eingreifen kann oder soll.

Die Schwerpunkte dieser Arbeit liegen in dem Bereich der Befragung von Touristen und in der Ausarbeitung eines digitalen Geländemodells zur späteren Nutzung in einem aufzubauenden Nationalpark-Infozentrum. Auf der Grundlage dieser Untersuchungen wurde ein touristisches Nutzungskonzept entwickelt und auf seine ökologischen Umsetzungschancen hin untersucht. Der Aspekt des Ökotourismus wird einleitend erörtert und definiert. Anschließend werden die Potenziale der norwegischen Tourismuswirtschaft untersucht. Die Befragungsergebnisse sowohl der norwegischen Besucher als auch der ausländischen Touristen werden in verschiedenen Korrelationen näher untersucht.

Ein gesonderter Bereich der Untersuchungen gilt dem Problemfeld des Wildcampings in Norwegen. Die dramatischen Entwicklungen der letzten Jahre rufen immer mehr Aktivisten auf den Plan. Da die Deutschen die größte Besuchergruppe darstellen, wurden innerhalb der Jahre 2003 bis 2006 Einzelinterviews geführt, um einen Überblick über das Übernachtungsverhalten der Deutschen in Norwegen gewinnen zu können. In den vergangenen 10 Jahren sind die deutschen Besucherzahlen in Norwegen leicht rückläufig, während die der Niederländer kontinuierlich steigen.

Auf diesen Ergebnissen basierend wurden problemzentrierte Interviews mit Wohnmobilreisenden, der größten Gruppe der Individualreisenden, durchgeführt.

Mehr als 600.000 Nächte pro Jahr verbrachten die deutschen Wohnmobilreisenden außerhalb der Campingplätze, was ökologische und ökonomische Auswirkungen hat und nicht mehr mit dem in Norwegen geltenden „Allemansrett“, dem Jedermannsrecht, vereinbar ist.

Gerade die Touristen, die mit dem Wohnmobil reisen, können nur schwer mit anderen Reisenden verglichen werden, da sie mit einer völlig anderen Reiseauffassung mehr oder weniger autark unterwegs sind. Dabei legen sie besonders große Distanzen zurück und haben sich zum Ziel gesetzt, möglichst viel in kurzer Zeit zu sehen und zu erleben. Für alle Touristengruppen wurde untersucht, auf welchem Weg die Informationen für die geplante Reise beschafft wurden. Der Reiseführer ist der hauptsächliche Informationslieferant und ist teilweise für das Verhalten der Urlauber mitverantwortlich. Es konnte festgestellt werden, dass das Image des Landes und die Reisemotive das Reiseverhalten und die Wahrnehmung determinieren. Eine Untersuchung der so genannten Pull- und Push-Faktoren ergab, dass die nahezu noch unberührte Natur, die raue Landschaft sowie Ruhe und Erholung die entscheidenden Pull-Faktoren für Norwegenreisende sind. Dabei überprägt das Image Norwegens als „wildes Naturland“ die Wahrnehmung für verschiedene Problembereiche, die in Norwegen, wie auch in vielen anderen Ländern Europas, durchaus vorhanden sind. Problemfelder, wie Landschaftsausbeutung, Wildcamping, reduziertes Konsumverhalten und damit einhergehende rückläufige Besucherzahlen, können aber durch innovative Tourismuskonzepte und neue Reiseformen abgebaut werden. Hierbei sind Medien, wie Reiseführer, Internet und Reisemagazine, in die Pflicht zu nehmen.

## Abstract

In the last years the ecotourism has developed into a section of tourism, which not only has more and more prospective customers, but also opened various possibilities for research.

From an interdisciplinary point of view research can be done in the fields of biology, economics, geography as well as in the field of politics.

Since tourism gained a growing importance in the last years, especially for the countries with nearly intact nature resources, questions arise to what extent the economy of a country is dependent on this source of income and if not the ecological interests have to step back deeper and deeper in to the background. Out of this attempt a qualitative and quantitative appraisal, which allows a clear view of the present condition in the region, took place. Beyond this future perspectives will be identified.

These are to clarify, if or if not one can affect the conditions in such dynamic development processes and to what extent. This study has two main focuses:

Number one is the survey which was done with the tourists and number two is the elaboration of a digital land model for later use e.g. in the nationalpark center which has to be built up. Based on these researches a concept was developed for touristic use of the area and this concept was tested under an ecological aspect concerning the chances of its realisation.

Initiatively the aspect of ecotourism is discussed and defined. Afterwards the potential of the Norwegian tourism economy is examined. The survey results of both, the Norwegian as well as the foreign tourists, are evaluated more closely under different correlations. A separate field of this assay solely refers to the big problem of "offsite camping" in Norway.

More and more activists appear for this target as this topic develops dramatic in the last years.

Since the Germans represent the largest group of visitors, single interviews were made in the years 2003, 2004, 2005 and 2006. The intention was to gain an overview of the accommodation behaviour of the Germans in Norway.

In the past ten years the number of German visitors in Norway is declining, while those of the Dutchman are continuously rising.

Based on the results personal interviews with this issue as a main topic were accomplished. These were only made with the largest group of individual travellers, the tourists with mobile homes.

The Germans with mobile homes spent more than 600,000 nights per year outside of camping grounds. This has ecological and economical effects and is incompatible with the Norwegian "Allemansrett", which allows people who travel by foot or by bicycle to camp every where as long as they leave the place in the morning in the same way they found it the night before and as long as they stay away at least 200 meters from the next private ground.

Of all tourists, the ones who travel with a mobile home can be compared badly with other travellers, since they are on their way with a completely different perception of travelling, more or less self-sufficient as all the other travellers.

In doing so they cover particularly large distances and their ambition is to see and experience as much as possible within a short time. It was analysed for all groups of tourists in which way information for the planned journey was gathered. Primarily the travel guide is the provider for information and is therefore partly responsible for the behaviour of the holidaymaker.

It could be stated that the Image of the country and the travel motives determine the perceptions and the behaviour during the journey.

From an investigation of the so called "Pull"- and "Push"-factors it resulted that the almost unaffected nature, the rough landscape as well as recovery are the crucial "Pull"-factors for travellers who come to Norway.

The image of Norway as a country with wild and unaffected nature conceals the sense for the different areas with problems which are exist in Norway, likely to a lot of other countries in Europe.

Problem areas as landscape exploitation, camping outside of camping sites, reduced consumer behaviour, accompanied by declining numbers of visitors, can be diminished by innovative tourism-concepts and new forms of travel.

Here media, such as travel guides, internet and travel magazines, has to be reminded of their duties.

---

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Zielsetzung .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Aktuelle Diskussion.....</b>	<b>5</b>
<b>2. GRUNDLAGEN .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Tourismus – wichtiger Wirtschaftssektor .....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Anthropogene Attraktivitätsfaktoren .....	10
2.1.2 Sehenswürdigkeiten .....	11
2.1.3 Kultur .....	16
2.1.4 Norwegens Städte .....	16
2.1.5 Spezielle touristische Angebote.....	17
2.1.6 Kulturangebote .....	18
2.1.7 Attraktivitätsfaktoren des Natur- und Kulturräumes .....	19
2.1.8 Aktivitäten und Naturerfahrungen .....	19
2.1.9 Unterkünfte .....	21
<b>2.2 Definition Ökotourismus .....</b>	<b>22</b>
2.2.1 Der allgemeine Tourismus .....	27
2.2.2 Definition von Urlaubern und Reisenden .....	31
2.2.3 Urlaubertypologien.....	32
2.2.4 Nachhaltiger Tourismus.....	38
2.2.5 Umweltdienste .....	47
2.2.5.1 Umwelt als Standortfaktor.....	47
2.2.5.2 Umwelt als Vorrat für natürliche Ressourcen.....	48
2.2.5.3 Umwelt als Absorptionsmedium.....	48
2.2.5.4 Umwelt als qualitatives Konsumgut .....	48
2.2.6 Belastungsquellen .....	49
2.2.6.1 Verkehr .....	49
2.2.6.2 Touristische Infrastruktur .....	50
2.2.6.3 Beherbergung und Gastronomie.....	50
2.2.6.4 Sportliche Urlaubsaktivitäten .....	50

---

2.2.7	Raumüberwindung.....	51
2.2.8	Jedermannsrecht.....	54
2.2.9	Internationale Nationalparkkonzepte .....	57
<b>3.</b>	<b>METHODISCHES VORGEHEN .....</b>	<b>63</b>
3.1	Touristenbefragung.....	63
3.2	Angaben des Statistischen Zentralamtes in Oslo.....	68
<b>4.</b>	<b>DER UNTERSUCHUNGSRAUM .....</b>	<b>74</b>
4.1	Staat und Gesellschaft Norwegens.....	74
4.2	Geografische Ausstattung.....	79
4.2.1	Klima.....	81
4.2.2	Geologie .....	81
4.2.3	Botanik.....	82
4.2.4	Zoologie .....	83
4.2.5	Geschichte des Dovrefjells .....	85
4.3	Nutzung .....	87
4.4	Naturschutz und Wirtschaftszweig einer Region.....	89
<b>5.</b>	<b>ERGEBNISSE .....</b>	<b>92</b>
5.1	Befragung der norwegischen Besucher.....	92
5.1.1	Verkehrsmittel.....	92
5.1.2	Aufenthaltsdauer.....	94
5.1.3	Übernachtungsort .....	95
5.1.4	Besuchsgrund.....	96
5.1.5	Informationen.....	97
5.1.6	Alter der Befragten.....	98
5.1.7	Meinung zum Projekt.....	99
5.1.8	Einkommen.....	100
5.2	Befragung der ausländischen Besucher .....	100
5.2.1	Nationalitätenverteilung .....	100
5.2.2	Bisherige Besuche in Norwegen.....	102



---

5.2.3	Verkehrsmittel.....	103
5.2.4	Bisherige Besuche im Nationalpark .....	105
5.2.5	Art der Einreise .....	105
5.2.6	Aufenthaltsdauer.....	106
5.2.7	Übernachtungsort .....	106
5.2.8	Besuchsgrund .....	109
5.2.9	Wiederkehr .....	113
5.2.10	Informationen .....	114
5.2.11	Alter der Befragten.....	119
5.2.12	Einkommen.....	120
5.2.13	Meinung zum Projekt.....	120
<b>5.3</b>	<b>Ergebnisse der Interviews .....</b>	<b>121</b>
5.3.1	Häufigkeit der Besuche in der Snøhetta-Region.....	122
5.3.2	Gruppengröße .....	123
5.3.3	Gruppenzusammensetzung.....	123
5.3.4	Wann wurde entschieden, den Snøheim-Weg zu benutzen? .....	123
5.3.5	Aufenthaltsdauer von Tagestouristen .....	124
5.3.6	Gründe für den Besuch.....	124
5.3.7	Nutzung der Wege .....	124
5.3.8	Aktivitäten nach Bereichen .....	128
<b>6.</b>	<b>SYNTHESE – DAS NUTZUNGSKONZEPT.....</b>	<b>129</b>
<b>6.1</b>	<b>Entwicklung des norwegischen Tourismus .....</b>	<b>129</b>
<b>6.2</b>	<b>Entlastungsmöglichkeiten für den bestehenden Nationalpark .....</b>	<b>132</b>
<b>6.3</b>	<b>Aufbau eines Infozentrums.....</b>	<b>133</b>
6.3.1	Nutzung bestehender Infrastruktur .....	133
6.3.2	Touristische In-Wertsetzung .....	134
6.3.3	Informationsmöglichkeiten .....	134
6.3.4	Nationalparkpass .....	135
6.3.5	Guiding zu tourismusrelevanten Plätzen.....	135
6.3.6	Benötigte Infrastruktur.....	137

---

<b>6.4</b>	<b>Technische Grundlagen für ein Informationszentrum .....</b>	<b>138</b>
6.4.1	GIS-Aufbau .....	138
6.4.2	GIS-Einsatz.....	142
6.4.3	Entwicklung einer Modellroute .....	146
6.4.4	Streckenverlauf.....	146
<b>6.5</b>	<b>Konkurrenzdruck zu anderen Parks .....</b>	<b>148</b>
<b>6.6</b>	<b>Verkehrsproblematik .....</b>	<b>148</b>
6.6.1	Entlastung der Parkplatzsituation .....	148
6.6.2	Die E6 als wichtige Nord-Süd-Verbindung.....	149
6.6.3	Die Eisenbahntrasse.....	149
6.6.4	Einsatz von Shuttlebussen.....	150
<b>6.7</b>	<b>Marketingstrategien.....</b>	<b>150</b>
6.7.1	Ökologische Kennzeichnung .....	152
<b>6.8</b>	<b>Finanzpolitische Instrumente im Tourismus.....</b>	<b>153</b>
6.8.1	Öko-Steuer .....	153
6.8.2	Öffentliche Investitionen.....	154
6.8.3	Öko-Subventionen .....	154
6.8.4	Gebühren und Beiträge.....	154
<b>6.9</b>	<b>Abzug des Militärs .....</b>	<b>155</b>
6.9.1	Altlastenproblematik .....	155
6.9.2	Organisation und Strukturierung des Projektmanagements.....	156
6.9.3	Ablauf der Gesamtplanung .....	164
6.9.4	Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen .....	166
<b>6.10</b>	<b>Potenzialanalyse.....</b>	<b>166</b>
6.10.1	Problembereiche.....	167
6.10.1.1	Wildcamping .....	167
6.10.1.2	Konsumverhalten.....	169
6.10.1.3	Verkehrsfluss .....	171
6.10.2	Veränderte Konzeptionen .....	173
<b>7.</b>	<b>ERKENNTNISSE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN.....</b>	<b>175</b>

---

<b>7.1</b>	<b>Gesamtkonzept</b> .....	<b>175</b>
<b>7.2</b>	<b>Ausblick</b> .....	<b>177</b>
<b>8.</b>	<b>DANKSAGUNG</b> .....	<b>180</b>
<b>9.</b>	<b>QUELLEN</b> .....	<b>181</b>
<b>9.1</b>	<b>Literatur</b> .....	<b>181</b>
<b>9.2</b>	<b>Persönliche Kontakte</b> .....	<b>187</b>
<b>9.3</b>	<b>Datenquellen</b> .....	<b>188</b>

---

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Lage der Örtlichkeiten .....	4
Abb. 2:	Interessenverteilung der Beteiligten .....	5
Abb. 3:	Auslandsgästeübernachtungen nach Nationalität 2003 .....	9
Abb. 4:	Der Nidaros-Dom zu Trondheim.....	12
Abb. 5:	Stabkirche von Gol .....	14
Abb. 6:	Wildes Campieren im Fjellgebiet .....	30
Abb. 7:	Fragebogen .....	65
Abb. 8:	Fylkekarte mit Besucheraufkommen .....	70
Abb. 9:	Bevölkerungsentwicklung Norwegens.....	77
Abb. 10:	Übersichtskarte des Nationalparks Dovrefjell.....	80
Abb. 11:	Moschusochse auf der Straße nach Snøheim .....	84
Abb. 12:	Erosionsschäden im Fjellgebiet.....	87
Abb. 13:	Belastungen und Nutzungen im Nationalpark .....	88
Abb. 14:	Wie lange bleiben Sie in der Region? .....	94
Abb. 15:	Übernachtungsort.....	95
Abb. 16:	Besuchsgrund .....	97
Abb. 17:	Woher haben Sie Ihre Informationen?.....	98
Abb. 18:	Alter der befragten Personen .....	99
Abb. 19:	Nationalitäten-Verteilung .....	101
Abb. 20:	Bisherige Aufenthalte in Norwegen .....	103
Abb. 21:	Aufenthaltsdauer .....	106
Abb. 22:	Woher haben Sie Ihre Informationen zum Nationalpark?.....	114
Abb. 23:	typische Reisemagazine mit Fachinformationen .....	118
Abb. 24:	Gipfel von Snøhetta.....	137
Abb. 25:	Vernetzung der Höhenlinien und Höhenpunkte.....	141
Abb. 26:	Höhenmodell von Hjerkin Skytefelt.....	141
Abb. 27:	Screenshot aus Arc View .....	145
Abb. 28:	Fotodokumentation der Modellroute.....	147
Abb. 29:	Übersicht - Mittelnorwegen.....	149
Abb. 30:	Einheitliche Faktoren zur Umsetzung von Konversionsprojekten.....	158
Abb. 31:	Kommando- und Verwaltungsgebäude .....	162

---

Abb. 32: Wohngebäude und Speisesaal.....	163
Abb. 33: Ablauf des Konversionsprozesses .....	165

---

## TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1:	Erholertypen nach Motiven und Verhaltensweisen nach FINGERHUT ....	34
Tab. 2:	Handlungsziele für eine nachhaltige Entwicklung.....	41
Tab. 3:	Gästenächte auf Campingplätzen nach Unterbringung und Fylke 2005...	69
Tab. 4:	Gästenächte nach Unterbringung und Nationalität 2005 .....	71
Tab. 5:	Zahl der Campingplätze und Übernachtungen zwischen 1998 und 2004...	72
Tab. 6:	Gästenächte zwischen 1999 und 2004 nach Art der Unterkunft.....	72
Tab. 7:	Nationalitäten-Verteilung .....	102
Tab. 8:	Maßnahmen gegen das Wildcamping .....	109
Tab. 9:	Aktivitätenverteilung nach Gebiet .....	128

# 1. EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG

## 1.1 Zielsetzung

Das Militärgelände Hjerking Skytefelt umfasst ca. 163 km<sup>2</sup> und wird von drei Flusstälern durchzogen. Es wird seit 1926 für Schießübungen genutzt und ist seit 1952 unter der Leitung des norwegischen Militärs. Derzeit wird das Gelände für Munitionstests genutzt, allerdings wird das letzte noch verbliebene Bataillon 2009 abgezogen und eine komplette Räumung des Geländes soll bis 2010 erfolgen.

Neben dem geplanten Rückbau der Gebäude soll auch die ca. 50 km lange Ringstraße entfernt werden. Die Munitionsrückstände, von denen heute ca. 50 bis 60 Tonnen pro Jahr entsorgt werden, stellen bei der geplanten Gebietsräumung das größte Problem dar. Davon ausgehend, dass der Permafrostboden jedes Jahr nur einen Bruchteil der im Boden befindlichen Menge freigibt, rechnen Experten damit, dass es noch etwa 30 Jahre dauern wird, bis weitgehend alle Blindgänger aus dem Boden entfernt sein werden.

Daraus ergibt sich bereits ein erster Nutzungskonflikt: Wie soll ein Abtransport erfolgen, wenn die Straßen und Wege nicht mehr vorhanden sind?

Zweiter Konfliktpunkt ist die bisherige zivile Nutzung eines Teils der Ringstraße. Auf einem ca. 13 km langen Teilstück konnten bislang Wanderer und Jäger bis zu der Hütte Snøheim fahren um von dort aus in das Areal des dritthöchsten Berges von Norwegen, dem Snøhetta, zu gelangen. Pro Jahr nutzen diesen Wegabschnitt etwa 25.000 Menschen, die von Snøheim aus den Gipfel besteigen wollen. Zwischen 6000 und 7000 PKW fahren dabei in das Gelände. Der Konflikt, der sich hieraus ergibt, liegt klar auf der Hand. Aus Umweltschutzgründen kann es nicht im Sinne des angrenzenden Nationalparks sein, wenn eine derart große Anzahl von privaten PKW diese Straße nutzt. Andererseits dient dieser Anziehungspunkt Snøhetta der Entlastung des eigentlichen Nationalparks „Dovrefjell“.

Der große Ansturm von Besuchern des Nationalparks etwa am Parkeinstieg bei Kongsvoll führt jedes Jahr erneut zu einem Verkehrschaos, da die Wanderer unkontrolliert entlang der Nord-Süd-Achse E6 parken.

Ziel muss es daher sein ein Konzept zu erarbeiten, bei dem beiden Seiten gleichermaßen Rechnung getragen wird. So wäre etwa die Einrichtung eines Busshuttle zwischen Snøheim und Hjerkinn denkbar.

Die Beanspruchung des Geländes ist in Abhängigkeit der jeweiligen Jahreszeit sehr unterschiedlich. Während im Sommer und Herbst das Gebiet durch Wanderer und Jäger aufgesucht wird, und somit eine direkte Gefahr durch Blindgänger besteht, nutzen im Winter und Frühling fast ausschließlich Tourenger die Region. Eine meist stabile Schneesituation auch um die Osterfeiertage ermöglicht zahlreichen Touristen das Skiwandern. In dieser Zeit fahren täglich bis zu 300 private PKW bis kurz vor die Hütte Snøheim, um von dort die Besteigung des Snøhetta zu beginnen.

Die Region zwischen Dombås und Oppdal liegt direkt an der wichtigsten Verkehrsverbindung zwischen Oslo und Trondheim (HAUKELAND, J. V.; GRUE, B., 1994).

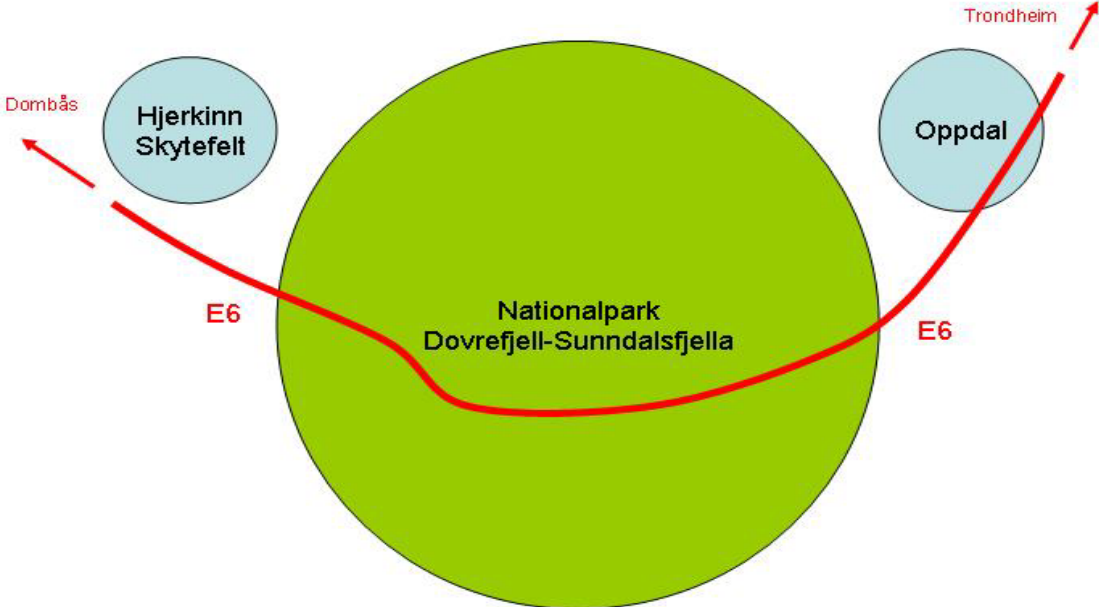
Neben kleineren ackerbaulichen Nutzflächen und großen, im Intensivabbau befindlichen Schiefervorkommen liegt der wichtigste Wirtschaftsfaktor im Bereich des Tourismus. Ein kleiner Flughafen am nördlichen Ende von Oppdal erinnert noch an die Zeiten des Kalten Krieges, als hier verschiedene Nationen zu jährlich stattfindenden Manöverübungen eintrafen. Heute wird der Flughafen nur noch von kleineren Maschinen der zivilen Luftfahrt genutzt, allerdings laufen bereits Gespräche mit verschiedenen so genannten „Billigfliegern“, die den norwegischen Markt erobern wollen.

Dies geschieht nicht ohne Grund, denn in Oppdal befindet sich neben dem Einstieg in den nahe gelegenen Nationalpark auch eines der größten zusammenhängenden Skigebiete Norwegens. Das Gebirgsmassiv Trollheimen, welches sich in nordwestlicher Richtung anschließt lockt im Sommer Tausende in die Region.

Auch der direkte Zugang zur Fjordlandschaft über Sunndalsøra, ca. 70 Kilometer westlich gelegen, führt dazu, dass sich eine, auf diese vielseitige Naturlandschaft angepasste touristische Infrastruktur mit Nobelhotel und Raftingangebietern bis hin zu Kletter- und Paragliding-Kursen, angesiedelt hat.



Abb. 1: Lage der Örtlichkeiten

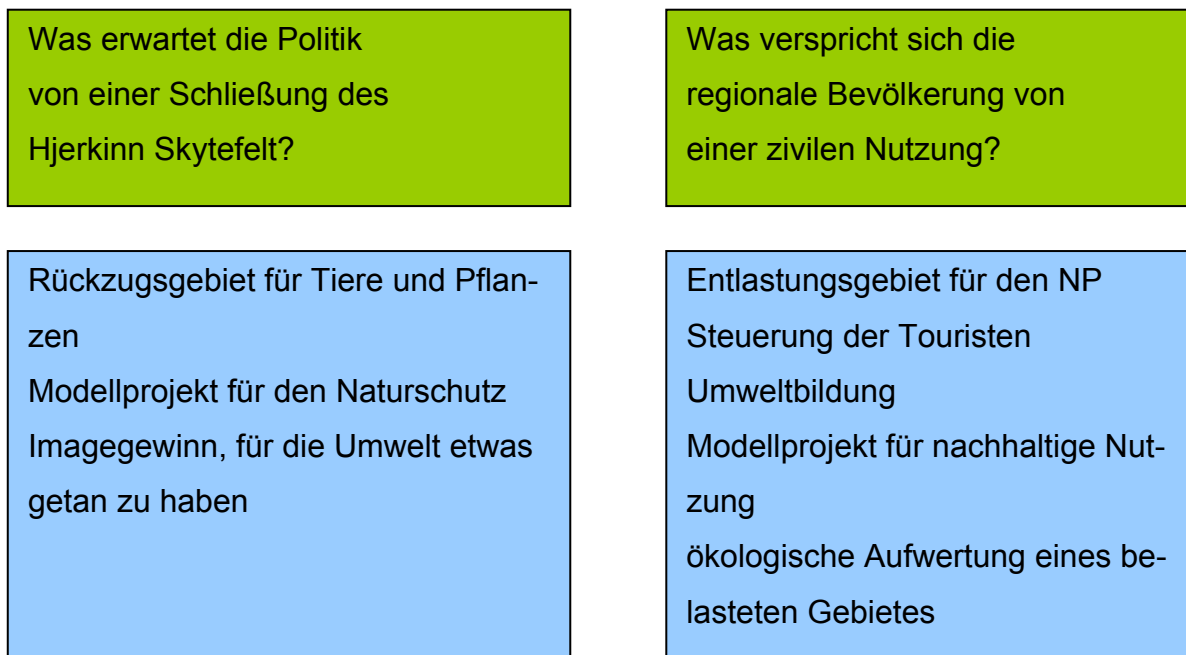


Quelle: eigene Darstellung

## 1.2 Aktuelle Diskussion

Seit bekannt werden der Schließungspläne des Militärgebietes durch die norwegische Regierung haben sich in den letzten Jahren zwei unterschiedliche Interessenslager gebildet.

Abb. 2: Interessenverteilung der Beteiligten



Quelle: eigene Darstellung

Die eine Gruppe unterstützt die Planungen der Regierung, das Gelände komplett zu renaturieren. Dabei sollen keinerlei Kompromisse eingegangen werden. Ziel dieser Pläne ist, jegliche Infrastruktur auf dem Gelände zurückzubauen und das Gebiet sich anschließend, also nach einer Altlastensanierung, sich selbst zu überlassen. Für die angeschlagene sozialdemokratische Regierungspartei Norwegens bedeutet ein solches Projekt einen großen Rückhalt unter der immer umweltbewusster denkenden Bevölkerung.

Die andere Gruppe der Gegner dieser Pläne besteht zu einem großen Teil aus Bewohnern der Region, die Angst um die Zukunft ihrer Naturressourcen haben. Auch hier hat das Umweltbewusstsein in letzter Zeit deutlich zugenommen, nur versucht man die durch den ansteigenden Tourismus kritischer werdende Situation in den Griff zu bekommen.

Die immer stärker frequentierten Wanderwege durch das Fjell und die Parkplatzsituation entlang der E6 zu den Hauptreisezeiten fallen dabei auch denen ins Auge, die davon leben müssen.

Um die verschiedenen Positionen besser verstehen und einschätzen zu können, wurden innerhalb mehrerer Aufenthalte vor Ort die Interessensvertreter beider Seiten aufgesucht und interviewt.

Auch international finden immer häufiger Diskussionen zur Thematik des Tourismus in Schutzgebieten statt. Vom 24. bis 25. November 2005 fand an der Universität für Bodenkultur in Wien eine internationale Fachtagung zum Thema: „Tourismus und Schutzgebiete – Hemmschuh oder Partner?“ statt.

Hierbei ging es insbesondere um die Umsetzung von Projekten wie „AlpNaTour“, bei denen die Realisierung spezieller Managementpläne für Schutzgebiete im Alpenraum erörtert und verwirklicht werden, die jedoch durchaus auch weltweite Vergleichbarkeit bieten. Bei „AlpNaTour“ werden Länder übergreifend Managementpläne vorgestellt. Das dabei verbindende Element sind die zu Beginn stehenden Frage- und Problemstellungen. Eine der Kernfragen ist die Verteilung und Gewichtung der verschiedenen Aufgaben der Managementplanung.

Die Schwerpunkte sind vor allem die Bestandsaufnahme und Bewertung, das Management und dessen Organisation, so die ausrichtende Univ.-Prof. Dr. Ulrike Pröbstl vom Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung. Besondere Beachtung verdienen dabei die Belange der Erholung und des Fremdenverkehrs, da insbesondere in einem Land, in dem der Tourismus eine besondere Bedeutung besitzt auch eine spezielle Verantwortung zu tragen ist. Aufgrund der zeitlich begrenzten Aufenthaltsdauer der Touristen vor Ort sind diese, anders als bei Managementplanungen im Bereich der Land- und Forstwirtschaft, nur schwer in den eigentlichen Planungsprozess mit einbeziehbar. Da diese Personengruppe aber zu den direkt Betroffenen gezählt werden muss, stellt sich die Frage, wer die Interessensvertretung übernimmt. Somit liegt eine Gesamtsituation vor, die sowohl ökologisch, als auch ökonomisch besondere Beachtung verdient (CLAWSON, M.; KNETSCH, J. L., 1966).

Derzeit gibt es jedoch noch zu wenig interdisziplinären Austausch. Um diese Situation für die Zukunft zu verbessern wird generell gefordert, dass mehr Forschungsarbeiten zur jeweiligen Thematik ausgeschrieben werden sollen, um die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Beteiligten besser hervorheben zu können. Eine In-

tegration dieser Forschungen in die Lehrpläne von Hochschulen sollte ebenso fixiert werden, wie die Durchführung regelmäßiger Informationsveranstaltungen.

Im Verlauf der Fachtagung wurde die These aufgestellt, dass der Tourismus die Natur braucht, die Natur aber nicht zwingend auch den Tourismus.

Die Fragestellung bezieht sich auf die Tragfähigkeit eines Schutzgebietes bzw. eines Naturraumes, der für den Tourismus erschlossen wurde oder erschlossen werden soll. Dazu muss zum Einen die Auswirkung des Tourismus auf den Naturraum des ökologischen Systems betrachtet werden, zum Anderen aber auch die maximal verträgliche Besucheranzahl aus sozialem Blickwinkel. Oftmals stören sich die Besucher gegenseitig und es kommt schon allein dadurch zu einem Kollabieren des Systems. Auch die Ver- und Entsorgungsanlagen dürfen dabei kapazitär nicht überbeansprucht werden. Einen regen interdisziplinären Austausch auch über die Länderebenen hinaus fordern daher zahlreiche Wissenschaftler. Nur eine internationale Zusammenarbeit lässt langfristig auch zu, dass Projekte zum Erfolg führen können. Auf europäischer Ebene gibt es derzeit verschiedene Entwicklungen. In letzter Zeit wurde seitens der EU immer häufiger Einfluss auf die Umweltvorsorge genommen. Auch die Bewertung verschiedener Maßnahmen, Projekte, touristischer Einrichtungen und Initiativen durch EU-Gütesiegel wird immer häufiger und soll dazu führen, dass der Tourist, also der Kunde im eigentlichen Sinn, dazu animiert wird, die Einrichtungen zu nutzen, die entsprechend ökologisch bewertet wurden.

Weiterhin werden zunehmend die Bedeutungen von wirtschaftlichen Effekten untersucht, die mit Schutzgebieten im Zusammenhang stehen. Im Mittelpunkt steht dabei der Einfluss auf die regionalwirtschaftliche Entwicklung durch das entsprechende Schutzgebiet (KLEIN, N., 1994).

Durch interdisziplinäre Forschung werden hier Belange des Naturschutzes, der Marktwirtschaft aber auch die gesellschaftliche Akzeptanz von Schutzgebieten zusammengebracht.

## 2. GRUNDLAGEN

### 2.1 Tourismus – wichtiger Wirtschaftssektor

Die hohe wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs ist auch in Norwegen, einem der reichsten Länder der Welt, unbestritten. Dank der großen Erdöl- und Erdgasvorkommen konnte Norwegen seit Ende der 60er Jahre einen ungeahnten wirtschaftlichen Aufschwung verzeichnen.

Der Tourismus, der sich wie der Wohlstand erst sehr spät durchgesetzt, kann heute dazu beitragen, die Konflikte zwischen den Zentren und der Peripherie abzubauen. In peripheren Räumen, die überwiegend monostrukturiert sind, bietet der Fremdenverkehr neue Perspektiven. Dadurch hat der Tourismus durch Einheimische wie auch durch ausländische Gäste in vielen agrarisch-strukturierten Gemeinden oder auch einigen Inselgruppen (z. B. Lofoten) Einzug gehalten. Der, sich immer stärker entwickelnde Tourismus, hat somit dazu beigetragen, einige Regionen sozioökonomisch am Leben zu erhalten (GLÄßER, 1993, S.121ff).

Durch neue Arbeitsplätze, die in den nördlichen Bereichen jedoch nur saisonal entstanden, konnte man auf diesem Wege der gravierenden Landflucht entgegenwirken. Insbesondere in den nördlichen Landesteilen verzeichnete man aufgrund der ökonomischen Gegebenheiten ein starkes Abwandern vorwiegend der jüngeren Bevölkerung (HELMFRID, 1968; BUTZIN, 1981).

Die Daten, die vom Statistischen Zentralamt in Oslo angeboten werden, sind zwar generell nützlich, um touristische Potenziale für bestimmte Regionen zu ermitteln, besitzen jedoch nicht die notwendige Aussagekraft, um die gesamtwirtschaftliche Bedeutung für den norwegischen Staat darzustellen.

Alle 10 Jahre werden vom Statistischen Zentralamt neue Daten zu den Reisebilanzen aller Nationen aufgestellt. Über diese Devisenerfassung lassen sich aussagekräftige Reisebilanzen ablesen. So stiegen die Devisen-Einnahmen in Norwegen durch den Ausländertourismus (inbound tourism) von rund 9,6 auf 17 Milliarden Kronen im Zeitraum 1990-1999.

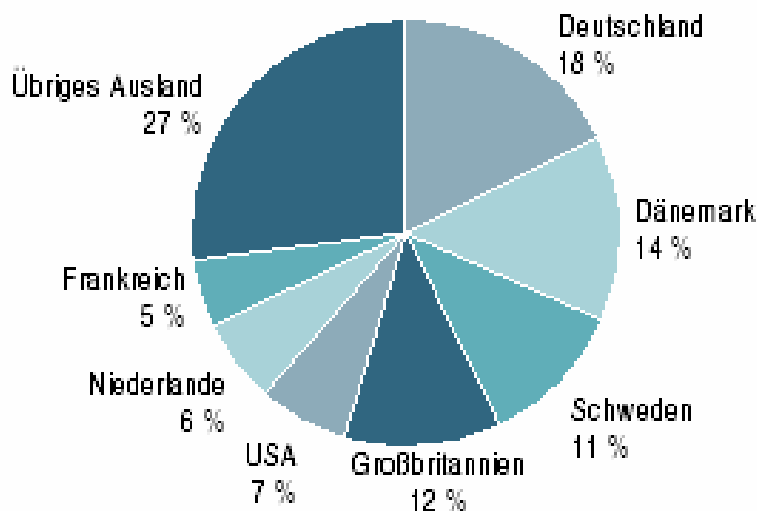
Die Devisen-Ausgaben der Norweger stiegen bei deren Auslandsreisen von 21,2 auf etwa 37,1 Milliarden norwegische Kronen an. 1999 wurden auf der Einnahmenseite rund 20 Milliarden norwegische Kronen weniger verbucht als auf der Seite der Auslandsausgaben. Somit war Norwegen bereits 1999 zu den so genannten Geberlän-

dern zu zählen. Diese Entwicklung hielt bis 2005 an und hat sich sogar noch leicht verstärkt. Die letzten offiziellen Zahlen belegen, dass die Auslandsausgaben bei rund 39,4 Milliarden norwegischen Kronen liegen, während die Einnahmen mit rund 18 Milliarden norwegischen Kronen nahezu konstant blieben.

Die aufgeführte norwegische Reiseverkehrsbilanz berücksichtigt die Einnahmen bzw. Ausgaben für die Beherbergungsleistung, die Beförderungsleistung und den Touristenkonsum. Wie auch die Bundesrepublik Deutschland besitzt Norwegen eine negative Bilanz. Der Saldo der Bundesrepublik Deutschland lag 1999 bei 29,8 Mrd. €, 1990 bei 17,1 Mrd. €. In den einleitenden Informationen des Institutes wird jedoch darauf hingewiesen, dass die Berechnungen auf Primärerhebungen basieren, die nur bedingt verlässlich sind. Im Allgemeinen sind die touristischen Umsätze ungenau, da aus den Gesamtumsätzen der einzelnen Wirtschaftszweige die für den Tourismus relevanten Ausgaben herausgerechnet werden müssen (MUNDT, 1998 S. 359).

Die folgende Grafik des Statistischen Zentralamtes gibt Aufschluss über die prozentualen Anteile an Übernachtungsgästen der jeweiligen Nation im Jahr 2003.

Abb. 3: Auslandsgästeübernachtungen nach Nationalität 2003



Quelle: Statistisches Zentralamt Oslo

Deutliche Unterschiede gibt es auch im Verhältnis zwischen den Ausgaben der Norweger und den ausländischen Urlaubern. Hier liegen die Ausgaben der Norweger in ihrem Heimatland rund 11,4 Mrd. norwegische Kronen (1,4 Mrd. €) über den Ausga-

ben der ausländischen Touristen. Deutliche Unterschiede ergaben sich auch in der Summe bei vielen Tourismusleistungen, was zur Folge hat, dass man Ausgaben in Höhe von rund 1,1 Mrd. norwegischen Kronen bei der Unterkunft der Auslandsgäste verzeichnen konnte, während die Ausgaben der nationalen Reisenden in der Gastronomie um etwa 0,9 Mrd. norwegische Kronen höher als bei den Auslandsgästen liegen.

Ein weiterer Unterschied besteht bei der Wahl des Verkehrsmittels, das zur Beförderung der Touristen gewählt wird. Hier zeigt sich, dass die Ausgaben für den Schiffsverkehr durch die internationalen Besucher (z. B. Kreuzfahrten, Ausflugschiffe, Hurtigrute) rund 1,5 Mrd. NOK über denen der Norweger liegen, während die Norweger rund doppelt soviel in den Luftverkehr investieren, was natürlich auch auf die geographische Situation des Landes zurückzuführen ist. Um etwa zwischen zwei Städten zu pendeln, wählt der Norweger generell das Flugzeug als Verkehrsmittel, da die durchschnittliche Entfernung zwischen zwei größeren Städten in Norwegen bei etwa 678 km liegt (gemittelt aus den Entfernungen zwischen den größten Städten des Landes).

Verständlich hoch sind die Ausgaben für Dienstleistungen, insbesondere Vermittlungstätigkeiten, die ein Reisebüro verrichtet. Während der Norweger seine Buchungen in Norwegen durchführen muss, hat der internationale Tourist diese Leistungen im Heimatland bezahlt. Die Ausgaben der Norweger für Tourismusleistungen im Bereich des Binnentourismus sind bis Anfang 2004 wesentlich stärker gestiegen als die Ausgaben der internationalen Gäste. So stiegen die Reiseausgaben der Norweger im eigenen Land von 18,062 Mrd. norwegischen Kronen im Jahre 1995 um rund 6,6 Mrd. NOK auf 24,667 Mrd. NOK im Jahr 1999, was einen Anstieg von immerhin 36,6 % bedeutete. Die Ausgaben der Auslandsurlauber stiegen in diesem Zeitraum von 11,215 Mrd. norwegischen Kronen um 2,05 Mrd. NOK auf 13,255 Mrd. NOK, was einen Anstieg von 18,5 % bedeutet. Dieser hohe Anstieg verdeutlicht, welche große ökonomische Bedeutung der norwegischen Binnentourismus für die gesamte Tourismussparte Norwegens hat.

### 2.1.1 Anthropogene Attraktivitätsfaktoren

Es gibt zahlreiche sehr unterschiedliche Faktoren, die dafür verantwortlich sind, ob ein Tourist ein Land, eine Region oder eine Stadt besucht. In Norwegen zählen zu

diesen so genannten anthropogenen Attraktivitätsfaktoren die typische norwegische Küche, zahllose Sehenswürdigkeiten in den geschichtsträchtigen Städten, die berühmten Stabkirchen, die Museen, Fischmärkte und verschiedene Veranstaltungen des alltäglichen kulturellen Lebens. Teilweise sind solche Faktoren speziell auf die Ansprüche von Massentourismus und Rundreisetourismus zugeschnitten, viele dieser Faktoren ziehen aber auch Individualtouristen an und stellen in ihrer Gesamtheit betrachtet einen erhebliche Teil des touristischen Potenzials dar.

### 2.1.2 Sehenswürdigkeiten

Viele der heute in Norwegen gut besuchten Sehenswürdigkeiten haben ihren Ursprung in ganz pragmatischen und alltäglichen Dingen. So wurde beispielsweise die berühmte Skisprungschanze „Holmenkollen“ in Oslo ursprünglich als reine Skisprungschanze gebaut. In zahlreichen Umbauschritten hat man die Anlage später mit dem norwegischen Skimuseum ausgestattet und den Zuschauerbereich so erweitert, dass er mit wenig Aufwand auch für diverse Langlauf- und Biathlonwettbewerbe genutzt werden kann. Mittlerweile zählt der „Holmenkollen“ in Oslo zu den beliebtesten Zielen der Touristen und zieht jedes Jahr über eine Million Besucher an.

Aber auch die nicht weniger bekannten Museen auf einer vorgelagerten Halbinsel im Oslofjord mit dem „Wikingerschiff-Museum“, dem „Fram-Museum“, dem „Kon-Tiki-Museum“ und dem „Seefahrtsmuseum“ ziehen jedes Jahr tausende Besucher in ihren Bann (BREIBY, M. A., 1993).

Oslos Architekten waren an diesem Erfolg nicht unbeteiligt, als sie für das „Fram-Museum“ einen so auffälligen Bau konzipierten, dass die ankommenden Touristen bereits auf der Fähre diese Bauwerke wahrnehmen. Inzwischen hat das „Wikingerschiff-Museum“ auch für die Bevölkerung einen immer höheren Stellenwert erreicht. Es dient sowohl als Sehenswürdigkeit als auch zur kulturellen Bildungsstätte. Eine weitere Attraktion ist das Rathaus, das zu den meistfotografierten Gebäuden in Norwegens Hauptstadt zählt. Entworfen von einem deutschen Architekten, zählt es zu den nicht gerade schönsten aber eindrucksvollsten Gebäuden der Stadt.

Zu den beliebtesten Zielen Norwegens gehören aber auch Einrichtungen wie der Freizeitpark „TusenFryd & Wikingerland“ in Oslo, der Tierpark „Kristiansand Dyrepark A/S“ in Kristiansand und der Familienpark „Hunderfossen“ bei Lillehammer, die speziell für größere Besuchergruppen eingerichtet worden sind (KAMFJORD, G., 1993).



Mittlerweile verfügt Oslo auch über ein zentrales Informationszentrum, das „Norge Informasjonssenter“, welches speziell für die Information von Touristen innerhalb der Stadt gebaut wurde und weit über das übliche Angebot einer klassischen Touristinformation hinausgeht. Hier werden von Reisebüroleistungen bis zum Einschließen von Gepäck und Multimediovorführungen zur Reiseplanung sämtliche touristischen Informations- und Service-Dienstleistungen angeboten.

Besondere touristische Anziehungspunkte sind auch die Standseilbahn „Fløibanen“ in Bergen und die Eisenbahnverbindung Flåmbanen (Aurland), die ursprünglich als reine Verkehrsmittel konstruiert wurden, heute jedoch tausende Besucher anlocken. So gehört heute beispielsweise auch die Route der Bergenbahn, zwischen Oslo und Bergen zu einer der schönsten Bahnstrecken der Welt und erfüllt somit als klassisches Verkehrsmittel den Wert eines Touristenmagneten.

Der berühmte Nidarosdom, der als eines der bedeutendsten sakralen Bauwerke des Nordens gilt, ist vor mehr als 900 Jahren in Trondheim aus religiösen Gründen errichtet worden.

Abb. 4: Der Nidaros-Dom zu Trondheim



Foto: O. Schwenn

**Besucherzahlen der bedeutendsten Sehenswürdigkeiten**

Freizeitpark TysenFryd Vikinglandet Oslo	428.500
Kristiansand Dyrepark A/S Kristiansand	404.597
Standseilbahn Fløibanen Bergen	380.889
Wikingerschiffsmuseum Oslo	370.656
Norwegisches Informationszentrum Oslo	348.687
Nidarosdom Trondheim	303.706
Eisenbahnverbindung Flåmbanen Aurland	300.110
Familienpark Hunderfossen bei Lillehammer	256.005
Festung Frederikstad	242.000
Preikestolen	112.300

Quelle: NORTRA, 2003 (Anzahl der Besucher vom 1.Mai - 31.August 2002)

Weitere typisch norwegische Sehenswürdigkeiten sind die alten Stabkirchen, von denen die ersten bereits Mitte des 11. Jahrhunderts errichtet wurden (mit der Einführung des Christentums im Jahre 1030 beginnt in der norwegischen Geschichte das Mittelalter).

Der Name Stabkirche resultiert aus dem Aufbau dieser schönen Holzkirchen mit einer sehr eigenwilligen Architektur. Stäbe aus Baumstämmen dienen als Eckpfeiler und bilden das Grundgerüst der gesamten Kirche. Ihr Grundriss ist in der Regel quadratisch. Die Dächer sind mit Schindeln bedeckt, besitzen meistens sehr aufwendige Schnitzarbeiten mit Ranken- und Tier-Ornamenten und sind teilweise mit Drachenköpfen geschmückt.

Von den rund 1.000 Stabkirchen, die noch im Mittelalter in Norwegen verteilt standen, sind heute lediglich 29 erhalten, was ihre Bedeutung als Sehenswürdigkeit unterstreicht (STORSLETTEN, 1993, S.31ff.).

Zu den viel besuchten Stabkirchen gehören die „Stavkirke“ in Lom mit rund 71.000, Borgund Stabkirche mit ca. 64.000, Heddal Stabkirche mit ungefähr 49.000 und die Hopperstad Stabkirche mit rund 41.000 Besuchern (Sommersaison 2003).

Abb. 5: Stabkirche von Gol



Foto: O. Schwenn

Zu den ältesten Sehenswürdigkeiten zählen die berühmten Felszeichnungen, die an verschiedenen Orten Norwegens zu finden sind. Am beeindruckendsten sind sicher die Felszeichnungen von Alta, die auf der Kulturerbe-Liste der UNESCO stehen. Nicht ganz so spektakulär jedoch sehr exponiert gelegen sind außerdem die Felsmalereien in der bekannten Höhle von „Revsvika“ auf der südlichsten der Lofoteninseln, die heute nur noch mit einem Schiff erreicht werden können.

Auch der Naturraum Norwegens bietet eine so große Fülle an eindrucksvollen Naturdenkmälern und Naturereignissen, dass an dieser Stelle nur ein kleiner Teil aufgezählt werden kann.

„Die Natur kommt einem am nächsten, wenn man selbst in ihr aktiv ist“ sagt Arild Strømmeren vom Auswärtigen Amt und versucht mit solchen Aussagen für die norwegische Naturlandschaft zu werben. Gebirgswanderungen, Fluss-Rafting und Skilaufen sind nur einige der Aktivitäten, die Norwegen den Abenteuerlustigen anbietet und so wundert es nicht, dass die stetig wachsende Liste der UNESCO für Weltnaturerbe immer häufiger Plätze und Gebiete in Norwegen aufführt.

- Zwei der Fjorde Norwegens, der Geirangerfjord und der Nærøyfjord, wurden 2005 auf die Welterbeliste der UNESCO gesetzt.
- Das Reisemagazin National Geographic kürte Norwegens Fjorde zu den besten unberührten Naturerlebnissen in der Welt.
- Die Lofoten in Nord-Norwegen rangierten unter den 20 weltbesten Paradiesinseln der britischen Zeitung The Observer, die schrieb: "Die größten Touristeninseln, Austvågøy, Vestvågøy, Flakstad und Moskenes appellieren an Schriftsteller und Künstler, wie auch an Naturenthusiasten (...)."
- 2006 kürte der Reiseführer Lonely Planet die norwegische Küstenroute, auch als Hurtigruten bekannt, zur schönsten Schiffsreise der Welt.

Als Mitglied bei der Förderung eines ressourcenerhaltenden Fremdenverkehrsgewerbes – Bewahrung der Umwelt, des kulturellen Erbe und der lokalen Kultur – unterzeichnete Norwegen wie auch Honduras das Mandat des National Geographic Geotourismus im Herbst 2005.

Die Unterzeichnung des Mandats veranschaulicht, dass Norwegen Aussicht hat, ein führendes geotouristisches Reiseziel zu werden, so der Vorsitzende der Kommission Tourtellot.

Aus mehreren Beispielen, die auf Initiative des Geotourismus in Norwegen in Gang gesetzt worden sind, kann man die offiziell ernannte nationale Landschaftsroute und Norwegens Programm zur Förderung traditioneller Bauernspeisen, lokaler Produkte und Rohwaren erwähnen.

Mit der Unterzeichnung eines Abkommens zum Geotourismus bekennt sich Norwegen offiziell zu einem nachhaltigen Tourismus. Ende August hatten Innovation Norway, das norwegische Fremdenverkehrsamt und das National Geographic Center for Sustainable Destinations das Dokument in Oslo gemeinsam unterzeichnet.

Damit ist Norwegen das erste Land in Europa und unter den ersten weltweit, das sich verpflichtet, die Charta der amerikanischen National Geographic Society (NGS) –

u.a. Herausgeber des traditionsreichen Reisemagazins – einzuhalten. Zu den wichtigsten Kriterien der Charta gehört die Rücksicht auf lokale Besonderheiten eines Ortes, wie Bevölkerung, Umwelt, zeitgenössische Kultur und Kulturerbe. Diese sollen durch Geotourismus nicht nur erhalten, sondern auch gefördert werden. Das norwegische Wirtschafts- und Handelsministerium unterstützt das neue Projekt in diesem Jahr mit umgerechnet knapp 130.000 Euro.

### 2.1.3 Kultur

Norwegens Kultur gehört mit zu den ältesten in Europa. Gastfreundschaft, Traditionalität und freundliche Menschen sind die Attribute, die der Urlauber gewöhnlich mit der norwegischen Kultur assoziiert. Bekannt ist Norwegen aber auch für seine gute Beschäftigungsstruktur, ein stabiles Sozialsystem, eine sehr niedrige Kriminalitätsrate und für seinen sehr hohen Lebensstandard.

Unter diesen Voraussetzungen reisen Europäer gerne nach Norwegen und verbringen hier ihren Urlaub in größerer Sicherheit als auf diversen Fernreisen. Das Gesundheitssystem ist zwar bekanntermaßen unterbesetzt, dennoch arbeiten die norwegischen Ärzte zuverlässig und auch die Wahrscheinlichkeit, sich in diesem Land mit einer schweren Krankheit wie etwa in den Tropen anzustecken, ist äußerst gering.

All diese Faktoren führen dazu, dass das kulturelle Klima Norwegens in fast allen europäischen Ländern geschätzt wird und somit eine ideale Grundlage für einen boomenden Tourismus bietet.

### 2.1.4 Norwegens Städte

Die vielen Städte Norwegens kann man zu den schönsten in Europa zählen. Neben einer durchgängig großen Sauberkeit besitzen sie alle ein sehr grünes und ruhiges Ambiente. Auch die Landeshauptstadt Oslo hat zwar die üblichen Ecken, in denen man sich weniger gern aufhält (Bahnhofsviertel), verglichen mit anderen europäischen Hauptstädten ist Oslo jedoch sehr sauber.

Viele der norwegischen Städte liegen unmittelbar an der Küste oder haben zumindest über die Ausläufer eines Fjordarmes direkten Zugang zum Meer. In fast allen

Hafenstädten findet man noch heute die alten Holzhäuser vergangener Epochen. Einzig die Stadt Ålesund, die nach einem verheerenden Stadtbrand im Jahr 1904 komplett nieder brannte, wurde mit jugendstilistischen Steingebäuden wieder aufgebaut.

Wenn man Norwegen bereist, ist sicherlich die Besichtigung einiger Städte fester Bestandteil des Reiseprogramms. Dabei gibt es eine ganze Reihe von sehenswerten Städten, wie Ålesund, Bergen, Trondheim, Tromsø und nicht zuletzt die Landeshauptstadt Oslo. Von besonderem touristischen Interesse sind Lillehammer und Røros, die jedes Jahr sehr viele Touristen anziehen. Lillehammer profitiert dabei noch immer von seinem Imagewandel durch die olympischen Winterspiele von 1994, während die Stadt Røros durch ihre Ernennung zum Weltkulturerbe der UNESCO ein begehrtes Reiseziel wurde.

Lillehammer bietet auch mehr als 12 Jahre nach diesem Großereignis hervorragende Wintersportmöglichkeiten und eine Infrastruktur, die sich durchaus mit der eines Alpenkgebietes messen kann. Eine weitere Folge davon sind natürlich die unerschöpflich wirkenden Zahlen an Fremdenzimmern.

Die Gebirgsstadt Røros besitzt eine fast 350-jährige Bergbaugeschichte und besteht nahezu vollständig aus den geschichtlich bedeutenden Holzhäusern vergangener Bergbautage. „Man erkannte hier sehr früh, dass der Fremdenverkehr eine Chance ist, die schlechte Situation der peripheren Gebiete zu durchbrechen.“ (LINDEMANN, 1981, S.132).

Nachdem 1982 die letzte Grube geschlossen wurde und der bisher so erfolgreiche Kupferbergbau ein Ende fand, wurde der Fremdenverkehr forciert. Heute ziehen die Fahrten in die Kupferminen unzählige Besucher an. Die ökonomische Bedeutung des Fremdenverkehrs in Lillehammer und Røros ist wesentlich größer, als in anderen norwegischen Städten.

### 2.1.5 Spezielle touristische Angebote

Touristische Angebote werden immer häufiger als Touristikattraktionen entwickelt und zählen heute fast in jedem Reiseland zu den am stärksten frequentierten Touristenzielen. Auch in Norwegen gehören Stadtrundgänge und Stadtbesichtigungen, Bootsfahrten durch die Fjorde oder Führungen durch eiszeitliche Höhlen zu den beliebten Angeboten, die von zahlreichen Touristen angenommen werden. Zu diesen

Angeboten gehören auch Fahrten auf dem Telemarkkanal, mit historischen Eisenbahnen wie der Flåmbahn bei Myrdal oder eine Fahrt mit dem ältesten Raddampfer der Welt auf Norwegens größtem See, dem Mjøssasee und ähnliche Attraktionen. Auch die Hurtigrutenschiffe, die ursprünglich ausschließlich zur Post- und Personenbeförderung dienten, sind heute ein weltweiter Besuchermagnet. Diese Schiffe verkehren ganzjährig entlang der Norwegischen Küste von Bergen bis nach Kirkenes. Das erste Schiff der Hurtigrute fuhr bereits 1883 nach Hammerfest und versorgte die Region mit den nötigsten Waren. Nachdem sich auch die Landverbindungen deutlich verbessert hatten, verlor die Hurtigrute an Bedeutung, bevor sie durch den Tourismus eine regelrechte Renaissance erlebte. Heute sind die Schiffe zu luxuriösen Kreuzfahrtschiffen ausgebaut, und man kann an Bord eine erlebnisreiche Seereise entlang der norwegischen Küste verbringen. Auch als beliebte Pauschalreisen sind diese Fahrten ständig im Angebot, und man kann auch auf einigen Schiffen seinen PKW mitnehmen.

#### 2.1.6 Kulturangebote

In der norwegischen Kultur gibt es zahlreiche Angebote, die Einheimische und Touristen gleichermaßen ansprechen. Dazu gehören vor allem traditionsreiche Feste und Veranstaltungen, die meist einen geschichtlichen Hintergrund haben und bis in unsere Zeit gepflegt werden. Hierzu zählen zum Beispiel das bekannte Jazz-Festival in Molde oder der Fischmarkt in Bergen. Beide „Veranstaltungen“ haben sich zu einem festen Besuchermagneten entwickelt und ziehen jedes Jahr tausende Besucher aus aller Welt an. Auch der Nationalfeiertag, der 17. Mai und die Mittsommerfeiern um den „Sankt Hans-Tag“ am 23. Juni locken jedes Jahr viele Besucher an. Der „Sankt-Hans-Aften“, der Tag der Sommersonnenwende, wird in ganz Norwegen mit großen Holzfeuern an der Küste und im Inland gleichermaßen gefeiert und zählt zu den schönsten Festen des Landes.

Der Fischmarkt von Bergen beispielsweise findet täglich ab 7:00 Uhr morgens statt und wird auch in zahlreichen Reiseführern als Highlight der Stadt beschrieben. Mittlerweile haben sich hier viele Verkäufer darauf spezialisiert, an Touristen zu verkaufen und bieten neben einer entsprechenden Transportverpackung für Frischwaren auch gleich die Ausstellung von Tax-Free-Schecks an.

Weiterhin zählen die berühmten Wintersportveranstaltungen, wie zum Beispiel das alljährliche Skispringen am Holmenkollen in Oslo oder die Langlaufveranstaltungen rund um diese Sprungschanze, zu beliebten Besuchspunkten außerhalb der Sommersaison.

### 2.1.7 Attraktivitätsfaktoren des Natur- und Kulturraumes

Die bisher aufgeführten Attraktivitätsfaktoren waren zum einen Bestandteile des physiogeografischen Raumes (Naturraum) oder unterlagen zum anderen anthropogeografischen Rahmenbedingungen (Kulturraum). Im Folgenden werden mit den Aktivitäten, Naturerfahrungen und den Unterkünften Faktoren aufgeführt, die sowohl ein Teil des Kulturraumes als auch des Naturraumes sein können.

### 2.1.8 Aktivitäten und Naturerfahrungen

Norwegen bietet seinen Bürgern wie auch den ausländischen Urlaubern ein reichhaltiges Angebot von sehr verschiedenartigen Aktivitäten. Diese sind in den meisten Fällen auch als Zugfaktoren für Urlauber anzusehen, da sie zu den vorrangigen Gründen zählen, das Land Norwegen zu bereisen und in diesem Umfang nicht in der Heimat durchgeführt werden können. In der Regel finden solche Aktivitäten im menschenleeren und unbesiedelten Naturraum statt. Das Bergwandern wird in Norwegen weit abseits der Zivilisation ausgeübt und ist unter der einheimischen Bevölkerung so populär, dass zu bestimmten Feiertagen, wie etwa an Ostern, ganze Stadtgebiete nahezu menschenleer sind.

Auch der Angelsport spielt für den norwegischen Tourismus eine wichtige Rolle. Ob Lachse und Forellen in den Flüssen oder Dorsche und Makrelen in den Fjorden, die Angelbedingungen in Norwegen sind als ideal zu bezeichnen, auch wenn die Fischbestände in den letzten Jahren kleiner geworden sind. Zahlreiche Reiseunternehmen bieten spezielle Angelreisen nach Norwegen an. Da allerdings in den letzten Jahren der „Export“ von gefangenem Fisch derart überhand nahm, dass sich manche einheimische Fischer in ihrer Existenz bedroht sahen, hat man seit dem 01.01.2004 eingeführt, dass ausländische Angler erst ab dem 01.05. eines jeden Jahres ihrem „Sport“ nachgehen dürfen. So ist gewährleistet, dass gerade in den wichtigsten



Fangzeiten zwischen Februar und April keine Konkurrenz stattfindet. Weiterhin wurden die Fangmengen am 01.06.2006 dahingehend reglementiert dass jeder Angler maximal 15 Kilogramm Fisch (Filets oder ganze Fische) ausführen darf. Auf diese Weise versucht der Staat den Exporttourismus in den Griff zu bekommen und die Fischbestände zu schonen.

Besonders beliebt ist in Norwegen auch das Gletscherwandern. Norwegen besitzt die einzigen europäischen Gletscher die noch Wachstumstendenzen aufweisen können. Das Gebiet des Jostedalsbreen ist das größte Gletschergebiet des europäischen Festlandes. Hier bieten ortsansässige Unternehmen Führungen unter fachkundiger Leitung an. Dazu werden die relativ flach zum Fjord abfallenden Gletscherzungen wie Nigardsbreen und Briksdalsbreen genutzt. In den Sommermonaten finden hier bereits in den frühen Morgenstunden geführte Touren statt (WOLD, 1996, S.88).

Ähnlich beliebt sind auch alle Wassersportaktivitäten, die sowohl in den Küstenbereichen, als auch in den zahlreichen Flüssen und Seen ausgeübt werden können. Das Gebiet der Sjoa in der Nähe von Otta zählt zu den besten Kajakrevieren Europas. Auch hier haben sich zahllose Verleihbetriebe mit einem umfangreichen Kursangebot angesiedelt. Die großen Seen rund um Lillehammer bieten daneben zusätzlich beste Bedingungen für Segler und Surfer. Dass Norwegen auch unter den Süßwasseranglern als Dorado zählt, ist hinlänglich bekannt.

Besonders attraktiv ist auch das küstennahe Tauchen bei den Lofoten. Hier sind zahlreiche Wracks und Riffe zu betauen, die in relativ geringen Tiefen bei kristallklarem Wasser anzutreffen sind.

Ein überragendes Angebot findet man in Norwegen auch im Bereich des Wintertourismus. Große Skigebiete im Raum Lillehammer sind noch von den Olympischen Winterspielen 1994 bekannt und besitzen seitdem eine hervorragende Infrastruktur. Es gibt allerdings auch viele weitere Skizentren im Landesinneren, die nicht bei den Olympischen Spielen involviert waren, jedoch ebenso bekannt und qualitativ hochwertig sind. Norwegen besitzt in diesem Bereich ein ähnliches Preisniveau wie der Alpenraum, oft jedoch weniger aufwendige Transportanlagen und ist weniger stark frequentiert. Leider wurde auch in Norwegen mehr Wert auf einen ökonomischen Ausbau der Skigebiete gelegt, so dass in der schneefreien Zeit die ökologischen Folgen deutlich zu Tage treten, die allerdings um ein Vielfaches geringer sind als die der anderen europäischen Wintersportgebiete. Es wurde zwar insgesamt auf eine mon-

däne Architektur mit Hightech-Transportanlagen und immens hohen Förderkapazitäten verzichtet jedoch sind Tendenzen wie im Alpenraum erkennbar (vgl. GLÄßER, 1993, S.121). In einigen Gegenden wie etwa in Jotunheimen ist auch Sommerskilauf möglich, da auf dieser nördlichen Breite in entsprechender Höhe zahlreiche Gebiete vergletschert sind.

Norwegen ist aber in erster Linie das Land des Skilanglaufs. Die weiten Fjellflächen bieten dafür von November bis mindestens Mai beste Bedingungen. Auch Hundeschlittensport ist in den nördlichen Landesteilen wie Finnmark und Nordland sehr populär.

In den Sommermonaten bieten sich zahlreiche weitere Möglichkeiten, aktiv Natur zu erleben. Von Höhlenwanderungen über Mountainbiking, Gletschertouren, Rafting, Paddeln, Elch- und andere Tiersafaris, Golf, Jagd und naturkundlichen Führungen wird alles unter fachkundiger Leitung angeboten, kann jedoch auch in Eigenregie erfolgen.

Auch das Einkaufen in den großen touristischen Zentren wie Oslo, Bergen oder Trondheim muss zu den bedeutenden Aktivitäten in Norwegen gezählt werden. Gerade für Bürger aus EU-Staaten bietet sich die Möglichkeit, Souvenirs und andere landestypische Artikel zu erwerben und bei der Ausreise über so genannte Tax-Free-Schecks die Mehrwertsteuer erstattet zu bekommen. Somit können die recht hohen Kosten für die erworbenen Waren zu einem großen Teil wieder ausgeglichen werden.

### 2.1.9 Unterkünfte

Die typischen Unterkünfte in Norwegen sind die so genannten „Hytter“. Sie beinhalten in der Regel Bettzeug, eine Kochnische, zwei Betten und sind meistens auch mit fließendem Wasser ausgestattet. Je nach Preis kann man in diesem Bereich aber auch die Luxusausstattung mit Bad, WC und vollwertiger Küche mieten. Die ursprünglichen „Hytter“ finden sich generell auf Campingplätzen und dienen dem Besitzer, sein Unterkunftsangebot in Schlechtwetterperioden zu verbessern. Hin und wieder findet man aber auch Ansammlungen dieser Hütten gegenüber Bauerngehöften mit dem Verweis, sich bei Interesse auf dem Hof zu melden. Auch hier sieht man, in wie weit sich die Landwirte heute ein zweites Standbein bzw. einen zusätzlichen Verdienst schaffen wollen.

Neben diesen „Hytter“ gibt es aber auch über 400.000 Ferienhäuser die in ihrer Beliebtheit immer weiter steigen. Ferienhäuser liegen meistens an besonders reizvollen Orten inmitten der norwegischen Natur an Seen, Flüssen und Fjorden und sind fast ausschließlich im Privatbesitz. Diese werden je nach Absprache mit dem Eigentümer ganzjährig über große Reiseveranstalter vermittelt (SEELHOFF, 1994, S.101ff.).

Diese Ferienhäuser sind für die Besitzer meist ein zweiter Wohnsitz, der in der Urlaubszeit oder an Feiertagen für den Eigenbedarf genutzt wird.

Neben diesen beiden Varianten spielen die Hotels zwar eine eher untergeordnete Rolle, werden aber gerade von Busreisenden im Rahmen von Pauschalreisen gerne gebucht. Wie in anderen europäischen Ländern auch findet man in Norwegen die unterschiedlichsten Hotelkategorien, die Luxusklasse jedoch fast ausschließlich in den Städten. Auf dem Land gibt es häufig die Mittelklassehotels wie Fjell-Hotels oder Fjord-Hotels, die mit den deutschen Dreisterne-Hotels vergleichbar sind.

Auch Bed & Breakfast wird in Norwegen immer beliebter, was sich auch bei den Umfragen unter den Campingtouristen herausstellte. Oftmals werden mittlerweile Campingplätze bevorzugt, die diesen Service anbieten können.

Eine weitere Form der Unterkunft bzw. der Übernachtung ist das so genannte Wildcamping, auf das jedoch gesondert eingegangen wird.

Dieses Recht stammt noch aus vortouristischer Zeit und wurde schriftlich bislang nicht festgehalten. Es ist nur für nicht motorisierte Urlauber gültig und erlaubt dem Gast, in einer Entfernung von 150 Metern zu Privatgrundstücken, mit dem Zelt zu übernachten (vgl. Kapitel 1.4.8, S.54 ff).

## 2.2 Definition Ökotourismus

Zunächst müssen einige Begriffe verdeutlicht werden. Im Deutschen ist der Begriff „Ökotourismus“ nicht ursprünglich, sondern ist vielmehr eine Übersetzung aus dem Englischen. Erstmals wurde in dieser Beziehung von *ecotourism* in Amerika gesprochen und auch der Zeitpunkt einer ersten Verwendung dieses Ausdrucks liegt deutlich vor der deutschen Bezeichnung (AGÖT, 1995, S.31 ff.).

Um die Verwendung dieses Begriffs im vorliegenden Beispiel zu erklären, muss klar gestellt werden, welche der unzähligen Unterformen gemeint ist.

Die Umschreibung des Begriffs beginnt beim einfachen „Ausflug ins Grüne“ und erstreckt sich von „Naturtourismus“ über „Abenteuertourismus“ bis hin zum allseits bekannten „Nachhaltigen Tourismus“. Alle diese Bezeichnungen haben natürlich den Aufenthalt in der Natur gemeinsam. Aufgrund der vielen Parameter, die hier mit in die Untersuchung einfließen, muss man sich von Anfang an auf eine Bezeichnung festlegen (LINDBERG, K., 1998).

Die Konzeptionen, die für den Untersuchungsraum später zum Tragen kommen sollen rechtfertigen den Ökotourismus, wie er in der Literatur beschrieben und definiert wird, nicht ganz, da eine gewisse Inanspruchnahme der Natur zwangsläufig ist.

Folgende Grundregeln lassen sich aufstellen, wenn man den Grundsätzen des Ökotourismus folgen möchte.

- Die ökologische, wie auch die soziale Tragkraft steuert den Reisemarkt, was langfristig bedeutet, dass der Ökotourismus sowohl Natur als auch Kultur bewahrt. Die Größe von Besuchergruppen sollte sich generell nach der Fragilität des zu besuchenden Ziels richten. Insbesondere sollte bei einem Besuch von Naturvölkern bzw. kleinen Eingeborenenstämmen die Gruppengröße von 15 Personen nicht übersteigen.
- Alle beteiligten Tourismusunternehmen sollten einen Umweltbeauftragten einsetzen, um einen Umweltplan aufzustellen. Mit Hilfe dieses Plans wird dann ein regelmäßiges Controlling durchgeführt, welches Aufschluss über Einhaltung und Versäumnisse gibt. Bei der Personalweiterbildung sollten Umweltschutz und ökologische Bewusstseinsbildung feste Bestandteile werden. Der gesamte Betrieb sollte seine Arbeitsweise dahingehend hinterfragen und darauf achten, dass innerhalb aller Arbeitsabläufe die Umweltfreundlichkeit an vorderster Stelle steht.
- Auch im Reisezielgebiet müssen diese Wertvorstellungen gelten und sowohl von Beherbergungsbetrieben, als auch von Lieferanten eingehalten werden. Nur solche Betriebe, die auch umweltschonend wirtschaften und den ökotouristischen Anforderungen gerecht werden, dürfen vom Reiseveranstalter ausgewählt werden.
- Die Reiseleiter müssen kompetent und in der Lage sein, ökologische Zusammenhänge didaktisch sinnvoll dem Reisenden zu vermitteln. Hierbei sind ortsansässige Reiseleiter zu bevorzugen.

- Einkäufe sollten immer vor Ort durchgeführt werden, um lokale Märkte zu stärken. Dies bezieht sich auf Nahrungsmittel aber auch auf alle anderen Dienstleistungen.
- Die Reisenden sollten immer zu Respekt gegenüber der Lokalbevölkerung und deren Traditionen angehalten werden. Es sollten niemals Reisen zu Völkern und Kulturen durchgeführt werden, die dies nicht wünschen und sich gestört fühlen. Gerade auf religiöse Bräuche sollte besondere Rücksicht genommen werden.
- Der Verkauf von regionalen Tieren und Pflanzen sollte unter keinen Umständen gefördert werden. Dies kann sehr schnell zu einem „Ausverkauf“ der heimischen Flora und Fauna führen. Auch „Souvenirs“ wie Muscheln, Korallen etc. und abiotische Gegenstände, wie Steine u. ä., sollten nur dann erworben und ggf. ausgeführt werden, wenn deren Herkunft gesichert und der Verkauf unbedenklich ist.
- Nur wenn die Reisenden gut informiert werden und ihnen bewusst gemacht wird, dass ihre Reise auch einen Beitrag zum Umweltschutz leistet, darf der Reiseveranstalter auch mit dem Siegel des ökologischen Wertes werben.

Schon jetzt ist der Anteil der Individualreisenden, die die Unabhängigkeit, mit dem eigenen Fahrzeug reisen zu können schätzen gelernt haben, überdurchschnittlich hoch (vgl. Befragungsergebnisse). Hinzu kommen die überaus hohen Preise der Norwegischen Staatsbahn (NSB). Hier bietet sich allerdings auch ein Ansatzpunkt für die Entwicklung kostengünstiger Reiseangebote. Schon in diesem Jahr zeigt sich, wie ein Rabattpreis-Ticket bei der Bahn in Norwegen ankommt und auch genutzt wird.

Anlässlich des 150-jährigen Bestehens der Norwegischen Staatsbahn wurde ein Großkontingent an stark verbilligten Tickets bei Internetbuchung ausgeschüttet. Diese Aktion läuft seit dem 01.01.2004 und wurde mittlerweile (am 02.04.2004) bereits von weit über 200.000 Kunden genutzt. Hier wäre etwa ein Kopplungsticket von Bahn und Nationalpark, alles in einem Preis denkbar, was allerdings durch eine im Vorfeld stattfindende Marktanalyse abzusichern wäre.

Neben der norwegischen Staatsbahn sind auch noch andere tourismusnahe Bereiche zu nennen, wie Hotel- und Gaststättengewerbe, Busunternehmen, Ernährungs-

gewerbe, Einzelhandel, Verbrauchsgüterindustrie und nicht zuletzt die Mineralöl verarbeitende Industrie. Diese Wirtschaftszweige müssen alle mit einbezogen werden, wenn man die gesamtwirtschaftliche Bedeutung eines Wirtschaftsfaktors bestimmen will. Nur wenn eine umfangreiche Marktanalyse für den Gesamttraum, also Nationalparkgebiet und Umland, bis hin zu den angrenzenden Dörfern und Städten erfolgt ist, lässt sich abschätzen, ob Investitionen in die Zukunft der Region als Tourismuszentrum lohnen (BØTTGER-RASMUSSEN, N., 1999).

Im Rahmen zahlreicher Interviews mit Experten und Kennern der Branche tauchten die Begriffe „Natur“, „erleben“, „beobachten“ und „Freiheit“ besonders häufig auf, so dass ich versuchen möchte, folgende Definition für den Tourismus in dieser speziellen Region aufzustellen:

Der *Ökotourismus* ist eine Form des Reisens durch einen fragilen Naturraum, bei dem sich der Reisende durch besonders rücksichtsvollen Umgang mit den ihm sich bietenden Ressourcen, sowie einer großen Akzeptanz von naturschützenden Maßnahmen auszeichnet. Die Beanspruchung der Umwelt wird dabei auf ein geringstmögliches und –nötiges Maß reduziert, während das Erleben und Erleben von natürlichen Zusammenhängen als Inhalt einer solchen Nutzungsvariante anzusehen ist. Da ein direkter Nutzen für den Naturraum nicht gegeben ist, muss der Nutzen für den Reisenden und die regionale Bevölkerung durch die Gewährleistung eines erlebnisbedingt erlernten, nachhaltig sensiblen Umgangs mit den Ressourcen ausgeglichen werden.

Für ein späteres Marketing der Region kann beispielsweise durch ein Schlagwort wie etwa „**Natourismus**“, das sich aus den Worten Natur und Tourismus zusammensetzt, eine Art Gütesiegel für besonders verantwortungsbewussten Umgang mit der Natur geworben werden.

Das *umweltangepasste Reisen* entspricht dem in der Agenda 21 empfohlenen sanften Tourismus am ehesten. Man kann auch Badeferien und Städtereisen mit dazu zählen, solange der Landschaftsverbrauch und schädliche Auswirkungen auf Natur und Umwelt vermieden werden. Die Natur im Zielgebiet erfüllt dabei die Funktion des Pull-Faktors; das eigentliche Naturerlebnis steht aber nicht unmittelbar im Interesse des Urlaubers (KRIPPENDORF, J., 1984).

Der *Naturtourismus* hingegen vermittelt dem Reisenden Eindrücke und Erlebnisse aus der Natur. Dies können zum einen beeindruckende Landschaften, zum anderen aber auch die Erkundung der Tier- und Pflanzenwelt auf exkursionsartigen Wanderungen sein. Der Naturtourismus muss dabei nicht zwingend umweltfreundlich sein. Diese Touren können auch in Form von Safaris in außerordentlich umweltschädlicher und Umwelt belastender Art und Weise durchgeführt werden.

Nicht zuletzt muss man zu diesen Formen des Tourismus auch das Tiefschneefahren von Skifahrern und Snowboardern abseits der gespurten Pisten, das Drachen- und Gleitschirmfliegen, welches zu Panikreaktionen von Wildtieren führt, wie auch die motorisierte Sportschiffahrt, hinzuzählen. Es handelt sich bei den genannten Formen um Sportarten, die ausschließlich in der Natur stattfinden und daher diesen Namen tragen dürfen. Hier muss man eine klare Abgrenzung zum Ökotourismus durchführen, der im eigentlichen Sinn zwar dieselben Landschaften nutzt, jedoch darauf zielgerichtet ist, diese nicht zu belasten oder sie nur sehr geringfügig zu beanspruchen.

Ökotourismus im eigentlichen Sinn ist nur in ganz bestimmten Fällen und unter bestimmten Voraussetzungen tatsächlich vorhanden. Viele Anbieter benutzen diesen Begriff aus marketingstrategischen Gesichtspunkten, meinen aber den Naturtourismus, der sich in der freien Natur abspielt, wohl auch dieselben Gebiete benutzt, jedoch mit dem Ökotourismus nichts zu tun hat (KREILKAMP, E., 1998).

Der Naturtourismus ist eine Form des Reisens in naturnahe Gebiete bei der sehr verschiedene Aktivitäten zum Einsatz kommen können, die alle auf irgendeine Weise die natürlichen Ressourcen eines bestimmten Gebietes nutzen. Oftmals ist bei dieser Form des Tourismus die Verträglichkeit für den betreffenden Naturraum noch nicht hinreichend untersucht worden.

Dabei ist der Naturtourismus wie auch andere Formen des Tourismus ein sehr komplex zu betrachtendes System, welches sich aus verschiedenen Komponenten zusammensetzt. Naturtourismus findet in verschiedenen räumlichen Ebenen statt, beginnend in den Quellgebieten der Industriestaaten über Entwicklungsländer bis hin zu den Schutzgebieten der Zielregionen. An allen Ebenen können dementsprechend auch Entwicklungsprogramme und Strategien eingreifen und tourismuspolitisch lenken.

### 2.2.1 Der allgemeine Tourismus

Bei Ihrer Definition für den „allgemeinen Tourismus“ geht die World Tourism Organization (WTO) zunächst einmal von dem eigentlichen Besucher, dem „visitor“ aus, der seine alltägliche Umwelt („Usual Environment“) für eine Dauer von maximal zwölf Monaten verlässt, an seinem Zielort aber nicht für eine ausgeübte Tätigkeit vergütet wird. (SLAWINSKI, 1999, S. 11 f.)

Die Begriffe „Reiseverkehr“, „Fremdenverkehr“ und „Touristik“ beschreiben das Phänomen des Reisens und vereinigen sich meistens in dem international gängigeren Begriff „Tourismus“.

In den amtlichen Statistiken werden die Begriffe „Tourismus“ und „Fremdenverkehr“ gleich bedeutend verwendet.

Hier wird klar, dass sich die unterschiedlichen Fragestellungen der Tourismusforschung schon bei der Definition des Forschungsgegenstandes zeigen. (STEINBACH, 2003)

Einige Definitionen des Fremdenverkehrs sollen die verschiedenen Sichtweisen darstellen:

*Fremdenverkehr* ist der Begriff all jener und in erster Reihe aller wirtschaftlichen Vorgänge, die sich im Zuströmen, Verweilen und Abströmen Fremder nach, in und aus einer bestimmten Gemeinde, einem Lande, einem Staate zeigen und damit unmittelbar verbunden sind (HERMANN VON SCHULLERN ZU SCHRATTENHOFEN, 1911).

Im engsten Sinne ist als *Fremdenverkehr* der Verkehr der Personen zu begreifen, die sich vorübergehend von ihrem Dauerwohnsitz entfernen, um zur Befriedigung von Lebens- und Kulturbedürfnissen oder persönlichen Wünschen verschiedenster Art anderwärts, lediglich als Verbraucher von Wirtschafts- und Kulturgütern zu verweilen (MORGENROTH, 1927).

Fremdenverkehr ist die Summe der Beziehungen zwischen einem am Orte seines Aufenthaltes nur vorübergehend befindlichen Menschen und diesem Ort (GLÜCKSMANN, 1935).



*Fremdenverkehr* ist somit der Inbegriff der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus dem Aufenthalt Ortsfremder ergeben, sofern durch den Aufenthalt keine Niederlassung zur Ausübung einer dauernden oder zeitweilig hauptsächlich Erwerbstätigkeit begründet wird (AIST, 1954).

*Fremdenverkehr* umfasst den nationalen und internationalen Reiseverkehr, d.h. Verkehr von Reisenden (oder Touristen) zwischen Heimatort und Reiseziel, den vorübergehenden Aufenthalt (Orts-)Fremder am Ziel oder Fremdenverkehrsort sowie die Organisation der Reisevorbereitung am Heimatort (FREYER, 1995).

Die heutige Tourismuswissenschaft untersucht Faktoren, wie Zahl der Reisen, Reisedauer, Reisezeit, Reiseintensität, Reiseausgaben, Transportmittel, Reiseart, Reiseorganisation, Unterkunft und Reiseziele, durch die sich ein Gesamtbild erstellen lässt. Dabei stellt die natürliche Umgebung eines Raumes den wichtigsten Produktionsfaktor des Tourismus dar (WÖHLER, 1999, S.1). Reiseveranstalter und –Anbieter werben nahezu ausschließlich mit den Attributen einer heilen Umwelt und einer Idylle, die den Reisenden anlocken soll. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um eine „beeindruckende Bergwelt“ oder ein Hotel „mit Meerblick“ handelt. Diese Form der Produktwerbung spiegelt sich auch in den Reiseprospekten aber auch in den meisten Reiseführern wieder (BTE, 1995).

Erst seit in den letzten Jahren ein umweltbewussteres Denken einsetzte, bekamen so genannte ökologisch wertvolle Angebote mit einem deutlich höheren Preis auch mehr Zulauf. Der Urlauber, der etwas auf sich hält, verreist seitdem mit dem neuen Bewusstsein, etwas für die Umwelt tun zu wollen. Ob dies allerdings wirklich in jedem Fall gegeben ist, müsste von Fall zu Fall untersucht werden, denn wie in jeder anderen Branche gibt es auch hier „schwarze Schafe“, die das Ökosiegel für eine Gewinnmaximierung missbrauchen. Im Idealfall aber fließen große Teile der Reisekosten in tatsächliche Umweltprojekte und Naturschutzmaßnahmen in der Region.

Die Begriffe „Freizeit- und Fremdenverkehrsgeografie“, „Geographie der Freizeit und des Tourismus“ und „Geographie der Erholung und des Tourismus“ werden im allgemeinen Sprachgebrauch nur selten benutzt, während das Wort „Tourismus“ sowohl national, als auch international gebräuchlich ist. Das Standardwerk von FREYER (1995) „Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie“, wie auch „Einführung in den Tourismus“ von MUNDT (1998) und „Tourismus – Einführung in das

räumlichzeitliche System“ von STEINBACH (2003) sind als die wichtigsten Forschungsgrundlagen der Tourismuswissenschaft anzusehen.

Der Begriff des „sanften Tourismus“, der seit nahezu zwanzig Jahren zum fremdenverkehrspolitischen Programm gehört, ist heute zum strategischen Erfolgsfaktor eines ganzen Wirtschaftszweiges geworden. Einhergehend mit dem Begriff der Nachhaltigkeit hat der Tourismus eine deutliche Wandlung vollzogen. Das allgemeine Empfinden von Touristen für Umweltschutz und Umweltprobleme wurde durch medial hochstilisierte „hausgemachte“ Umweltkatastrophen dahingehend beeinflusst, dass Touristen umweltsensibler geworden sind. Oftmals stehen jedoch Problemerkennung bzw. Einsicht und Absichtserklärungen einem nicht unerheblichen Handlungsdefizit gegenüber. Nach wie vor ist ein ungebrochener Boom des Tourismus erkennbar, auch und gerade weil in manchen Gegenden die Gefahr von Schließungen oder natürlicher Verfall, beispielsweise von Naturdenkmälern, eine Art „Torschlusspanik“ auslösen. Oftmals wird auch damit geworben, gewisse Naturwunder noch schnell zu erleben, bevor diese nicht mehr existent sind. Dass aber gerade derartige Massenbesuche von Touristen, gerade in sehr fragilen Naturräumen erheblich mehr Schäden verursachen können und ein Verfall bis hin zum Totalverlust nur beschleunigt wird, ist beim alltäglichen Streben nach Gewinnmaximierung oftmals zweitrangig. Für die Zukunft muss daher gelten, dass nur eine vernetzte Sichtweise und ein frühzeitiges Erkennen und Steuern angestrebt werden müssen, wenn man dem Prinzip der Nachhaltigkeit folgen will. Dieses Prinzip beschreibt eine, in die Zukunft weisende bzw. fortwirkende und auf eigenen Erfahrungen gegründete Handlungsweise. Leider wird oftmals viel zu spät erkannt, dass man sich durch eine übermäßig starke Ausbeutung von Naturressourcen über kurz oder lang die eigene Existenzgrundlage nimmt (RUPPERT, K. & MAIER, J., 1970).

Wie nachhaltig ein Reisender denkt, zeigte sich erst vor wenigen Wochen, als Süd-asien von einer der schwersten Naturkatastrophen aller Zeiten heimgesucht wurde. Nach dem verheerenden Tsunami waren die Aufräumarbeiten kaum im Gange, als erste Touristen sich schon wieder an den betroffenen Stränden einfanden. Selbst derartige Unglücke lösen nur kurzfristiges Bedauern aus, langfristig wird aber auch eine „Trauminsel“ wie Pukhet in Thailand wieder zu den Top-Zielen gehören. Man kann also kaum darauf setzen, dass man durch Demonstration von Schäden in den Medien oder vor Ort den Menschen von seinen Gewohnheiten abhalten kann. Hier sind die Gesetzgeber gefordert, den Tourismus in geordnete Bahnen zu lenken.

Gerade in Skandinavien ist das so oft zitierte Jedermannsrecht ein Privileg, das den Touristen sehr viel Mündigkeit abfordert. Wird es aber, wie in der Vergangenheit so häufig geschehen, missachtet, so muss der Gesetzgeber darüber entscheiden, ob derartige Regelungen nicht veraltet sind. Bei den Einheimischen in Norwegen zeigte sich, dass diese Regelung bisher ausgezeichnet funktionierte, sich aber die ausländischen Touristen nicht daran halten. Viel zu oft sehen sich die Menschen als Besucher in einem fremden Land nicht an solche Vereinbarungen gebunden und legen Gesetze gerne auch nach den eigenen Vorstellungen und Bedürfnissen aus.

Abb. 6: Wildes Campieren im Fjellgebiet



Foto: O. Schwenn

Generell ist eine Abgrenzung der verschiedenen Tourismusformen schwierig, da jeweils unterschiedliche Aspekte in unterschiedlichen Ausprägungen beschrieben werden. Meistens überschneiden sich die Begriffe in sehr vielfältiger Weise oder stellen sogar Ober- bzw. Unterbegriffe voneinander dar. So können sich zum Beispiel einige Tourismusvarianten auf die Beschaffenheit ihrer Zielgebiete beziehen, wie etwa bei den Formen „Jungle Tourism“, Natural Areas Travel oder Wilderness Tourism. Andere hingegen beziehen sich eher auf die Art der Auswirkung wie etwa bei den Varian-

ten Appropriate Tourism, Low-Impact Tourism, Responsible Tourism oder Sustainable Tourism. Die Ausprägungen Adventure Travel, Ethnic Tourism, Safari Tourism und Special Interest Tourism lassen einen Rückschluss auf die eigentliche Intention der jeweiligen Aktivität schließen.

In der Fachliteratur werden die Begriffe „nature tourism“ und „adventure travel“ häufig als Synonym oder sogar als Abgrenzung zum eigentlichen Ökotourismus verwendet (Boo, 1990). Dabei wird der Begriff „nature tourism“ Bezeichnung für eine Reiseform in naturnahe Gebiete verwendet. Die Verträglichkeitskriterien für den Ökotourismus müssen jedoch nicht zwingend erfüllt werden. Boo spricht auch vom Schutzgebiet-Tourismus, dem „tourism to protected areas“. Somit gibt es aber keine klare Abgrenzung zur Definition des Ökotourismus, sondern vielmehr einen fließenden Übergang, zumal es sich in den meisten Fällen sogar um dieselben Zielgebiete und häufig auch um die gleichen Aktivitäten handelt. Der einzige Unterschied besteht darin, dass in der Definition des Ökotourismus von sorgfältig geplanten Reisen gesprochen wird, die minimale ökologische und möglichst positive wirtschaftliche Auswirkungen auf bestimmte Gebiete haben sollen.

### 2.2.2 Definition von Urlaubern und Reisenden

Vielfach werden die Begriffe Urlauber, Reisender und Tourist synonym verwendet und so gibt es in der Alltagssprache kaum Unterschiede. Bei genauerer Betrachtung sind diese jedoch zu erkennen und sollen im Folgenden dargestellt werden.

Der Begriff Urlaub kommt ursprünglich aus dem althochdeutschen „Urloup“ und stellte eine Erlaubnis zum Wegziehen dar, die ein Ritter von einem Höherstehenden oder einer Dame erhielt. In Meyers Lexikon definiert man den Begriff als einen von Berufspflichten freien, der Erholung dienenden Zeitraum, insbesondere die dem Arbeitnehmer bei Fortzahlung des Arbeitsentgelts zu gewährende Arbeitsbefreiung. Rechtlich geregelt ist der Urlaub im Mindesturlaubsgesetz für Arbeitnehmer (Bundesurlaubsgesetz BUrlG vom 08.01.1963) sowie in zahlreichen Sondervorschriften vor allem in Tarifverträgen. (DIGEL & KWIATKOWSKI, 1987).

Auch heute stellt der Begriff Urlaub eine Erlaubnis dar, die dem Arbeitnehmer erteilt wird und ihm ermöglicht, für einen gewissen Zeitraum der Arbeit fernzubleiben. Der Begriff Urlaub bedeutet damit in erster Linie, dass der Urlauber seinen Dienstaufga-

ben zeitweise nicht nachzukommen braucht, jedoch nicht, dass er in diesem Zeitraum wegfährt und eine „Urlaubsreise“ durchführt. In dem Fall einer Urlaubsreise ist der Begriff Reisender oder der international übliche Begriff „Tourist“ die treffendste Bezeichnung.

Der „international am häufigsten auftretende Ausdruck für Reisende ist Tourist; er hat inzwischen etwas Negatives, etwas von einem Schimpfwort“ (FREYER, 1995). Der alte Begriff „Gast“ hat überwiegend einen Wandel zum Begriff „Tourist“ erfahren. Das verdeutlichen auch die Umwandlungen von dem „Haus des Gastes“ zur „Touristeninformation“ und aus den Gasthäusern wurden Pensionen oder Hotels. Der Begriff Reisender wird jedoch entsprechend dem Anlass der Reise in Geschäftsreisender und Urlaubsreisender klassifiziert. Die Geschäftsreisen werden von einem wesentlich kleineren Teil der Bevölkerung durchgeführt. Hierbei nimmt der Geschäftsreisende während seiner Geschäfts- bzw. Dienstreise seine Dienstaufgaben wahr.

In der vorliegenden Arbeit beziehen sich die Bezeichnungen Reisender, Urlauber oder Besucher auf den deutschen „Gast“ in Norwegen, der sich nicht aus dienstlichen oder geschäftlichen Gründen in Norwegen aufhält. Der Reisende, der seine Dienstaufgaben in Norwegen wahrnimmt, wird in dieser Arbeit als Geschäftsreisender bezeichnet.

### 2.2.3 Urlaubertypologien

Die Vielfältigkeit des Tourismus wird unter anderem durch verschiedene Variablen, wie zum Beispiel unterschiedliche Destinationen, Reiseformen, Reisezeiten und unterschiedliche Urlaubertypen, bestimmt. Kein Reisender ist wie der andere, jedoch gibt es bestimmte Eigenschaften, die miteinander vergleichbar sind, sodass man unter Berücksichtigung der identischen Merkmale die Urlauber einem bestimmten Typus zuordnen kann.

SCHRAND (1993) definiert Urlaubertypologie und Urlaubertyp folgendermaßen: „Eine Urlaubertypologie teilt eine heterogene Urlauberpopulation nach spezifischen Kriterien der psychosozialen Differenzierung in verschiedene, relativ in sich homogene Gruppen von Urlaubern ein. Ein Urlaubertyp ist innerhalb einer Urlaubertypologie ein empirisch gewonnenes idealtypisches Konstrukt einer Anzahl von Urlaubern mit ähnlichen Reisemotiven, Urlaubsverhaltensweisen und Urlaubsformen. Dabei besteht eine Urlaubertypologie in der Regel aus vier bis sechs Urlaubertypen.“

Bei dieser Typisierung mit einer zweckbestimmten Merkmalsreduktion werden Kriterien beachtet, die nach BENTHIEN (1997, S.98) die folgenden Aspekte berücksichtigen. Von diesen muss verlangt werden, dass sie:

1. *lokalisierbar sind*, falls es sich um geographische Typen handelt, die ausgesondert werden sollen, bei denen man eine bestimmte Lage im geographischen Raum voraussetzen kann;
2. *für den beabsichtigten Zweck wesentlich sind*, soll das Material doch zweckentsprechend aufbereitet und die betrachtete Menge von Objekten sinnvoll ausgesondert werden;
3. *innerhalb der zu betrachtenden Menge vergleichbar sind*, da nur bei vorhandenen vergleichbaren Eigenschaften deren Ausprägung bewertet werden kann;
4. *generalisierbar sind*, was den Aufbau von Typenreihen überhaupt erst ermöglicht.

Bei der Entwicklung einer Typologisierung wurde bei den eindimensionalen Modellen auf ein Kriterium zurückgegriffen, z. B. auf die soziodemographischen Eigenschaften der Reisenden. Die mehrdimensionalen Modelle beschreiben überwiegend die Lebensstiltypen und berücksichtigen u. a. psychologische und verhaltensorientierte Kriterien. An dieser Stelle soll aber auch darauf hingewiesen werden, dass sich die Reisenden mit ihren Eigenschaften und ihrem Verhalten nicht ausschließlich einem Modell zuordnen lassen, und so kann es auch Überschneidungen geben. Bei der Konstruktion von Urlaubertypologien greift man auf zwei verschiedene Verfahrensweisen zurück. Zunächst kann man durch mathematisch-statistische Methoden, die überwiegend Techniken der quantitativen Sozialforschung sind, aus Datensätzen einer Urlauberbefragung Gruppen bilden (ATTESLANDER, P., 1975).

Übliche Methoden sind hierbei Faktorenanalyse, Clusteranalyse und Längsschnittanalyse. Eine weitere Verfahrensweise bei der Urlaubertypisierung ist der Einsatz der Methoden der qualitativen Sozialforschung, z. B. durch teilnehmende Beobachtung, qualitative, narrative Interviews.

Im Folgenden werden zwei unterschiedliche Typisierungen vorgestellt. Das erste Modell von FINGERHUT (1973) ist eine eindimensionale Typenbildung und basiert

auf dem aktionsräumlichen Verhalten. Typisiert wird mit Hilfe von Motivpaaren und spezifischen Verhaltensweisen (vgl. BENTHIE, 1997, S.99). Das zweite Modell stammt von HAHN (1973) und ist eine „klassische Typologie“, die persönlichkeitspsychologische Faktoren berücksichtigt.

Tab. 1: Erholertypen nach Motiven und Verhaltensweisen nach FINGERHUT

Typ	Motive (Wünsche, Erwartungen)	Aktivitäten
<b>Wandertyp</b>	Traditionsgeleitet, Suche nach Harmonie, Aufsuchen der Restflächen der „noch heilen Welt“, Distanz zum Alltag sowie zu anderen Erholungstypen, Wunsch nach „Naturnähe“	Wandern, spazieren, sich bewegen, Natur beobachten, Ausschau halten, sammeln (Früchte, Pilze, Pflanzen), rasten, Aussicht genießen, Skiwandern
<b>Freiraumtyp</b>	Suche nach Freiheit, Ungestört sein, Naturerlebnis, bewusstes Antinormverhalten, Erproben von neuen Rollen und Reizen, Selbstbestimmung, Distanz zum Alltag, Spontaneität	Wild lagern, Campieren, Picknicken, Feuer machen, Klettern, Bergsteigen, Herumtollen, Gelände- und Jagdspiele, wild baden, nackt baden, Fischen, Sonnenbaden
<b>Landschaftstyp</b>	Suche nach Harmonie und Kontakten, Gruppenerlebnis, starkes Regelverhalten, soziale Kontrolle, Suche nach „Heim im Grünen“	Lagern, Picknicken, Campieren, Zelten, Caravanning, Spielen (Rasen- und Ballspiel), ruhen, sitzen, ausspannen, Sonnenbaden, Reviere bilden, Reviere ausgestalten (Camping und Wochenendhaus), Baden (an frei zugänglichen Ufern), Skilanglauf, Skiwandern, Schlitten fahren
<b>Rundfahrertyp</b>	Traditionsgeleitet, Prestige- und Bildungsgewinn durch Reisen, räumliche Dynamik, Suche nach der Ferne, Entdeckungen, „Sehenswürdigkeiten“	Auto fahren, Autowandern, Rad fahren, Besichtigungen, Einkehren, Promenieren, Spazieren gehen, Rundwandern
<b>Promeniertyp</b>	Suche nach Kontakten, „Sehen und Gesehen werden“, Suche nach Massenerlebnis, keine Strapazen	Promenieren, Flanieren, Einkehren, Zuschauen, Leute beobachten, gesehen werden, Ausruhen, Sitzen
<b>Sporttyp</b>	Trainieren, anpassen, Zurschaustellen des eigenen Leistungsvermögens, sportliche Aktivitäten als Erlebnis und Körperertüchtigung, aktive Zerstreuung, Fitness, Erhaltung der körperlichen Leistungsfähigkeit	Leichtathletik treiben, trainieren, Ballspiel (Tennis, Beach-Volleyball usw.), Schwimmen, Wasserski fahren, Segeln, Surfen, Kanuwandern, Rudern, Boot fahren, Golf spielen, Reiten, Schießen, Wintersport treiben (Skifahren, Skilanglauf, Eislauf, Hockey, Curling,)
<b>Bildungstyp</b>	Suche nach kreativem und selbstbestimmtem Verhalten, Erprobung von neuen Rollen und Reizen, Prestigegewinn	Sich weiterbilden (diskutieren, lesen), Besichtigen, Veranstaltungen und Anlässe besuchen, Einkehren

(nach Fingerhut, 1973; durch aktuelle Beispiele ergänzt)

Das Modell von FINGERHUT (1973) ist eine eindimensionale Typenbildung und berücksichtigt das Verhalten des Touristen innerhalb seines jeweiligen Aktionsraums.

Er unterscheidet zwischen sieben verschiedenen Erholertypen, denen Eigenschaften unter Berücksichtigung der Motive und der Aktivitäten zugeordnet werden.

Der Systematisierungsversuch von HAHN (1973) gilt als „klassische Typologie“.

Grundlage dieser eindimensionalen Typisierung sind die psychologischen Merkmale des Reisenden.

Er kategorisiert die Reisenden in fünf Gruppen, die er als A-, B-, F-, S- und W-Typen bezeichnet. Innerhalb dieser Typen unterscheidet HAHN nach besonderen Kennzeichen und Eigenschaften. Diese Kennzeichen basieren überwiegend auf den Aktivitäten, Motiven (Erwartungen und Einstellungen) und Interessen der Urlauber.

Seit der letzten Jahrtausendwende hat der Mensch seine Umwelt irreversibler und dauerhafter verändert, als seit seinem Erscheinen vor zwei Millionen Jahren. Wesentlich kürzer ist der Zeitraum bemessen, in welchem die kritische Perzeption dieser Veränderungen zum Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzung und öffentlicher Diskussion wurde.

Spätestens seit der Veröffentlichung des Berichtes der *World Commission on Environment and Development (1987)* und der nachfolgenden Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro ist in diesem Zusammenhang ein neues „Entwicklungsparadigma“ in den Mittelpunkt der öffentlichen und wissenschaftlichen Diskussion gerückt – die „**Nachhaltige Entwicklung**“ oder „sustainable development“. (BECKER, 1999)

Als Handlungsprinzip von internationaler Bedeutung beinhaltet es den Anspruch, „...die Bedürfnisse einer wachsenden Zahl von Menschen heute und in Zukunft befriedigen zu können und gleichzeitig eine auf Dauer für alle unter menschenwürdigen, sicheren Verhältnissen bewohnbare Erde zu erhalten. Darin sind vielfältige ökonomische, ökologische, demographische, soziale, politische und kulturelle Problemdimensionen enthalten, die ein globales, regionales, lokales und zugleich in die Zukunft gerichtetes Handeln erfordern“ (Deutscher Bundestag 1998).

In der heutigen Zeit gewinnt der Jahresurlaub immer mehr an Bedeutung. Während sich in den 50er und 60er Jahren unsere Gesellschaft durch lange Arbeitszeiten und nur wenigen Urlaubstagen auszeichnete, reisen heute immer mehr Menschen im Sommer ins Ausland. Dieser Trend schwächt sich nach neusten Erkenntnissen auch durch zunehmende Terrorangst und Rezession kaum ab.



Während um 1910 nur ca. 5 Urlaubstage im Jahr zur Verfügung standen, sind es um 1950 bereits 12 Tage und 1990 sogar 32 Tage, die der durchschnittliche Arbeitnehmer für Urlaubsaktivitäten nutzen kann (MUNDT, J.W. 2001). Ein deutlicher Wandel in Bezug auf die Auswahl der Reiseziele ist besonders in den letzten zehn Jahren zu beobachten. Nicht mehr der kostengünstige Pauschalurlaub im „Club Med“ oder der Kurztrip zum „Ballermann“ sind heute die gefragten Reisen sondern eher der anspruchsvolle, teurere Urlaub, der ökologisch verträglicher ist bzw. sein soll. Aus diesen Erkenntnissen heraus haben sich zahlreiche Reiseanbieter in irgendeiner Form das Prädikat „ÖKO“ zu Nutzen gemacht und bewerben damit finanziell potente Urlaubswillige.

Ein zweiter Trend ist allerdings auch nicht zu unterschätzen. Die so genannten Billigflieger wie German Wings oder Ryan Air bieten mit unschlagbar günstigen Flugpreisen mittlerweile Reisen zu den unterschiedlichsten Zielorten in Europa oder sogar weltweit an. Viele, die diese Form des Low Budget Reisens gewählt haben, kommen allerdings wieder zur klassischen Variante zurück, da der organisatorische Aufwand, sich von den oft weit abseits gelegenen Flughäfen in das jeweilige Zentrum einer Stadt zu bewegen vielen Reisenden zu aufwendig ist. Auch die beim Flug gesparten Kosten werden durch die Benutzung von so genannten Shuttlebussen deutlich erhöht.

Betrachtet man aber das Reiseverhalten innerhalb Deutschlands, so zeigt sich, dass gerade Personen zwischen 20 und 35 Jahren, die noch kinderlos sind, auf die eben genannte Variante des Reisens zurückgreifen. Dabei sind so genannte Abenteuer- oder Eventreisen besonders gefragt. Dabei sind die Reiseziele meist landschaftlich reizvolle Gebiete mit abwechslungsreichen Naturressourcen.

Noch in den 60er Jahren galt das Fernreisen als eine Art internationaler Entwicklungsmotor und sanfte Form einer wirtschaftlichen Entwicklungshilfe. 1967 wurde daraufhin sogar zum Jahr des Ferntourismus erklärt. Ökologische Folgen wurden im Vergleich zu anderen Industriezweigen als gering eingestuft und so boomte dieser Wirtschaftszweig über mehrere Jahrzehnte (BACKES, M. 2003).

Erst in den 90er Jahren, als man sich zum Klimagipfel in Rio traf, wurden die globalen Folgen wie Klimaerwärmung und Ressourcen-Verknappung auch mit dieser Form des Reisens in Verbindung gebracht. Fast 40 Jahre nach dem Jahr des Ferntourismus wurde 2002 das Jahr des Ökotourismus ausgerufen.

Auch die vom Tourismus lebende Industrie hat sich mittlerweile umorientiert und versucht bereits vorhandene Ziele mit der entsprechenden Infrastruktur umzufunktionieren. Man hat erkannt, dass die Menschen nicht mehr nur in die Ferne und Fremde wollen, sondern oftmals auch die in der Nähe liegenden Ziele aufsuchen wollen.

Mit der Einführung von ökologischen Gütesiegeln wird seitdem von einigen Reiseanbietern ein gewisses Wertebewusstsein geweckt. Viele Urlauber sind bereit mehr Geld für höhere Qualität auszugeben – wohl wissend, eine Reise gebucht zu haben, die nicht jeder macht.

Mittlerweile wird der Ökotourismus als Instrument zur Armutsbekämpfung und Naturschutzfinanzierung in Entwicklungsländern bezeichnet, was jedoch mit einer gewissen Skepsis beobachtet werden muss.

Die gegenwärtige hohe ökonomische Bedeutung des Tourismus ist unumstritten. Im vergangenen Jahrhundert hat der Fremdenverkehr einen tief greifenden Wandel mitgemacht und sich zu einem weltweit boomenden Wirtschaftszweig entwickelt, dessen globale Bedeutung nicht unterschätzt werden sollte, wenn auch die Ereignisse des 11. September 2001 sowie der tief greifende weltweite Konjunkturrückgang die Urlauberzahlen sinken lassen.

Der deutsche Freizeitforscher Horst W. OPASCHOWSKI (1997, S.213) erklärt hierzu: „Dem Erlebnismarkt Tourismus gehört die Zukunft“ und der Boom wird sich auch langfristig fortsetzen.

Eine 1999 durchgeführte GfK-Studie zeigte, dass für 46,6% der Menschen in Deutschland in der Freizeit das Reisen den höchsten Stellenwert hat. Während der wirtschaftliche Stellenwert des Tourismus sehr hoch ist, die Zahl der Reisen in den letzten Jahrzehnten stetig zunahm, immer mehr touristische Produkte angeboten werden und zahlreiche Tourismusmessen über die Reisemöglichkeiten informieren, scheint die wissenschaftliche Aufarbeitung des Themas nicht den Anforderungen gerecht zu werden.

SOMBERT und TOKARSKI (1996, S.149) erklären hierzu:

„Die Form und der Stand der Freizeitforschung sind entsprechend heterogen ausgeprägt. Insgesamt bleibt die Entwicklung der Freizeitwissenschaft gegenüber der Entwicklung in der Freizeitpraxis zurück, ein großer Nachholbedarf für die Freizeitwis-

senschaft, Freizeitforschung, Freizeittheorie – wie auch immer – ist offensichtlich. Dies hat insbesondere seinen Grund in der Schwierigkeit, den Untersuchungsgegenstand eindeutig und präzise zu bestimmen. So sind z. B. im deutschsprachigen Raum unterschiedliche Begriffe aufeinander abzustimmen wie z. B. Freizeit, freie Zeit, Muße, Erholung, Unterhaltung, Bildung, Sport, Kultur, Medien, Tourismus u.v.a.“ Die Aussagen der beiden Wissenschaftler verdeutlichen die Problematik, die sich aus den Schwierigkeiten einer exakten Begriffsbestimmung ergeben.

#### 2.2.4 Nachhaltiger Tourismus

Betrachtet man den Tourismus in seiner gesamten Vielfalt, muss man auch die negativen Seiten mit den Positiven gegenüberstellen. Um hier ein Gleichgewicht zu erzielen, versucht man gewisse Nutzungsregeln für den Natur- bzw. Kulturraum aufzustellen. Diese unterliegen der Naturgerechtigkeit und fordern folgende Punkte:

- Die Nutzungsrate sich erneuernder Ressourcen darf deren Regenerationsrate nicht überschreiten.
- Die Nutzungsrate sich erschöpfender Rohstoffe darf die Aufbaurrate sich regenerierender Rohstoffe nicht überschreiten.
- Die Rate der Schadstoffemissionen darf die Schadstoffabsorption der Umwelt nicht überschreiten.

(MEADOWS; MEADOWS; RANDERS 1992 S. 251)

Will man erreichen, dass der Tourismus existenzfähig bleibt und zeitgleich die Umwelt geschützt werden soll, sind diese drei Punkte die ethischen Grundsätze für jegliches touristische Handeln.

Nur nachhaltige Entwicklungsstrategien ermöglichen auch langfristig Wachstum im qualitativen Sinne. Dass der klassische Massentourismus nur zeitlich begrenzt überlebensfähig sein kann, zeigen schon diverse Beispiele an völlig überlaufenen Inselstränden, die nach Jahren der übermäßigen Frequentierung derart in Mitleidenschaft gezogen waren, dass auch die großen Touristenströme irgendwann ausblieben. Wer will schon an Stränden Urlaub machen, die umgeben von Abfall und Zivilisationsspuren „ungenießbar“ geworden sind.

Für den sanften Tourismus gilt es daher, Nischenstrategien zu entwickeln. Gerade für kleinere Tourismusunternehmen des Mittelstandes bildet sich hier eine Marktlücke, die er im Konkurrenzkampf zu Großanbietern kaum verlieren kann. Sein Trumpf ist die geringe Kapazität und die Chance auf Individualität. So lässt sich schnell ein den jeweiligen Ansprüchen angepasstes Programm entwickeln. Während für die großen Reiseanbieter nur die Masse zählen kann - denn nur so lässt sich auch ein Preis niedrig halten - hat der mittelständische Betrieb die Gelegenheit, einen ausgewählten Kundenkreis anzusprechen, zu pflegen und so zu betreuen, dass der Gast auch eine entsprechende Wertschätzung erfährt. Diese Kunden werden dann den doch oft wesentlich höheren Wert ihrer Reise einordnen können.

Mittlerweile arbeiten diverse kleinere Unternehmen auf dieser Schiene und schaffen es, sich völlig dem Konkurrenzdruck zu entziehen. Gerade im Bereich des Trekking-, Naturerlebnis- oder Kulturreisens sind solche Nischen zu finden.

Nur wenn jedoch auch die Zielsetzung eines Unternehmens klar abgegrenzt und der sanfte Tourismus organisatorisch umgesetzt wird, kann auch mit einer Art Gütesiegel geworben werden. Der sanfte Tourismus muss dann bereits im Kleinen, etwa beim Druck von Katalogen auf umweltschonendem Papier oder Ähnlichem, umgesetzt werden. Dabei stellen die Produktpolitik und das Produktmarketing die entscheidenden Parameter dar (HAEDRICH, G., 1998). Der Reisende achtet gerade bei der Buchung von ökologisch „vertretbaren“ Reisen auf die unterschiedlichsten Punkte wie zum Beispiel:

- Beschäftigung von Einheimischen
- Landestypischer Baustil
- Wurden Landschaften zerstört?
- Umweltschonende Kläranlagen
- Vermeidung von Müll

Leider sind es nur zu oft auch die Reisenden, die durch Unkenntnis von fremden Ländern, Gebräuchen und Sitten größere Zerstörungen herbeiführen. Auch hier hat der Veranstalter die Möglichkeit, wenn nicht sogar die Pflicht, durch entsprechende Aufklärungen im Vorfeld steuernd einzugreifen.

Eine tragbare Tourismusedwicklung, welche sich auch an den zukünftigen Generationen ausrichtet, muss die sozioökonomischen Sphären integrieren. Dies bezieht sich

jedoch nicht nur auf die Touristen an sich, sondern auch auf das Zusammenspiel mit den wirtschaftenden Unternehmen innerhalb dieser Branche. Der Tourismus trägt zweifelsohne zur psychischen Gesundheit der Menschen bei und ist gerade für die Bewohner von urbanen Räumen von ausgesprochen großer Bedeutung. Das Ziel der Nachhaltigkeit muss daher sein, dass die Möglichkeit, sich touristisch zu erholen auch den nachfolgenden Generationen erhalten wird. In den heutigen Planungen müssen daher auch Verantwortungszeiträume die bis über die uns nachfolgende Generation hinausreichen berücksichtigt werden.

Der Rückbezug einer nachhaltigen bzw. zukunftsfähigen Tourismusedwicklung auf die Lebensqualität, unter der Berücksichtigung der Mitwirkung der Menschen (öffentliche Partizipation), vermeidet die Gefahr, dass sich Nachhaltigkeit lediglich an der intergenerationalen Gerechtigkeit (= Zukunftsfähigkeit) orientiert und dabei außer Betracht lässt, dass auch eine soziale Gerechtigkeit einzulösen ist (BUND/MISEREOR 1996, S. 267 ff.).

Folgende Faktoren bestimmen die nachhaltige Tourismusedwicklung:

- *Zukunftsfähigkeit*, auch bekannt als intergenerationale Gerechtigkeit: Hier wird sichergestellt, dass die Erfüllung der Bedürfnisse zukünftiger Generationen nicht durch heutige Aktivitäten beeinträchtigt oder sogar gefährdet wird. Es muss ein Mindestmaß an erlebenswerter Umwelt, d. h. an natürlichen Ressourcen, erhalten bleiben.
- *Soziale Gerechtigkeit* oder genauer: intragenerationale Gerechtigkeit. Sie beinhaltet, dass die heutigen Generationen, insbesondere im Weltmaßstab, einen gerechten Zugang zur Umwelt und den natürlichen Ressourcen haben sollen und dass die Nachteile, die mit menschlichen Aktivitäten verbunden sind (z.B. Umweltverschmutzung), gerechter verteilt sind.
- Der *Schutz der Umwelt* beinhaltet den Schutz der Ökosysteme. Die Menschen profitieren nicht nur davon und sind von ihr abhängig, sondern sie erleben auch, dass die Natur jenseits aller Funktionen einen eigenen Wert darstellt.
- Die *öffentliche Partizipation* geht davon aus, dass die Menschen die Möglichkeit haben sollten, an den Entscheidungen, die für sie und für eine nachhaltige Entwicklung von Bedeutung sind, mitzuwirken (INSTITUT FÜR ENERGIE- UND UMWELTFORSCHUNG 1997a, S.17).

Diese Prinzipien lassen sich mit den Komponenten der Lebensqualität verknüpfen und zu Handlungszielen formulieren. Meist werden sie in einem aufwendigen und langwierigen Aushandlungsprozess als so genannte Indikatoren für eine nachhaltige Entwicklung ausgewählt.

Tab. 2: Handlungsziele für eine nachhaltige Entwicklung

Prinzipien der Nachhaltigkeit	Wichtige Anwendungsbereiche					
	Natürliche Ressourcen, Güter, Dienstleistungen	Physische Umwelt	Gesundheit	Persönliche Entwicklung	Gemeinschaftliche Entwicklung	Sicherheit
<b>Zukunftsfähigkeit (intergenerationale Gerechtigkeit)</b>	(Verstärkte) Nutzung erneuerbarer natürlicher Ressourcen innerhalb ihrer Regenerationsfähigkeit  Verringerung des Verbrauchs sowie Ersatz erschöpflicher natürlicher Ressourcen	Gewährleistung des Erlebens von Umwelt und Natur für zukünftige Generationen, z.B. durch Landschaftschutz, Erhalt von Grün- und Freiflächen	Vermeidung der Emissionen und der Verwendung persistenter und kanzerogener oder mutagener Stoffe  Verminderung technischer Großrisiken	Verbesserung der Ausbildung zukünftiger Generationen	Schaffung langfristig nutzbarer Infrastrukturen	
<b>Soziale Gerechtigkeit (Intergenerationale Gerechtigkeit)</b>	Zugang der verschiedenen sozialen Gruppen zu Gütern und Dienstleistungen  Berücksichtigung der Auswirkungen des hiesigen Verbrauchs von Ressourcen, Gütern und Dienstleistungen in anderen Ländern, z.B. im Rahmen des Nord-Süd-Problems	Keine sozialen Unterschiede im Zugang zur Umwelt und Natur bzw. in den Belastungen (Lärm, Luftverschmutzung usw.)	Verringerung sozialer Unterschiede im Gesundheitszustand und in der Gesundheitsvorsorge	Zugang der verschiedenen sozialen Gruppen zu Einrichtungen der (Aus-) Bildung, kreativen Entfaltung und Erholung	Integration sozialer und ethnischer Gruppen in den Partizipationsprozess  Projekte oder Vereinbarungen mit anderen Ländern, z.B. im Rahmen des Nord-Süd-Problems	Gewährleistung eines Mindestmaßes an wirtschaftlicher Sicherheit  Gewährleistung ausreichenden Wohnraumes (Obdach)  Schutz vor Kriminalität
<b>Umweltschutz</b>	Verringerung des Verbrauchs natürlicher Ressourcen, Güter und Dienstleistungen, so dass ökologische Belastungsgrenzen unterschritten werden	Unterschreitung ökologischer Belastungsgrenzen (Luft-, Wasser-, Bodenverschmutzung)	Unterschreitung human-toxischer Belastungsgrenzen in den Umweltmedien	Schaffung eines umweltbewussten Umgangs mit der Natur	Förderung gemeinsamer Umweltaktivitäten	
<b>Öffentliche Beteiligung</b>	Erfahrungsaustausch mit Gesellschaften anderer Länder, z.B. im Rahmen des Nord-Süd-Problems  Beteiligung der relevanten und ethnischen Gruppen bei der Zielfindung zur nachhaltigen Entwicklung; Information über Wirkungszusammenhänge und Handlungsmotivation zur Eigeninitiative	Einbeziehung der Betroffenen bei der Entscheidung und Durchführung von konkreten Maßnahmen	Einbeziehung der Betroffenen bei der Entscheidung und Durchführung von konkreten Maßnahmen	Anregungen zu Verhaltensänderungen; Stärkung der Selbstverantwortung	Neue (demokratische) Beteiligungsmodelle; Motivation zum Mitmachen in Initiativen, Bürgergruppen usw.	
<b>Ungewissheit</b>	Verbesserung der Datengrundlage; Berücksichtigung der Unsicherheit im Wissen über die Grenzen natürlicher Systeme (Reserven, Belastungsgrenzen usw.), über Reaktionsformen ökologischer Systeme; konservatives Vorgehen im Sinne einer zukünftigen Rückholbarkeit von Entscheidungen					

Quelle: Institut für Energie und Umweltforschung 1997b, S.19)

Folgende Zielsetzungen müssen für ein reibungsloses Funktionieren des Tourismus erreicht werden:

### *Ökologische Ziele*

- Verminderung des Abfallaufkommens
- Schutz und Erhalt von Ökosystemen und Arten
- Nutzung der Ressourcen in dem Maße, wie sie sich regenerieren können und den Erhalt der Tragfähigkeit sichern
- Energieeinsparung, Schaffung von Stoffkreisläufen
- Reduktion von Monokulturen, Förderung der natürlichen Vielfalt
- Niedrige Luftverschmutzung
- Verwendung einheimischer Hölzer
- Förderung des öffentlichen Personen-Nahverkehrs (ÖPNV)

### *Ökonomische Ziele*

- Grundbedürfnisbefriedigung innerhalb einer Gemeinde
- Förderung des regionalen Produktabsatzes
- Einführung von ökologisch verträglichen Produkten und Produktionsverfahren
- Erhalt der Klein- und Mittelbetriebe in der Region
- Förderung von Berufen, die langlebige und reparaturfähige Produkte herstellen
- Förderung elektronischer Dienstleistungen

### *Soziale Ziele*

- Regionalorientierung und regionale Kooperationen sollen Handlungs- und Wirkungskette verdeutlichen
- Dezentrale Entscheidungskompetenzen sollen zu mehr Verantwortung und Erfahrbarkeit des Handelns führen
- Einbeziehung der Bevölkerung in Grundsatzentscheidungen über Entwicklungen der Region
- Beachtung der Kleinräumigkeit von Wirtschaftszusammenhängen
- Schaffung von spezifischen Lösungswegen für die Region
- Chancengleichheit innerhalb inter- und intraregionaler Beziehungen
- Entwicklung sozialer Netzwerke

### *Technologische Ziele*

- Heizungsumstellung/Nutzwärmeangebote
- Einführung von Stromsparleuchten
- Förderung regenerativer Energiequellen
- Einbau von Regelungstechniken
- Förderung von „End of the Pipe – Lösungen“ (schädliche Prozesse sollen von vorne herein nicht ablaufen)
- Recycling/ Altöl-Rücknahme
- Umwelt-Audits (stichprobenartige Qualitätschecks)

Das Dilemma der traditionellen Naturschutzpolitik hat jedoch in den letzten Jahren einem neuen Verständnis von Naturschutz zum Durchbruch verholfen. Noch vor wenigen Jahren wurde generell gefordert, Schutzgebiete in ihrer Gesamtheit einer Nutzung zu entziehen. Heute stellt sich vielmehr die Frage nach einer sinnvollen Verbindung von Naturschutz und nachhaltiger Nutzung. Diese Sichtweise durchdringt immer stärker nationale und internationale Naturschutzstrategien. Angesichts der Schwächen sowohl marktwirtschaftlicher als auch staatlicher Steuerungsinstrumente bei der Umsetzung einer ordnungsorientierten Naturschutzpolitik kommt der Suche nach solchen Substituten eine völlig neue Bedeutung zu, wenn es darum geht, diese ordnungs- und entwicklungsorientierten Ansätze miteinander zu verbinden.

Dabei geht es in erster Linie darum, im Rahmen allgemeiner rechtlicher Schutzvorgaben Marktmechanismen im Zusammenhang mit dem Naturschutz besser zur Geltung zu bringen und den Naturschutz aus dem Status der „Nicht-Nutzung“ zu befreien und ihn in den Status einer attraktiven „Sondernutzung“ zu heben (ELLENBERG 1993).

Naturschutz in seiner modernen Ausprägung toleriert anthropogene Einflüsse, will sie aber minimieren und in manchen Kerngebieten auch eliminieren. Somit kommt indigenen Gruppen als potenzielle Garanten für langfristig wirksamen Naturschutz im Bereich von Schutzgebieten eine besondere Bedeutung zu. Durch eine differenzierte Bewirtschaftung innerhalb von Pufferzonen könnten Schutzgebiete vor negativen anthropogenen Einflüssen bewahrt werden. Zudem könnten stabile Bewirtschaftungsformen in den Randbereichen der Schutzgebiete da-



zu beitragen, dass die Einheimischen aufgrund von ökonomischen Vorteilen zu „Verbündeten“ des Natur- und Landschaftsschutzes werden.

Es kommen jedoch nicht alle Schutzgebiete aufgrund ihrer ökologischen Empfindlichkeit oder der für sie definierten Management-Ziele für eine touristische Nutzung gleichermaßen in Frage. So wäre in so genannten Totalreservaten lediglich eine wissenschaftliche Nutzung zu Forschungszwecken denkbar. Die meisten Schutzgebiete sind jedoch so klassifiziert, dass eine Nutzung für den Tourismus sowie für die Umweltbildung und Erholung, oft sogar mit besonderer Priorität gestattet sind. Die Folge davon ist eine internationale Entwicklungspolitik, die nach Jahren des eher distanzierten Verhältnisses zu allen Themenbereichen des Fremdenverkehrs beginnt, spezifische Formen des Tourismus und dessen Potenziale für den Naturschutz zu erkennen und sich damit auseinander zu setzen. Hierbei geht es in erster Linie darum, einen sozialen und ökologisch vertretbaren Tourismus in einer „sanften“ Form zu erkennen und zu fördern. Viele der in irgend einer Art und Weise naturbezogenen Aktivitäten sind geeignet, in speziellen Gebieten und Regionen nachhaltig und für die Natur unschädlich ausgeübt zu werden. Negative Umweltauswirkungen müssen dabei minimiert, und die ökologische Tragfähigkeit des jeweiligen Gebietes berücksichtigt werden. Gleichzeitig müssen aber auch negative sozio-kulturelle Begleiterscheinungen und kulturelle Erosionsprozesse in den Zielgebieten weitgehend vermieden werden. Ebenso sollte es oberste Priorität sein, dass die zu erwartenden Erträge des Tourismus so weit wie möglich zur Finanzierung der Naturschutzarbeit und zur Einkommensverbesserung der örtlichen Bevölkerung genutzt werden.

Voraussetzung dafür ist jedoch, dass es unabhängig von Ländergrenzen eine Nachfrage nach diesen Formen des Tourismus gibt oder diese für die Zukunft entsteht.

Um die Entwicklungen für die Zukunft sinnvoll zu steuern, sollten so genannte ordnungsorientierte Rahmenvorgaben erlassen werden. Diese können darin bestehen, dass die betroffenen Länder entsprechende politische Vorgaben machen, Qualitätsziele definieren und angepasste Richtlinien und Standards bereitstellen, um die notwendigen Kontrollinstrumente zur Überprüfung der Nachhaltigkeit zu erhalten. Damit kann gewährleistet werden, dass sowohl der Tourismus als auch die Naturschutzziele entsprechend gelenkt werden. Dem Staat bleibt dadurch die Möglichkeit gewahrt, über Landnutzungsplanung und Management-Programme

steuernd einzugreifen und somit nachhaltig zur Erhaltung der natürlichen Ressourcen und auch zur Schaffung einer stabilen Basis des Tourismus beizutragen. Darüber hinaus sind auch die staatlichen Steuerungs- und Verteilungsmechanismen von vorrangiger Bedeutung, mit deren Hilfe die zu erwartenden Wirkungen im Hinblick auf Finanzierung des Naturschutzes und Einkommenssteigerung der lokalen Bevölkerung in der Realität erreicht und abgesichert werden können. Der Tourismus innerhalb von empfindlichen Schutzgebieten bietet wirtschaftliche Potenziale, die als Anreize auf allen Ebenen dienen können.

Auf der staatlichen Ebene geschieht dies durch die Erwirtschaftung von finanziellen Mitteln wie Gebühren und Abgaben zur Finanzierung von naturschutzrelevanten Aufgaben und zur Unterhaltung von Schutzgebieten sowie deren Wertsteigerung. Hierbei müssen also Verteilungsmechanismen entstehen, die zum einen verhindern, dass die durch den Tourismus in Schutzgebieten erwirtschafteten Mittel im allgemeinen Staatshaushalt „versickern“ und zur Deckung von staatlichen Finanzdefiziten verwendet werden, zum anderen müssen sie sicherstellen, dass ein möglichst großer Anteil der erwirtschafteten Mittel wieder in den Naturschutzsektor zurückfließt.

Selbstverständlich birgt diese Thematik ein erhebliches Konfliktpotenzial. Zum einen kann es zu verschärften Resortkonflikten um die knappen Finanzmittel mit ungewissem Ausgang für den Naturschutz kommen, zum anderen widerspricht die „verursacherorientierte“ Nutzenverteilung dem Prinzip der Quersubventionierung über Sektor- und Resortgrenzen hinweg.

Auf der lokalen Ebene können solche Anreize zur Unterstützung des Naturschutzes nur durch eine möglichst breitenwirksame Beteiligung der Bevölkerung an dem ökonomischen Zugewinn durch den Tourismus entstehen. Es muss auch der lokalen Bevölkerung nahe gebracht werden, dass in Schutzgebieten und deren Pufferzonen über direkte und indirekte Wirkungen wirtschaftlich profitiert werden kann.

Zu den direkten Wirkungen zählen dabei zum Beispiel die Schaffung von Arbeitsplätzen oder die touristische Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen wie etwa Beherbergungsangebot oder Transportservice, was lokal erzeugt bzw. bereitgestellt werden kann. Dabei ist der Grad der „regionalen Partizipation“ am Tourismus und den damit zusammenhängenden Entscheidungs- und Entwicklungsprozessen von herausragender Bedeutung. Man muss beispielsweise differenzie-

ren, inwieweit die Bevölkerung über Einzelpersonen, Kooperativen oder andere kollektive Organisations- und Beteiligungsformen selbst Träger der touristischen Entwicklung werden kann oder ob man die touristische Entwicklung vorrangig externen Akteuren überlassen möchte.

Im ersten Fall kommt der Bevölkerung bzw. einzelnen Akteuren in höherem Maße eine Art Initiativfunktion bei der touristischen Entwicklung zu, was bedeutet, dass der Erfolg solcher Maßnahmen in hohem Maße von der Verfügbarkeit des lokalen Know-how abhängig ist.

In zweiter Linie sind die Bewohner in oder am Rande von Schutzgebieten zwar in höherem Maße von externen Initiativen und Entscheidungen abhängig, kann sich aber dadurch auch externes Know-how zunutze machen.

Spricht man von den indirekten Wirkungen, so sind in der Regel die sekundären Auswirkungen in der Region gemeint, die durch direkte Wirkungen ausgelöst werden. Dies tritt beispielsweise ein, wenn Mittel, die im Tourismus erwirtschaftet wurden wieder in bestimmte Bereiche des öffentlichen Lebens in der Region zurückfließen. Häufig können so genannte Umweltgebühren und –Abgaben dafür verwendet werden, die regionale Bevölkerung finanziell zu unterstützen. Dabei muss man jedoch bedenken, dass eventuelle Konflikte heraufbeschworen werden, die sich in notwendigen Limitierungen begründen können. So ist beispielsweise denkbar, dass die Besucherzahlen für einen Nationalpark aufgrund dessen ökologischer Tragfähigkeit beschränkt werden müssen. Dadurch kann es dazu kommen, dass erwartete Einnahmen nicht in voller Höhe erzielt und somit auch nicht in vollem Umfang weitergegeben werden können.

Ein Beispiel aus Österreich zeigt diese Problematik sehr deutlich. Für die Nutzung des Gebirgsbaches Obere Isar im Karwendelgebirge sind nach vorangegangenen Gutachten Beschränkungen für die Nutzung durch Kanuten erlassen worden. Im gleichen Zuge wurde die Befahrung der flussparallelen Forststraße verboten und man erteilte nur noch einem ortsansässigen Taxiunternehmen die Fahrerlaubnis. Dieses Unternehmen darf nun seit einigen Jahren als einziges die auf 100 Personen beschränkte Anzahl an Paddlern zur Einstiegsstelle fahren und hat somit ein sicheres Monopol, was selbstverständlich zu Streitigkeiten und Protesten unter den Mitbewerbern führte. In einem solchen Fall ist es sicher ratsam, alle potentiellen Interessenten für derartige Bereiche an einen Tisch zu holen und die Aufträge zu gleichen Teilen zu vergeben.

Im Hinblick auf die Entscheidungsmacht über alle Einnahmen, die einer Gemeinde oder einer Region aus einer touristischen Nutzung entstehen, muss im Vorfeld geregelt werden, wie mögliche Konflikte gar nicht erst entstehen können. Es darf nicht passieren, dass aufgrund der Erschließung neuer und attraktiver Ressourcen und sich daran anschließender selektiver Partizipation Polarisierungen unter den einzelnen Interessengruppen entstehen.

### 2.2.5 Umweltdienste

Die Umwelt eines Urlaubsgebietes wird auf sehr unterschiedliche und vielfältige Art und Weise genutzt. Reduziert man die Betrachtung ausschließlich auf die verschiedenen Funktionen, die das Gebiet für den Tourismus erfüllen muss, so verdeutlicht sich die Beziehung zwischen Belastungsquelle und der ursächlichen Umweltbeeinträchtigung. Nach SIEBERT (1992, S. 10 f.) erfüllt die Umwelt im ökonomischen System die folgenden vier Elementarfunktionen, die so genannten Umweltdienste.

#### 2.2.5.1 Umwelt als Standortfaktor

Das Umweltmedium „Boden“ wird vom Tourismus als Standortfaktor genutzt. Hierbei sind die Grundstücksflächen gemeint, auf denen sich Hotelanlagen und andere infrastrukturelle Einrichtungen befinden.

Gleichzeitig stellt die eigentliche Landschaft einen Standortfaktor dar. Die landschaftlichen Besonderheiten eines jeweiligen Gebiets stellen als Besonderheit einer Region den Reiz dar und verursachen ein gewisses touristisches „Grundaufkommen“. Aus einem Standortvorteil wie etwa einer „ruhigen Lage“ oder einem „besonderen Blick“ wird ein konsumtiver Faktor, mit dem direkt konkurrierende Interessen einhergehen. Zwischen den unterschiedlichen Nutzern einer Landschaft oder eines bestimmten Gebiets, etwa einem Tal mit Bergblick oder einer Küstenlage mit unverbautem Meerblick durch Hotels oder Ferienhausbesitzer bestehen zwar verschiedene Nutzungsansprüche, jedoch die gleichen Standortfaktoren.

### *2.2.5.2 Umwelt als Vorrat für natürliche Ressourcen*

Man kann sagen, dass die meisten Ressourcen, die von der Umwelt bereitgestellt werden, in Form von Inputfaktoren unmittelbar in den touristischen Produktionsprozess einfließen. Für den eigentlichen Konsum werden sie von der Tourismusindustrie erst aufbereitet und dann dem Endverbraucher, dem Touristen zur Verfügung gestellt. Von den drei natürlichen Umweltmedien Wasser, Boden und Luft lässt sich ein besonders deutliches Beispiel im Bereich des Wassers aufzeigen. Diese Ressource wird auf verschiedene Weise genutzt, um dem Endverbraucher Leistungen bieten zu können. Dies gilt in besonderem Maße für die Wasseraufbereitung als Trinkwasser aber auch für die Bewässerung von Golfplätzen und Gartenanlagen bis hin zur Befüllung von Swimmingpools. Gleichzeitig konkurrieren um denselben Rohstoff auch nicht-touristische Produktionszweige wie die Landwirtschaft. Streng genommen müsste man diesen Kreis jedoch weiter verfolgen und kann dann erkennen, dass er sich im Bereich des Konsums von landwirtschaftlichen Erzeugnissen wieder schließt. Diese Betrachtungsweise geht jedoch meiner Einschätzung nach zu weit, da ja auch Nicht-Touristen von diesen Produkten konsumieren. Es soll hier auch nur verdeutlicht werden, in wie weit die natürlichen Ressourcen für den Tourismus nutzbar gemacht werden müssen.

### *2.2.5.3 Umwelt als Absorptionsmedium*

Wie schon im vorangegangenen Beispiel stehen auch hier die gleichen Umweltmedien im Mittelpunkt. Hier werden sie jedoch ausschließlich zur Aufnahme von Konsumprodukten, wie Abfällen, Schadstoffen in Luft und Wasser oder in Form von Lärmemissionen, genutzt. Somit sind diese Absorptionsleistungen in einem sehr hohen Maße mit dem Wirtschaftszweig des Tourismus verknüpft. Es besteht eine sehr starke Konkurrenz zu den anderen Funktionen.

### *2.2.5.4 Umwelt als qualitatives Konsumgut*

Der Nutzwert unserer Umwelt lässt sich nur dann als hoch einstufen, wenn alle drei Umweltmedien eine hohe Qualität besitzen. Die ideale Umwelt muss somit eine sau-

bere Luft, sauberes Wasser und eine intakte Landschaft, möglichst noch mit attraktiven Besonderheiten wie Bauwerken oder Naturdenkmälern, aufweisen können. Leider wird der Naturraum nicht selten durch die Interessen der Konsumenten überprägt und oft auch negativ beeinflusst. Nicht selten werden touristische Ideale als Grundlage für eine Landschaftsentwicklung herangezogen, die ganz und gar nicht den natürlichen Bedürfnissen einer Region angepasst sind.

Bestes Beispiel für derartige Entwicklungen sind die infrastrukturellen Veränderungen, die in einer Bergregion vorgenommen werden, um diese den Bedürfnissen des alpinen Wintersports anzupassen. Empfindliche Gebirgswälder und Almen zollen Pisten und Liftanlagen Tribut. Ständig steigende Gästezahlen zwingen Hotels zum Expandieren und versprechen selbstverständlich auch entsprechende Gewinnmaximierungen. Hier wird sehr oft deutlich, wie der touristische Raumkonsument seinen doch recht egoistischen Idealen von Naturauffassung Nachdruck verleiht.

### 2.2.6 Belastungsquellen

Die wichtigsten Bereiche dieser Beeinflussung werden im Folgenden als so genannte Belastungsquellen bezeichnet und im Einzelnen näher beleuchtet.

#### 2.2.6.1 Verkehr

Bei einer eingehenden Betrachtung dieses Bereiches des Tourismus wird deutlich, in welchem Maße der Individualverkehr in den letzten Jahrzehnten zugenommen und auch an Bedeutung gewonnen hat. Alleine in Deutschland machen heute die freizeitlich zurückgelegten Kilometer mit dem privaten PKW rund 50 % aus. Der Massentourismus zu erschwinglichen Preisen führte ebenso in den letzten Jahren zu einem nahezu exponentiellen Anstieg an Flugreisen in der Bevölkerung.

Nach wie vor fällt der Anteil der Reisenden, die bereit sind, aus umweltschützerischen Argumentationen heraus auf umweltfreundliche Verkehrsmittel wie die Bahn auszuweichen, sehr gering aus.

### *2.2.6.2 Touristische Infrastruktur*

Ein Hauptproblem stellt in diesem Bereich der Flächenverbrauch für touristische Zwecke dar. Dies bezieht sich nicht nur auf die eigentlichen bebauten Flächen durch Hotels und Sportanlagen, sondern auch auf die Zerschneidung von Flächen durch Verkehrswege und auch auf die zahlreichen, dem Tourismus zuarbeitenden Betriebe bis hin zu Baufirmen und Produktionsanlagen.

Natürlich würden die meisten Betriebe auch existieren, wenn keine touristische Nutzung innerhalb einer Region stattfinden würde, jedoch sind gerade die vom Tourismus ausgewählten Regionen besonders fragil.

### *2.2.6.3 Beherbergung und Gastronomie*

Innerhalb der Beherbergung von Touristen und der direkt damit verbundenen Gastronomie ist zwar in den letzten Jahren ein erfreulicher Trend zu beobachten, (z.B. durch Versuche von Wassereinsparungen in hoteleigenen Wäschereien, durch Anhalten der Gäste, sparsam mit Hotelwäsche umzugehen) jedoch werden gerade in diesem Bereich auch die individuellen Ansprüche immer größer und führen in ihrer Tendenz zu einem immer größeren Verbrauch an Ressourcen. Neben den Problemen des überaus hohen Wasserverbrauchs stellen natürlich auch die immer größer werdenden Müllmengen die Hotels aber auch die Müllentsorgungsbetriebe vor immer größere Herausforderungen.

### *2.2.6.4 Sportliche Urlaubsaktivitäten*

Gerade die intensiven Sportarten wie Wintersport und Wassersport stellen die Natur immer mehr vor unlösbare Probleme. Immer mehr Liftanlagen müssen in immer kürzerer Zeit immer mehr Personen auf den Berg befördern. Das kann nur durch Neueröffnungen und Neubau von leistungsstärkeren Anlagen mittelfristig kompensiert werden. Nicht zuletzt die Olympischen Winterspiele von Albertville in Frankreich haben auch den Laien gezeigt, dass es so nicht weitergehen kann.

Doch nicht nur der Massentourismus besitzt dieses derart hohe Gefährdungspotenzial für ganze Landschaftsräume. So genannte Extrem- und Trendsportarten werden

unter der städtischen Bevölkerung immer beliebter. Man will nicht mehr nur das erleben, was alle tun, sondern will Grenzerfahrungen machen. Dadurch werden durch Sportarten wie Kajaking, Rafting aber auch Canyoning und Bergsteigen bislang unberührte Naturräume aufgesucht, die durch viele Tier- und Pflanzenarten als letzte Rückzugsgebiete genutzt werden.

Die Versuche, etwa in den deutschen Alpen ganze Skigebiete zurückzubauen blieben bislang Einzelfälle (Gschwender Horn bei Immenstadt). Diese wurden durch Vereine wie „Mountain Wilderness International“ vorangebracht. Der Verein wurde 1987 von Sir Edmund Hillary und Reinhold Messner ins Leben gerufen und wurde zunächst durch groß angelegte Säuberungsaktionen von Zivilisationsmüll am K2 bekannt. Heute ist der Verein in acht europäischen Ländern aktiv und hat sich im Alpenraum dem Ausbau von Schutzgebieten für bedrohte Tier – und Pflanzenarten angenommen. Dabei haben die Aktivisten jedoch immer wieder mit dem starken Druck der Tourismuslobby zu kämpfen, die eher einen Trend in die Gegenrichtung erzwingen möchte.

Dies soll keine Verteufelung jeglicher Formen des Tourismus sein, doch hat die Vergangenheit sehr deutlich gezeigt, dass es zum einen so nicht weitergehen kann, zum anderen aber auch schon sehr vernünftige Projekte begonnen wurden, die die Menschen Natur erleben lässt, ohne sie zu „verbrauchen“.

Entscheidend wird in Zukunft die Frage sein, in wie weit der Mensch bereit ist, für Dinge einen höheren Preis zu bezahlen, wenn er weiß, dass dafür bestimmte Umweltschutz-Kriterien eingehalten werden. Dies ist in den meisten Fällen auch sehr stark von der wirtschaftlichen Situation jedes Einzelnen und vom sozialen und wirtschaftlichen Niveau seines Herkunftslandes abhängig.

### 2.2.7 Raumüberwindung

Jegliche Form der Raumüberwindung stellt auch eine Beeinträchtigung bzw. Belastung für den überwundenen Raum dar. Selbst ein einsamer Wanderer verursacht beim Bahnen seines Weges, aber auch beim Nutzen vorhandener und raumbeeinträchtigender Infrastruktur, Belastungen. Dies kann vom Aufschrecken von Tieren bis hin zum Zertreten von Pflanzen aus Unachtsamkeit reichen. Auf ein Minimum reduziert lässt sich somit die Aussage treffen, dass der umweltverträglichste Tourist der-



jenige ist, der zu Hause bleibt. Diese Aussage ist jedoch in der heutigen Zeit nicht haltbar. Daher muss man sie dahingehend umformulieren, dass der umweltverträglichste Tourist derjenige ist, der mit möglichst wenig energetischem Aufwand sich in einer Umgebung aufhält und diese so wenig wie möglich belastet bzw. verändert. Die Belastungen, die bei der Raumüberwindung auf die Umwelt einwirken, können wie folgt unterteilt werden.

Da sind zum einen die Beeinträchtigungen, die durch den Betrieb von Verkehrsmitteln erzeugt bzw. hervorgerufen werden.

- Verbrauch von Ressourcen wie Kraftstoff
- CO<sub>2</sub>-Ausstoß
- Schadstoff- und Lärmemissionen

Weitere Belastungen treten durch die Bereitstellung der Verkehrsinfrastruktur auf

- Wirkungen der Bodenversiegelung auf Grundwasser, Fauna und Flora
- Trenneffekte durch Straßen und Nutz- und Siedlungsflächen

Die durch die verschiedenen Verkehrsmittel hervorgerufenen Belastungen sind natürlich sehr stark von den Betriebseigenschaften des jeweiligen Verkehrsmittels abhängig. Da für die An- und Abreise zum und vom Urlaubsort in der Regel der private PKW, die Bahn oder das Flugzeug genutzt werden, sollen diese im Folgenden näher beleuchtet werden.

Die Nutzung des privaten PKW hat in den vergangenen Jahren erheblich zugenommen und ist somit ein entscheidender Faktor in der Freizeitmobilität geworden. 1992 lag der Freizeitverkehr in Deutschland bei 39,9 % und der Urlaubsverkehr bei 8,5 % aller Personenkilometer einschließlich der Verkehrsaktivitäten ohne Motorisierungseinfluss. Schätzungen für 2010 sagen einen Anstieg des Freizeitverkehrs auf ca. 86 % und sogar 67 % beim Urlaubsverkehr voraus (ABERLE 1996, S. 7). Personen, die ihren Urlaub innerhalb Deutschlands verbringen, nutzen zu rund 90 % ihren eigenen PKW als Anreiseverkehrsmittel (WÖHLER 1994, S. 512). Dieser Bereich ist auch der Verkehrsbereich mit dem größten Wachstumspotenzial, was zwangsläufig zu immer

stärker werdenden Belastungen in den Zielgebieten führen wird, ganz abgesehen von den direkten wegbedingten Schäden (Unfälle, Straßenschäden usw.) und daraus resultierenden Kollateralschäden wie Schäden an Anpflanzungen, Straßenbäumen mit ggf. deren Entfernung, Verseuchung von Feldern und Wiesen mit chemischen Stoffen bei Unfällen sowie durch die üblichen verkehrsbedingten Schadstoffbelastungen wie Bremsabrieb, Gummiabrieb und Abgasen. Exakte Zahlen sind jedoch aufgrund der schwer einschätzbaren Entwicklungsdynamik kaum zu liefern.

Neben dem Flugzeug ist der PKW als Reisefahrzeug das Verkehrsmittel mit dem höchsten Primärenergieverbrauch und somit auch dem höchsten Schadstoffausstoß. Berechnungen des Instituts für Energie- und Umweltforschung von 1992 lieferten folgende Vergleichswerte, die für einen PKW mit geregelter Katalysator im Vergleich zur Bahn berechnet wurden.

Somit erzeugt ein PKW

- 4,6 mal soviel Kohlendioxid
- etwa 4 mal soviel Stickstoff
- gleichviel Schwefeldioxid
- 7 mal soviel Kohlenwasserstoff
- fast 90 mal soviel Kohlenmonoxid

Der Primärenergieverbrauch ist dabei etwa 3,5-mal höher als bei der Bahn. Bei einer Streckenverlängerung erhöhen sich diese Werte noch einmal zu Ungunsten des PKW. Diesen Werten kann nur in sehr begrenztem Maße entgegengewirkt werden, indem man versucht, technische Möglichkeiten, wie etwa die Entwicklung sparsamerer und energieeffizienterer Fahrzeuge, zu entwickeln.

Die andere Möglichkeit besteht darin, dass man versucht, mit Hilfe von speziellen Pauschalangeboten oder so genannten „Modulpaketen“, die Reisenden von den Vorteilen der Bahn zu überzeugen.

Die Vorteile der Bahn gegenüber dem PKW hinsichtlich der Energie- und Schadstoffbilanz müssen dem Kunden näher gebracht werden. Bislang nutzen nur etwa 7% aller Urlauber die Bahn als Reiseverkehrsmittel (VIEGAS 1998, S. 173). Besser jedoch als jedes Marketingkonzept seitens der Bahn ist jedoch in erster Linie eine deutliche Fahrpreissenkung. Nur wenn zum einen die Fahrpreise gegenüber den Betriebskos-

ten eines PKW deutlich gesenkt bzw. auf ein gleichwertiges Niveau angepasst und zum anderen eine flexibilitätsfördernde Infrastruktur am Zielort angeboten werden, kann man in der Zukunft eine steigende Nachfrage bei den Bahnkunden erwarten (WÖHLER 1994, S. 512).

Im Vergleich zu Auto und Bahn ist die Nutzung des Flugzeugs als Reiseverkehrsmittel mehr oder weniger kontinuierlich angestiegen. 1996 lag dieser Anteil bei rund 30 % mit weiter steigender Tendenz.

### 2.2.8 Jedermannsrecht

In Norwegen gilt, wie auch in Schweden, seit vielen Jahren das so genannte Jedermannsrecht, welches prinzipiell jedem erlaubt, sich überall in der Natur frei zu bewegen, solange nichts anderes angegeben ist. Es gilt an Stränden, im Wald, im Gebirge und in anderen Gebieten, die nicht erschlossen sind, greift jedoch nicht bei Autotouristen und größeren Gruppen.

Man muss sich überall vorsichtig fortbewegen, so dass weder die Natur noch das Eigentum Schaden nehmen. Gleichzeitig ist Rücksicht auf Tiere und Personen zu nehmen, die sich in dem Gebiet befinden.

Das Jedermannsrecht erlaubt, dass man die Natur als Aufenthaltsort frei nutzen und sich der Früchte der Natur bedienen darf, natürlich mit der gebührenden Rücksichtnahme auf Menschen, deren Eigentumsrechte sowie Tier- und Pflanzenwelt. Man darf in der Natur Blumen und Beeren pflücken, Pilze sammeln und baden. Zelten campen und ankern für eine Nacht sind auch ohne Einwilligung des Grundeigentümers zulässig. Nur in der Nähe bewohnter Häuser sollte man sich außer Sichtweite aufhalten.

Folgende Punkte sind durch das Jedermannsrecht (allemannsrett) erlaubt:

- Man darf sich zu Fuß oder auf Skiern in allen Wäldern, auf Wiesen, Tundren und über das Gebirge bewegen, auch wenn dies privates Land ist. Man sollte sich aber, wenn es möglich ist, auf Wegen und Pfaden halten.
- Man darf sich frei mit dem Boot auf allen fahrbaren Gewässern bewegen und das Boot in der Wildnis auch an Land ziehen, sowie für einen kurzen Zeitraum (ca. 3 Stunden) am Ufer festmachen.
- Man darf überall schwimmen, wenn es in gebührendem Abstand von bewohnten Häusern geschieht.

- Es dürfen in öffentlich zugänglichen Gebieten Pilze, Beeren, wilde Nüsse und Blumen gepflückt werden. Multebeeren müssen gleich verzehrt werden.

Um diese Rechte nutzen zu dürfen, müssen allerdings auch einige Regeln eingehalten werden:

- Beim Feuer gilt immer: Unbedingte Vorsicht walten lassen! Im Zeitraum 15. April bis 15. September ist das Entfachen von offenem Feuer in der Nähe von Wald verboten.  
Die Feuerstelle erst verlassen, wenn das Feuer und die Glut vollständig erloschen sind!
- Es darf nicht ohne weiteres gefischt und gejagt werden.
- Man darf in der Wildnis vorübergehend (nicht länger als zwei Tage) und auf eigene Gefahr zelten und rasten, auf bezeichneten Grundstücken und in der Nähe von Besiedelungen darf man dies nur mit Einwilligung des Eigentümers oder Pächters tun. Während der Jagdzeit ist das freie Zelten aus Sicherheitsgründen in bestimmten Gebieten häufig nicht erlaubt. Man soll den Zeltplatz so verlassen, wie man ihn vorgefunden hat.
- Es ist verboten, ohne Genehmigung des Besitzers landwirtschaftliche Nutzflächen zu betreten. Dazu zählen auch Wiesen, Rodungen, Baumschulenfelder und ähnliche Gebiete, wo eine öffentliche Passage dem Besitzer schaden könnte.
- Keinen Abfall zurücklassen.
- Tiere nicht stören, sich von Nestern, Höhlen und anderen Tierbehausungen fernhalten.
- Nur Pflanzen pflücken, die man auch wirklich verzehrt oder gleich in die Vase stellt. Keine Pflanzen ausgraben. Keine Pflanzen pflücken oder ausgraben, die unter Naturschutz stehen.
- Sich nicht dort aufhalten, wo es verboten ist, Naturschutzgebiete respektieren.
- Gehen, wenn der Besitzer einen dazu auffordert.
- Beim Zelten, Ankern und Schwimmen Abstand zu Häusern und Hütten wahren (mindestens 150 Meter).
- Wenn man sich unsicher ist, lieber vorher fragen.
- Beackertes Land nicht betreten.
- Nicht unnötig Weideland betreten, Gatter hinter sich schließen.

- Keine Schonungen betreten.
- Keine frischen Zweige und Schösslinge abbrechen.
- Keine Baumrinden anritzen, kein Holz schlagen, keine Nägel in Bäume schlagen oder Stahlseile um Stämme spannen.
- Nicht herumlärmern.

(nach Direktoratet for naturforvaltning, Trondheim)

Die Disziplin, mit der sich die Norweger an dieses Recht halten ist beeindruckend. Man ist sich durchaus bewusst, welch hohen Stellenwert dieses Recht gerade für den Tourismus hat. So gaben 1997 rund 95 % der deutschen Urlauber als Grund für die Wahl Norwegens als Urlaubsziel dieses Jedermannsrecht an. (DNT, 1997, S.1) Mittlerweile hat jedoch eine übermäßige Werbung mit diesem Recht zu seiner Gefährdung geführt. Zu viele Verstöße gerade von ausländischen Touristen fachten seit Beginn der neunziger Jahre die Diskussion über die Abschaffung dieses Rechts erneut an. Seit 1994 existiert eine staatliche Kommission, die unter Leitung des Naturschutzamtes die Auswirkungen des Jedermannsrechts auf Natur und Kultur untersuchen und die volkswirtschaftlichen Konsequenzen einer übermäßigen kommerziellen Nutzung des Rechts aufzeigen soll.

Erste Ergebnisse mündeten in den Beschlüssen, das Jedermannsrecht zunächst beizubehalten und gleichzeitig Gruppen- und Pauschalreisen, die nach den Vorgaben des sanften Tourismus organisiert werden, zu fördern.

Ausländische Touristen sollen bereits bei der Einreise auf das Jedermannsrecht mit seinen Inhalten und Grenzen hingewiesen werden. Gleichzeitig empfiehlt man die Ausbildung so genannter Naturguides, die den Touristen die Landschaften und Naturbesonderheiten des Landes auf eine schonende Weise näher bringen sollen. Auch die Reiseveranstalter sollen in Zukunft verstärkt in die Pflicht genommen werden, vorbeugende Maßnahmen zu treffen, die Schädigungen an Natur und Umwelt durch Reisetilnehmer zu verhindern bzw. zu minimieren.

Eine Einführung einer Gebühr für die Nutzung der Natur durch sportliche Aktivitäten, vergleichbar der Kurtaxe, ist im Gespräch, jedoch noch nicht eingeführt worden. Per Gesetz hat man ortsansässige Unternehmen, die die Landschaft gewerblich nutzen, dazu verpflichtet, diese bei der jeweiligen Kommune anzumelden. Auf diesem Wege

gibt man den Kommunen die Möglichkeit durch Beschränkungen und Regeln, die Nutzungen zu steuern.

Seit dem 01.01.2005 gilt eine Änderung im Jedermannsrecht, die das Recht auf Übernachtungen an jedem beliebigen Ort für motorisierte Personen untersagt. Nur Personen, die zu Fuß oder per Fahrrad unterwegs sind, haben weiterhin das Recht, für eine Nacht an jedem beliebigen Ort in Norwegen zu nächtigen. Diese Änderung resultiert aus immer häufiger vorkommenden Verstößen durch Wohnmobil- und Autofahrer insbesondere entlang der E6. In der Vergangenheit kam es immer wieder zu Entleerungen von Müll und Chemietoiletten, so dass ein Einschreiten des Gesetzgebers zwingend notwendig wurde.

### 2.2.9 Internationale Nationalparkkonzepte

Bei der Betrachtung der geschichtlichen Entwicklung von Nationalparks wird zunächst einmal deutlich, dass die USA eine Vorreiterrolle in der Gründung solcher Naturschutzgebiete übernommen haben. Der erste Nationalpark weltweit war der Yellowstone-Nationalpark, der 1872 gegründet wurde. Schon damals erkannte man die Problematik, die eine private Kommerzialisierung einer Region oder Landschaft mit sich bringen würde und nahm dies zum Anlass, die Gegend unter Schutz zu stellen. „Zum Nutzen und zur Freude des amerikanischen Volkes“, so beinhaltet es die Satzung dieser Einrichtung. Dabei sind die Hauptgründe ästhetisch und kulturell jedoch nicht wissenschaftlich zu erklären (HENKE, H. 1976, S.10-23).

Es sollten vor allem die Naturschönheiten und die Kulturgüter unter Schutz gestellt werden.

Namentlich erklärt sich der Begriff „Nationalpark“ daraus, dass er im Besitz und unter der Verwaltung der Bundesregierung stand.

Im Gegensatz dazu entwickelten sich etwa in der Schweiz so genannte „Naturreservate“, die zum Nutzen der Wissenschaft ausgewiesen wurden. Mittlerweile haben aber auch diese Einrichtungen eine naturschützende, erzieherische Funktion.

Erst 1994 klassifizierte die IUCN, die internationale Union für Naturschutz den Nationalpark als Kategorie 2 in der Liste von Großschutzgebieten mit internationaler Bedeutung.

Im Rahmen der Entwicklung so genannter Nationalparkkonzepte werden auch immer umfassendere Aufgaben an das Parkmanagement gestellt. Nur wenn die Entwicklungen mit Hilfe von Managementplänen koordiniert werden, haben Naturschutzbemühungen eine Chance auf Erfolg. Das Zusammenleben von Menschen in einer unter Schutz gestellten Umwelt, etwa in Nationalparks, kann nur dauerhaft funktionieren, wenn die Komponenten Besiedlungsdichte, Entwicklung der Gebietsansprüche und schonende Nutzung von Ressourcen sinnvoll aufeinander abgestimmt werden (HEISS, G. 1997).

Um das zu erreichen, wurden in verschiedenen Ländern so genannte Managementpläne erarbeitet. Diese lassen sich individuell anpassen, verfolgen aber in ihrem Kern ein und dieselbe Strategie.

Am folgenden Beispiel soll gezeigt werden, wie eine solche Planung aussehen kann.

- Bestandsaufnahme (quantitativ)
- Zustandserfassung (qualitativ)
- Bisherige Entwicklung
- Erreichung bisheriger Ziele
- Planung
- Festlegung neuer Ziele
- Zonierungsvorschläge
- Zeitliche Planung von anstehenden Projekten
- Prioritäten
- Finanzierungskonzept
- Kontrolle
- Stichproben nach festgelegten Zeitabschnitten
- Neuverteilung von Mitteln
- Vergleiche mit anderen Nationalparks (national und international)

Folgendes Beispiel soll die Gliederung eines solchen Managementplanes für einen musterartigen Nationalpark zeigen:

## NATIONALPARK „MUSTERLAND“

Managementplan für den Zeitraum von 1997 – 2002

Kurzfassung

Summary

Inhaltsgliederung:

Einleitung (Rückblick, künftige Zielformulierung)

### ZUSTANDSERFASSUNG (BESTANDSAUFNAHME)

Rechtsgrundlage und nationale/landschaftliche Ziele

Rahmenvorgaben und Rechtsvorschriften

Internationale und nationale Rahmenvorgaben

Planungsrelevante Aussagen des NP-Gesetzes (NP-Verordnung)

Grenzüberschreitende Vereinbarungen

Naturräumliche und sozioökonomische Einbindung

Biogeographische Zuordnung und naturräumliche Beschreibung des Landschaftsausschnitts

Kulturhistorische Entwicklung

Bedeutung im Nationalen Schutzgebietssystem und Eigentümersituation

Erläuterung sozialer und wirtschaftlicher Grunddaten im Rahmen regionaler

Entwicklungsziele

Ausstattung

Naturräumliche Ausstattung

Kulturhistorische Ausstattung

Siedlungs- und Infrastruktur (mit NP-Einrichtungen und Besucherangebot)

Landnutzungen

Forschungsstand



Erfolgskontrolle

Beurteilung des abgelaufenen Managementplans

Schlussfolgerungen für die Folgeplanung

#### PLANUNG (MASSNAHMEN)

Entwicklungsziele

Allgemeine/gebietsspezifische Planungsgrundsätze

Langzeit-Perspektive

Teilziele für den Planungszeitraum

Zonierung und Besucherlenkung

Natur- bzw. Kernzone

Ziele

Grenzen und Flächenanteile

Verbote und Beschränkungen

Schwerpunktgebiete für Besucher und Kapazitätsgrenzen

Bewahrungs- bzw. Außenzone

Grenzen und Flächenanteile

Verbote und Beschränkungen

Schwerpunktgebiete für Besucher und Kapazitätsgrenzen

Managementpläne

Naturraummanagement/Naturschutzrelevante Maßnahmen

Biologische Vielfalt (biologische, ökologische, genetische Diversität)

Natürliche Lebensraumveränderungen (Prozessschutz)

Anthropogen veränderte Lebensräume (Pflegeprogramme zur Lebensraumsicherung und/oder Renaturierung früherer Eingriffe)

Seltene und gefährdete Arten (Artensicherung)

Wiederansiedlung im Gebiet verschwundener/ausgestorbener Arten

Wildstandregulierung

Heimische Arten und Entwicklungen, die in angrenzenden Gebieten zu Problemen führen können

Nicht heimische Arten (Verdrängung)  
Nutzungen/Nutzungsbedingte Maßnahmen  
Jagd und Fischerei  
Land- und Forstwirtschaft  
Gewässernutzung (incl. Schifffahrt, Vorfluter, Kraftwerksanlagen)  
Siedlungen und Infrastruktur (ohne NP-Einrichtungen)  
Tourismus (NP-konforme Erholung und Geländesportarten, Erschließung, Unterkünfte)  
Sonstige Nutzungen (Sammeln von Beeren, Pilzen, Mineralien, Ver- und Entsorgung von Schutzhütten)  
Forschung und Bildung  
Forschung (Einzelprojekte)  
Naturschutzbezogene Forschung/Ökologische Forschung  
Sozioökonomische Forschung  
Kulturhistorische Forschung (incl. Schutz kulturhistorischer Objekte)  
Wissenschaftliche Überwachung (Monitoring/Dauerbeobachtung)  
Ökologische Dauerbeobachtung (abiotische, biotische und ökosystemare Phänomene)  
Sozioökonomische Dauerbeobachtung (incl. Besucherentwicklung)  
Dokumentation  
Bildung  
Bildungseinrichtungen (z.B. Besucherzentrum, NP-Haus, Lehrpfade)  
Besucherbetreuung (z.B. NP-Information in Gemeinden, öffentlichen Einrichtungen, Hotels usw., Aufsicht und Information im Gelände; Schriften, Filme, NP-Hymne)  
Bildungsveranstaltungen (Führungen, Vorträge, Ausstellungen; Angebot zur Beobachtung von Wildtieren; Medien)  
Aus- und Fortbildungslehrgänge (interne Schulung)  
Verwaltung  
Organisationsstruktur  
Personal  
Verwaltungseigenes Personal (ständig, ganzjährig)  
Saisonales Personal (incl. Freiwillige, Praktikanten)

Sonstige (kooperierende Behörden/Institute, Planungsbüros; Verbände, Vereine; Fachbeiräte, Ausschüsse

Geländeaufsicht/Rechtsvollzug

NP-Infrastruktur und technische Ausrüstung (z.B. Gebäude, Fuhrpark)

**Finanzierung** (Träger: Bund, Land, Verbände, Drittmittel)

Investitionskosten

Betriebskosten

Umfeld

Zieldefinition und Abgrenzung des NP-Umfeldes (NP-Gemeinden, Partnerschafts-NP, Pufferräume, artenschutzbedeutende Ausgleichsräume)

Rechtliche Planungsschritte (grenzüberschreitende, länderübergreifende Vereinbarungen; Mitwirkung der NP-Verwaltung bei Planungen im Vorfeld)

Maßnahmen (z.B. Akzeptanzförderung und Integration des Nationalparks)

Quelle: HEISS, G. 1997)

### **3. METHODISCHES VORGEHEN**

#### **3.1 Touristenbefragung**

Um das touristische Potential für die Region um Oppdal zu ermitteln, wurde zwischen April 2003 und November 2006 eine Befragung unter den Touristen durchgeführt.

Ziel dieser Befragung war einerseits, das Reiseverhalten der Menschen zu untersuchen, andererseits aber auch statistische Grundlagen wie Bildungsstand, Alter, Geschlecht u.a. zu erfahren. Nicht nur das durchschnittliche Besucheraufkommen ist für die Organisation eines schonenden Umgangs mit dem Nationalpark von großer Bedeutung, sondern auch die Intention, mit der jeder Einzelne diesen Park besucht.

Aus marktwirtschaftlichen Standpunkten betrachtet ist es von besonderem Interesse, zu erfahren, wo sich die Besucher informieren, wo sie wohnen und wie sie reisen.

Für eine spätere Planung, etwa das Einrichten von Pendelbussen, aber auch die Anlage von spezieller Infrastruktur, wie Parkplatz und Übernachtungsmöglichkeiten, ist es von grundlegender Bedeutung, sich an gewissen Werten orientieren zu können.

Es ist wenig nützlich, große Hotelanlagen zu bauen, wenn der überwiegende Besucheranteil eine Übernachtung im Zelt in der freien Natur bevorzugt.

Um solche Diskrepanzen nicht entstehen zu lassen, wurde diese Befragung auch über einen so langen Zeitraum durchgeführt. Somit können Spitzenwerte wie etwa in der Osterzeit eines jeden Jahres mit anderen saisonalen Extremen verglichen werden.

Bei der durchgeführten Befragung von Besuchern des Nationalparks wurde zunächst zwischen zwei Besuchergruppen unterschieden.

Die erste Gruppe umfasst alle Norweger, die zweite alle ausländischen Besucher, die den Nationalpark aufsuchen. Um möglichst viele Personen befragen zu können, wurden die Befragungen in der Osterzeit 2003 durchgeführt. An diesen Feiertagen fahren besonders viele Norweger in die Region, um Skitouren in Richtung Snøhetta zu unternehmen. Dabei wurden oft bis zu 300 PKW gezählt, die entlang des Weges zwischen Hjerkinn und Snøheim abgestellt waren. Zu dieser Jahreszeit liegt der Besucheranteil an ausländischen Touristen bei unter einem Prozent.

Zur Befragung wurden die Standorte Hjerkinn, Snøheim, Kongsvoll, Magalaupe Camping, Oppdal und Grønnebakken aufgesucht.

Eine weitergehende Befragung erfolgte danach durch Auslage der Befragungsbögen an der Wachtstation in Hjerkin, bei der die ankommenden Touristen ein Ticket zur Befahrung des Weges nach Snøheim erwerben müssen. Weitere Fragebögen wurden in der Touristeninformation in Oppdal sowie bei Magalaupe Camping ausgelegt. Weitere Aufenthalte vor Ort wurden auch zu Befragungen genutzt, so dass eine aussagekräftige Grundgesamtheit erreicht werden konnte.

Da nicht alle Fragen, die den ausländischen Touristen gestellt wurden auch für Einheimische von Bedeutung waren, wurden zwei verschiedene Fragebögen konzipiert und auch gesondert ausgewertet. In bestimmten Bereichen lassen sich jedoch die Ergebnisse auch zusammenführen, wenn es etwa um die Besuchsgründe oder die Aufenthaltsdauer im Nationalpark geht.

Besonders aufschlussreich sind die verschiedenartigen Korrelationen, die je nach Fragestellung für alle Themen berechnet werden können.

Die Fragebögen mussten aufgrund der großen Anzahl an offenen Fragen intensiv manuell ausgewertet werden. Die verschiedenen Antworten wurden hierbei codiert und für jede Frage bzw. jede Variable wurde ein Auswertungsschlüssel (Werte Label) erstellt. Die weitere statistische Datenanalyse erfolgte mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS (BÜHL, A.; ZÖFEL, P. 1999).

Als vorrangige Methode der deskriptiven Statistik wurde bei der Ordnung des statistischen Datenmaterials die Häufigkeitsverteilung gewählt (BAHRENSBERG, 1985, S. 26 ff.).

Bei der Primärerhebung wurde auf eine schriftliche und standardisierte Befragung zurückgegriffen. Diese Methode bietet folgende Vorteile (vgl. WESSEL, 1996, S.104ff.):

- kein Zeitdruck der Befragten, daher viel Zeit und starkes Durchdenken der Fragen
- hohe räumliche Streuung der Probanden
- Anonym und daher oftmals ehrlichere und verlässlichere Antworten
- keine Einflussmöglichkeit der „Verteiler“ auf die Antworten
- Bearbeitung zum selbst gewählten Zeitpunkt

Um nicht zu viele Nachteile durch eine Befragung mit Fragebogen zu erhalten, wurden zusätzlich auch Einzelinterviews geführt. Somit ist zum einen die Repräsentativi-

tät gewährleistet, zum anderen ergibt sich so die Möglichkeit, auch Details zu klären, die sich nicht mit dem Instrument Fragebogen auf jeden Probanden hätten übertragen lassen (BAMBERGER, K., 1999).

Als Erhebungsinstrument diente ein zweiseitiger Fragebogen (siehe Abb. 7) mit genau festgelegten Fragen und teilweise vorgegebenen Antworten, was einen hohen Grad der Standardisierung bedeutet (HOLM, K., 1975).

Abb. 7: Fragebogen

<b>Befragung im Rahmen einer touristischen Bestandsanalyse zum Forschungsprojekt „Ökotorismus im Dovrefjell- Sunndalsfjella Nationalpark</b>	
Datum: _____	Ort: _____
Uhrzeit: _____	Nr.: _____
<hr/>	
1. Welcher Nationalität gehören Sie an?	_____
2. Das wievielte Mal besuchen Sie Norwegen?	_____
3. Wie lange bleiben Sie in Norwegen?	_____ Tage

4. Wie bzw. mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie in Norwegen?

PKW  Bus  Zug

Motorrad  Fahrrad  Ski

zu Fuß  Wohnmobil

5. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie nach Norwegen eingereist?

Fähre  Flugzeug  Straße (PKW o.a.)

6. Waren Sie schon einmal in diesem Nationalpark?  ja  nein

wenn ja, wie oft? \_\_\_\_\_ mal

7. Wie lange bleiben Sie im Nationalpark? \_\_\_\_\_ Tage

8. Übernachten Sie im Nationalpark?  ja  nein

wenn ja wie?

Camping-Platz  Zelt  Hütte

Hotel  Wildnis  Wohnmobil

9. Mit welchem Ziel besuchen Sie diesen Nationalpark?

Natur erleben  Wandern  Fischen

Tierwelt beobachten  Erholung  Jagen

Pflanzenwelt beobachten

10. Werden Sie wiederkommen?

ja  nein

11. Wie wurden Sie auf diesen Nationalpark aufmerksam?

- |                          |                    |                          |                  |
|--------------------------|--------------------|--------------------------|------------------|
| <input type="checkbox"/> | Reiseführer        | <input type="checkbox"/> | Internet         |
| <input type="checkbox"/> | Touristinformation | <input type="checkbox"/> | Fernsehen        |
| <input type="checkbox"/> | Zeitung            | <input type="checkbox"/> | Freunde/Bekannte |

12. Befinden Sie sich auf der Durchreise?

- |                          |    |                          |      |
|--------------------------|----|--------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein |
|--------------------------|----|--------------------------|------|

13. Wollen Sie noch weitere Nationalparks in Norwegen besuchen?

- |                          |    |                          |      |
|--------------------------|----|--------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein |
|--------------------------|----|--------------------------|------|

14. Persönliche Angaben:

Alter: \_\_\_\_\_ Geschlecht: \_\_\_\_\_

Kinder \_\_\_\_\_ berufstätig  ja  nein

Ausbildung:  Hauptschule  Realschule

Gymnasium  Universität

In welcher Größenordnung etwa liegt das Jahreseinkommen Ihres Haushaltes?

< 33.500,- €  33.500,- bis unter 67.500,- €

über 67.500,- €

Vielen Dank für Ihre Zusammenarbeit!



### 3.2 Angaben des Statistischen Zentralamtes in Oslo

Auch die Zahlen der Besucher, die jedes Jahr nach Norwegen reisen, sind für eine langfristige Planung von entscheidender Bedeutung.

Das Statistische Zentralamt in Oslo (STATISTISK SENTRALBYRÅ, 2005) erstellt jedes Jahr amtliche Besucherstatistiken. Dabei werden die Meldebögen (Overnattingsrapport) der registrierten Beherbergungsbetriebe ausgewertet. Alle gemeldeten Betriebe der Hotellerie (Stadthotels, Landhotels und Hochgebirgshotels) und Parahotellerie (Campingplätze und Jugendherbergen) sind verpflichtet, jeden Monat die Übernachtungszahlen anzugeben, die das Statistische Zentralamt zur Erstellung der amtlichen Statistiken benötigt. Diese werden im Internet oder in dem fast jährlich erscheinenden Band „Fremdenverkehrsstatistik“ („Reiselivsstatistikk“) veröffentlicht und sind für Jedermann frei einzusehen.

Diese Daten sind sowohl für die Tourismusindustrie als auch für die entscheidenden Organisationen, wie Norwegisches Fremdenverkehrsamt, regionales Fremdenverkehrsamt und die entsprechenden Verbände von Bedeutung. Die meisten Statistiken beziehen sich auf die Übernachtungszahlen in den unterschiedlichen Beherbergungsbetrieben der verschiedenen Regionen und Provinzen. Die wichtigsten Zahlen sind neben den saisonalen Auswertungen die Ganzjahresstatistiken, die Aufschluss über Entwicklungen und Tendenzen geben (JØRAANDSTAD, K., 1995).

Tabelle 3 zeigt, inwieweit die einzelnen Fylken (Regierungsbezirke) touristisch frequentiert werden. Zunächst fällt auf, dass die Gesamtzahl der Gästenächte auf Campingplätzen von 2004 zu 2005 von rund 7.650.000 um rund 100.000 auf ca. 7.750.000 angestiegen ist, worin sich auch ein langjähriger Trend stetig steigender Touristenzahlen widerspiegelt. Des Weiteren ist auffällig, dass fast 3 Millionen Gästenächte durch feste Verträge für saisonale Nutzungen auf Campingplätzen, etwa durch Dauercamper, erreicht werden.

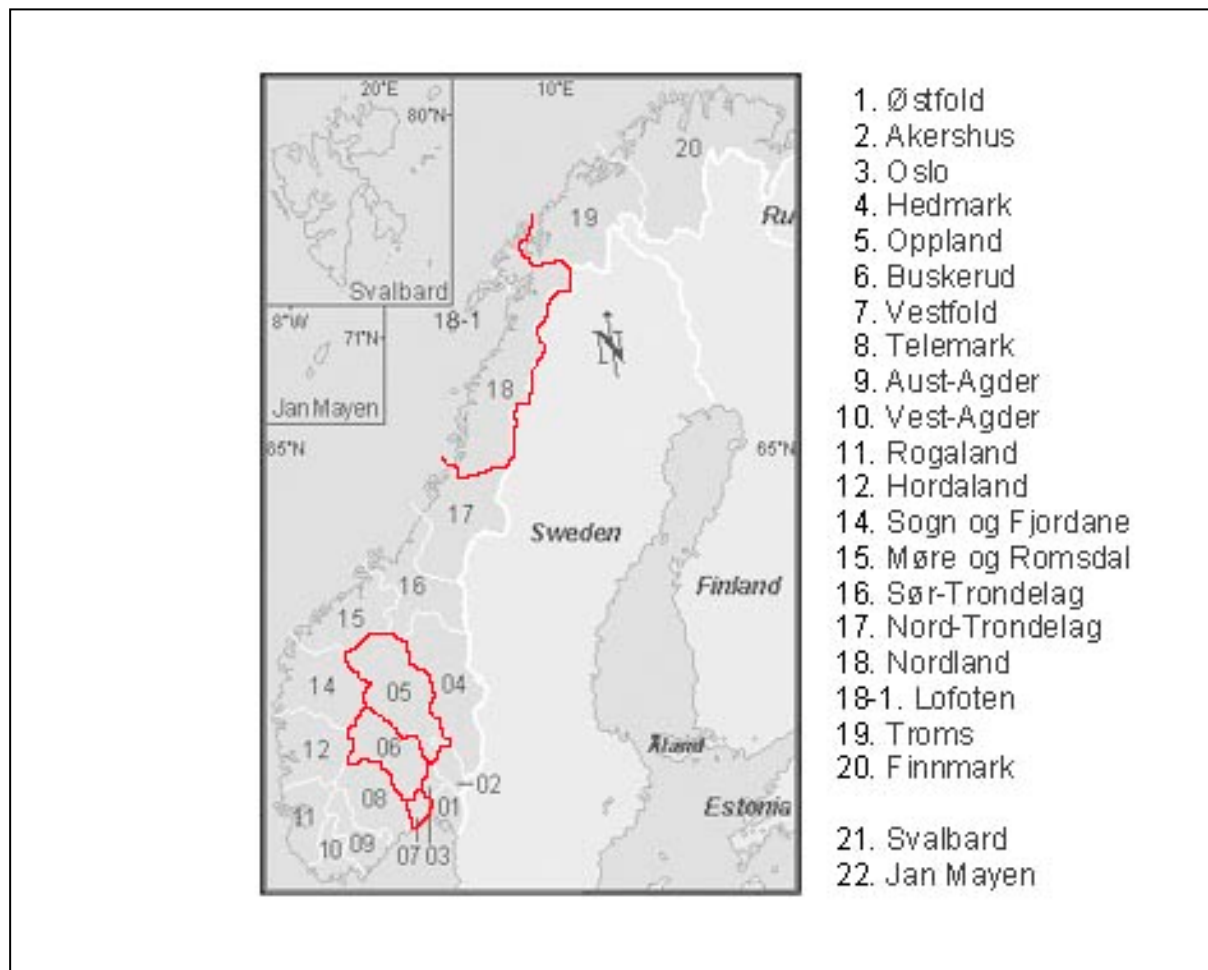
Während die Besucherzahlen bei den Nutzern von Zelt, Wohnwagen und Hütten zurückgingen, stiegen die Werte bei Wohnmobilisten und Dauercampnern deutlich an. Die am stärksten frequentierten Fylken waren auch im Jahr 2005 die beiden Gebiete in der Region Mittelnorwegen, Oppland und Vestfold, gefolgt von Buskerud und dem Nordland.

Tab. 3: Gästenächte auf Campingplätzen nach Unterbringung und Fylke 2005

	gesamt	saisonal	Zelt/ Wohnwagen	Wohnmobil	Hütte
		mit Vertrag			
Norwegen 2004	7 647 620	2 740 214	1 979 137	627 146	2 301 124
Norwegen 2005	7 759 778	2 928 056	1 877 704	659 038	2 294 980
unterteilt nach Fylken 2005					
Østfold	376 646	293 845	37 361	11 771	33 669
Oslo/ Akershus	380 416	100 191	193 494	44 142	42 589
Hedmark	444 026	187 887	93 724	18 246	144 169
Oppland	<b>893 828</b>	349 101	200 461	58 179	286 087
Buskerud	<b>574 010</b>	318 869	121 907	18 869	114 365
Vestfold	<b>658 076</b>	526 749	61 459	9 008	60 860
Telemark	376 119	154 139	107 728	25 792	88 460
Aust-Agder	481 241	189 339	147 078	26 230	118 594
Vest-Agder	367 890	126 917	111 174	28 169	101 630
Rogaland	298 916	113 712	60 410	42 161	82 633
Hordaland	421 479	106 931	104 369	58 379	151 800
Sogn og Fjordane	484 738	51 062	159 817	74 315	199 544
Møre og Romsdal	507 973	79 904	131 315	74 236	222 518
Sør-Trøndelag	366 785	113 622	75 643	28 530	148 990
Nord-Trøndelag	234 309	59 357	52 693	24 325	97 934
Nordland	<b>535 393</b>	78 659	131 405	77 085	248 244
Troms	199 951	62 695	51 069	19 008	67 179
Finnmark Finnmarku	157 982	15 077	36 597	20 593	85 715

Quelle: Statistisches Zentralamt Oslo, 2006

Abb. 8: Fylkekarte mit Besucheraufkommen



Diese Karte zeigt die Lage der Fylken, die die höchsten Besucherzahlen im Bereich Camping verzeichnen können. Die hohen Werte des Nordlandes sind fast ausschließlich auf die Attraktivität und den Besucheransturm auf die Lofoten und die Vesterålen zurückzuführen. Die sich nördlich anschließenden Fylken Troms und Finmark werden trotz des Besuchermagneten Nordkap wesentlich weniger frequentiert. Grund dafür ist aber auch, dass viele Urlauber die zum Campen nach Norwegen kommen, die weite Reise in den Norden meiden und maximal bis zu den Lofoten fahren. Das Nordkap ist oftmals das Ziel von Busreisen und Fahrten mit dem Postschiff der Hurtigrute.

Tab. 4: Gästenächte nach Unterbringung und Nationalität 2005

	Total	Hotels und vergleichbare Betriebe	Campingplätze	Ferienwohnungen	Gästezimmer
Total 2004	25 274 175	16 359 892	7 647 620	924 022	342 641
Total 2005	26 278 932	17 110 116	7 759 778	1 076 409	332 629
Norwegen	18 628 180	12 349 042	5 646 242	471 641	161 255
<b>Ausland gesamt</b>	<b>7 650 752</b>	<b>4 761 074</b>	<b>2 113 536</b>	<b>604 768</b>	<b>171 374</b>
Schweden	871 881	531 157	231 013	84 686	25 025
Dänemark	1 065 423	619 111	173 353	257 376	15 583
Finnland	137 138	62 168	67 319	4 235	3 416
Island	17 897	13 673	3 285	561	378
Großbritannien	704 715	602 449	66 461	20 148	15 657
Niederlande	765 287	296 252	398 580	64 530	5 925
Deutschland	1 745 501	810 092	768 892	137 697	28 820
Frankreich	283 928	210 224	64 805	1 741	7 158
Spanien	224 776	197 514	20 225	925	6 112
Schweiz	111 826	62 696	43 076	1 752	4 302
Liechtenstein	4 693	3 928	754	1	10
Italien	195 507	141 938	44 025	1 409	8 135
Österreich	60 390	25 789	29 495	3 157	1 949
Belgien	61 013	33 463	22 720	3 059	1 771
Portugal	13 463	10 504	2 372	12	575
Griechenland	15 856	14 769	818	15	254
Irland	16 463	12 631	3 205	143	484
Luxemburg	4 297	2 734	1 212	203	148
Türkei	6 259	5 533	540	20	166
Polen	105 361	41 327	50 450	6 570	7 014
Tschechien	55 732	14 540	28 387	4 904	7 901
Slowakei	7 965	3 533	2 986	866	580
Ungarn	13 874	8 734	3 606	113	1 421
Estland	22 132	6 450	11 890	2 327	1 465
Lettland	16 323	4 256	9 968	1 250	849
Litauen	19 332	5 370	11 490	1 146	1 326
Zypern	918	742	161	0	15
Malta	667	509	64	56	38
Slowenien	3 869	2 117	1 489	95	168
Ukraine	4 018	2 731	401	464	422
Russland	66 993	59 384	4 851	1 960	798
übriges Europa	205 884	184 797	17 790	985	2 312
USA	328 921	316 340	6 972	766	4 843
Kanada	22 045	18 444	2 310	229	1 062
übrige amerikanische Länder	4 994	3 373	205	0	1 416
Brasilien	6 411	5 287	471	3	650
übriges Südamerika	15 478	14 257	837	5	379
Australien	33 498	25 942	4 779	171	2 606
Ozeanien	16 653	14 741	1 233	52	627
Japan	129 448	124 710	2 333	438	1 967
China	55 464	54 039	347	39	1 039
Korea	28 773	27 004	626	88	1 055
übriges Asien	143 967	135 953	3 768	332	3 914
Südafrika	7 489	6 201	921	14	353
übriges Afrika	28 230	23 668	3 051	225	1 286

Quelle: Statistisches Zentralamt Oslo, 2006

Zwischen 2004 und 2005 stieg laut Angabe des statistischen Zentralamtes in Oslo die Zahl der Übernachtungen um ca. 1 Million an. Dieser Anstieg setzte sich insbesondere bei den Beherbergungsformen Campingplatz, Hotel, und Ferienwohnung durch, während der Bereich der Gästezimmer einen leichten Rückgang von rund 10.000 Übernachtungen verzeichnen musste.

Die Gesamtsumme der Übernachtungen lag 2005 bei 26.278.932, wovon Deutschland nach Norwegen den zweithöchsten Anteil mit insgesamt rund 1,7 Millionen Übernachtungen vertrat. Danach folgen Dänemark (1,06 Millionen), Schweden (871.000) und die Niederlande mit rund 765.000 Übernachtungen.

Die folgende Tabelle gibt Aufschluss über die Auslastung bzw. Verteilung der Übernachtungen auf Campingplätzen zwischen 1998 und 2004.

Tab. 5: Zahl der Campingplätze und Übernachtungen zwischen 1998 und 2004

Zahl der Campingplätze		Gästenächte								
		Gesamt	Nationalitäten					Art der Unterbringung		
			Norwegen	Ausland	Schweden	Dänemark	BRD	Zelt/Wohnwagen	Wohnmobil	Hütte
Jahr		<i>in 1000</i>								
1998	953	7.263	4.969	2.295	344	195	911	4.390	547	2.326
1999	931	7.154	4.985	2.169	320	190	847	4.274	512	2.369
2000	920	7.148	5.054	2.094	272	198	809	4.289	512	2.347
2001	890	7.118	5.049	2.070	269	183	777	4.276	554	2.288
2002	847	7.383	5.265	2.118	266	183	790	4.506	535	2.341
2003	811	7.247	5.144	2.103	242	176	776	4.393	592	2.262
2004	794	7.648	5.498	2.150	237	175	759	4.719	627	2.301

Quelle: Statistisches Zentralamt Oslo, 2006

Tab. 6: Gästenächte zwischen 1999 und 2004 nach Art der Unterkunft

	Gesamt	Hotels und ähnliche Unterkünfte	Campingplätze	Ferienwohnungen	Gästezimmer	Hütten
Jahr	<i>in 1000</i>					
1999	25 887	16 526	7 154	379	384	1 444
2000	25 784	16 365	7 148	401	356	1 513
2001	25 813	16 416	7 118	458	340	1 480
2002	25 911	16 188	7 383	482	331	1 527
2003	25 178	15 636	7 247	601	319	1 374
2004	26 559	16 360	7 648	924	343	1 285

Quelle: Statistisches Zentralamt Oslo, 2006

Generell kann man aus diesen statistischen Werten ablesen, dass der allgemeine Trend, durch Norwegen mit dem Wohnmobil zu reisen und weniger stationäre Urlaube zu machen, einen Wandel durchmacht. Verzeichnete das statistische Zentralamt in Oslo 1999 noch rund 379.000 Übernachtungen in Ferienwohnungen und 7,15 Millionen auf Campingplätzen, so hat sich der Wert für die Ferienwohnungen im Jahr 2004 fast verdreifacht. Insgesamt liegt aber immer noch der Hauptanteil aller Übernachtungen im Bereich der Hotels mit rund 16,3 Millionen Gästenächten, gefolgt von den Campingplätzen mit rund 7,6 Millionen. Die Hotelübernachtungen haben sich zwischen 1999 und 2004 nahezu konstant gehalten, während die Zahl der Übernachtungen auf Campingplätzen speziell zwischen 2003 und 2004 deutlich angestiegen ist. Diese Entwicklung könnte evtl. schon auf erste Erfolge im Kampf gegen das Wildcamping zurückzuführen sein, zumal erste Maßnahmen Anfang 2003 ergriffen wurden.

Nach Angaben der World Tourism Organisation (WTO) reisten bereits 1998 ca. 1,27 Millionen Deutsche nach Norwegen. Diese Angabe enthält jedoch keine nähere Differenzierung über den Reisegrund. Somit sind sowohl Urlauber als auch Geschäftsreisende in diesem Wert enthalten.

Da nach Norwegen Reisen das ganze Jahr möglich sind und sowohl ein Sommertourismus als auch ein ausgeprägter Wintertourismus stattfindet, müssen die Grundbedürfnisse der Reisenden in sehr unterschiedlichen Ausprägungen abgedeckt werden. Das Statistische Zentralamt ermöglicht Rückschlüsse auf die verschiedenen saisonalen Schwerpunkte aufgrund der nach Monaten gegliederten Statistiken. Es wird deutlich, dass speziell in den Sommermonaten Juni, Juli und August die meisten Übernachtungen registriert werden. Die Zahl der Übernachtungen allein auf Campingplätzen lag 2005 bei 1,25 Millionen im Juni, 2,75 Millionen im Juli und rund 1,6 Millionen im August. Dagegen zählte man 2005 im November nur rund 146.000, im Dezember 123.000 und im Januar 118.000 Übernachtungen auf norwegischen Campingplätzen. Die Gesamtzahl der Übernachtungen stieg von 2004 bis 2005 von 25,27 Millionen auf 26,28 Millionen Übernachtungen an. Nach eigenen Umfragen halten sich die Touristen durchschnittlich 15,4 Tage in Norwegen auf.

## 4. DER UNTERSUCHUNGSRAUM

### 4.1 Staat und Gesellschaft Norwegens

Norwegen befindet sich in einer konstitutionellen Erbmonarchie auf parlamentarisch demokratischer Grundlage, die seit der Auflösung der Union zwischen Norwegen und Schweden im Jahre 1905 existiert. Das Grundgesetz wurde 1814 in Eidsvoll verabschiedet und legt die Macht in die Hände des Volkes. Staatsoberhaupt ist seit dem Tod von König Olav V. am 17.1.1991 König Harald V., der jedoch keinerlei Machtbefugnisse besitzt, sondern in der Form eines Staatspräsidenten das norwegische Volk repräsentiert.

Regierungschef war seit Oktober 2001 der Ministerpräsident Kjell Magne Bondevik. Am 17. Oktober 1997 wurde er erstmals Ministerpräsident seines Landes und stand einer Koalition seiner Partei mit der Zentrums- und der liberalen Venstre-Partei vor. Es war das erste Kabinett seit 1973, in dem weder die Arbeiterpartei noch die konservative Høyre-Partei vertreten waren, und galt als euroskeptisch, was neue Versuche zur Aufnahme Norwegens in die EU anbetraf. Während seiner ersten Amtszeit als Premierminister erregte Bondevik im August 1998 internationale Aufmerksamkeit, als er angab, an Depressionen zu leiden.

Am 3. März 2000 musste er das Amt an Jens Stoltenberg von der Arbeiterpartei abgeben, nachdem er im Parlament eine Vertrauensabstimmung im Zusammenhang mit einem Streit um die norwegische Energiewirtschaft verloren hatte.

Nachdem die Arbeiterpartei bei den Parlamentswahlen eine schwere Schlappe erlitten hatte, wurde Bondevik am 19. Oktober 2001 von König Harald wieder zum Ministerpräsidenten ernannt. Er führte eine Minderheitsregierung, die aus Konservativen, der liberalen Venstre-Partei und seiner eigenen Christlichen Volkspartei bestand.

Bei den Wahlen am 12. September 2005 verlor er gegen das oppositionelle Bündnis von Arbeiterpartei, der umweltorientierten Zentrums- und den Linksozialisten und wurde am 17. Oktober 2005 erneut von Jens Stoltenberg abgelöst.

In Norwegen leben heute rund 4,6 Millionen Einwohner. Vor rund 100 Jahren zählte man in Norwegen mit 2,2 Millionen Bürgern weniger als die Hälfte der heutigen Einwohnerzahl. Aufgrund der positiven Bevölkerungsentwicklung mit einem Wachstum von rund 0,6% nimmt die Zahl der Norweger jährlich um rund 30.000 Menschen weiter zu. Für das Jahr 2010 wird nach Schätzungen des Statistischen Zentralamtes in

Oslo aus dem Jahr 2000, eine Einwohnerzahl von rund 4,7 Mio. und für das Jahr 2030 ungefähr 5,1 Mio. erwartet. Viele Einwanderungen aus Krisenstaaten aber auch aus der europäischen Union lassen diese Werte schneller steigen als noch vor rund 10 Jahren berechnet, zusätzlich liegt Norwegens Geburtenrate auf einem für Europa überdurchschnittlich hohen Niveau.

In Norwegen gilt das Prinzip des Parlamentarismus. Das Parlament, das aus 165 Abgeordneten besteht, besitzt die Macht. Alle vier Jahre werden neue Repräsentanten gewählt (bis 1936 jedes dritte). Das Parlament (Stortinget, buchstäblich übersetzt „Das große Thing“) besteht aus zwei Teilen, Odelstinget und Lagtinget. Der Unterschied ist aber nicht sehr deutlich, so dass man es als Einkammer-System bezeichnen kann.

Zudem gibt es eine gemeindliche Selbstverwaltung. Die 437 norwegischen Kommunen wählen jedes vierte Jahr ihre Repräsentanten für die lokale Verwaltung. Norwegen ist jedoch ein Zentralstaat, in dem die lokalen Behörden immer mehr an Einfluss verloren haben.

In Norwegen haben Große Koalitionen keine Tradition. Minderheiten mit Unterstützung des Parlamentes sind häufiger. Nach dem Zweiten Weltkrieg gab es nur zweimal eine Mehrheitsregierung. Die Sammlungsregierung von Einar Gerhardsen gleich nach dem Krieg, und die Arbeiterpartei-Regierung (Sozial-Demokraten) von 1959. In den letzten Jahren haben die Minderheitsregierungen zu „Stortingsregjering“ (Parlamentsregierung) geführt und sind unter Druck geraten. Bei den Wahlen am 12. September 2005 konnte die „Arbeiderpartiet“ (Sozialdemokratische Arbeiterpartei) mit 32,8 % die meisten Stimmen erlangen, so dass zusammen mit der Senterpartiet (grüne Zentrumsparlei) und der Sosialistisk Venstreparti (Sozialistischen Linkspartei) die bei den Wahlen angestrebte rot-grüne Regierungsalternative gebildet werden konnte. Neuer Premierminister wurde Jens Stoltenberg. Das Staatsoberhaupt ist König Harald V (THUESEN, 2006).



Bisher gab es in Norwegen sechs Volksabstimmungen:

- 1905 über die Auflösung der Union mit Schweden. (Ergebnis: Ja)
- 1905 über die Einsetzung Prinz Carls von Dänemark als König Haakon VII. (Ergebnis: Ja)
- 1916 über das Verbot von Alkohol. (Ergebnis: Ja)
- 1927 über die Aufhebung dieses Verbots. (Ergebnis: Ja)
- 1972 über den Beitritt in die Europäische Gemeinschaft. (Ergebnis: Nein)
- 1994 über den Beitritt in die Europäische Union. (Ergebnis: Nein)

Folgende Parteien existieren in Norwegen und derzeit im so genannten Storting in Oslo vertreten:

Arbeiderpartiet (Arbeiterpartei / Sozialdemokratische Partei)

Høyre (Rechte / Konservative)

Fremskrittspartiet (Fortschrittspartei / Rechte Protestpartei)

Sosialistisk Venstreparti (Sozialistische Linkspartei)

Kristelig Folkeparti (Christliche Volkspartei)

Senterpartiet (Zentrumspartei / Interessenvertretung der Bauern)

Venstre (Linke / Liberale)

Andere kleine Parteien:

Kystpartiet (Küstenpartei / Partei für Menschen an der Küste in Nord-Norwegen)

Arbeidernes Kommunistparti (Kommunistische Partei der Arbeiter / kommunistisch)

Norges Kommunistiske Parti (Kommunistische Partei Norwegen / kommunistisch)

Rød Valgallianse (Rotes Wahlbündnis / Norwegens größte kommunistische Partei)

Kristent Samlingsparti (Christliche Sammlungspartei / christlich, extrem-konservativ)

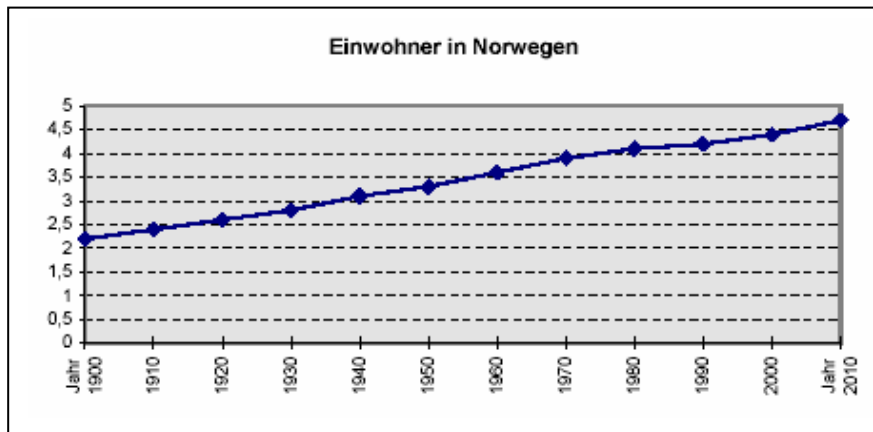
Demokratene (Die Demokraten / extrem konservativ)

Det Liberale Folkepartiet (Die liberale Volkspartei / liberal)

Pensjonistpartiet (Rentner-Partei / Partei für alte Menschen)

Miljøpartiet De Grønne (Umweltpartei die Grünen / Umweltpartei)

Abb. 9: Bevölkerungsentwicklung Norwegens



Quelle: Statistisches Zentralamt der Stadt Oslo, 2000

Der größte Teil der norwegischen Bevölkerung lebt in den südlichen und westlichen Landesteilen. Dabei werden überwiegend die küstennahen Gebiete bewohnt. Dadurch leben rund 80% der Bevölkerung nicht weiter als 15 Kilometer von der Küste entfernt. Die Bevölkerungsdichte liegt bei lediglich 13 Einwohnern auf einem Quadratkilometer (zum Vergleich BRD 229 Einw./km<sup>2</sup>). In den peripheren Fjelldistrikten oder in der nordnorwegischen Provinz Finnmark ist die Bevölkerungsdichte noch geringer und liegt bei einem Einwohner pro km<sup>2</sup>. Generell gehört Norwegen innerhalb Europas zu den Ländern mit der geringsten Bevölkerungsdichte. Nur Island ist noch dünner besiedelt als Norwegen.

Auslöser für die Besiedelung Norwegens gab der Golfstrom, der es den Bauern ermöglichte, trotz der sonst polaren klimatischen Einflüsse, Landwirtschaft zu betreiben und in den Fjordtälern auf den nahezu einzigen fruchtbaren Böden des Landes sogar Obst anzubauen. Die Fischer hatten ganzjährig die Möglichkeit durch die eisfreien Fjorde auf das Meer hinauszufahren. Auch die unmittelbare Küste ist dauerhaft eisfrei.

Im Norden Norwegens leben noch heute rund 30.000 bis 40.000 Samen und Lappen (LABONDE, 1996, S.30). Diese ursprünglichen Volksstämme werden in die Meerlappen, Flusslappen und Berglappen unterteilt. Sie stellen in Skandinavien eine Minderheit dar, die vom Fischfang, Ackerbau, Rentierzucht und zunehmend auch vom Fremdenverkehr lebt (BASTIAN, 2001, S.12 ff.).

Erst Mitte der 60er Jahre war der „Fischfang und die einfache Landwirtschaft entlang der Küsten“ (ENEQUIST, 1974, S.75) die vorrangige wirtschaftliche Grundlage der

Samen in Norwegen. Heute verfügen die „Ureinwohner“ über ein eigenes Parlament, haben jedoch nur eingeschränkte Kompetenzen.

Im Süden Norwegens ist der Raum rund um die Hauptstadt Oslo ein „Ballungszentrum“ mit allen Einrichtungen einer Großstadt.

Die Stadt Oslo zählt rund 500.000 Einwohner und ist damit die größte Stadt des Landes. Wie Oslo haben auch die meisten größeren Städte ihre Lage direkt am Atlantischen Ozean oder im Landesinneren an einem Fjord. Eine wichtige Rolle spielte in der Vergangenheit die Nähe zum Meer und damit auch zu den lebenswichtigen Fischeschwärmen. Auch als Handels- und Transportwege wurden die langen Fjordarme genutzt und gaben wie etwa der Stadt Bergen den Impuls, zu einem der bedeutendsten Zentren der Hansezeit zu werden.

Der norwegische Bürger hat ein ausgeprägtes Nationalbewusstsein und eine weit verbreitete national-patriotische Einstellung. Für manche Norweger ist ihr Land nahezu ein Vorbild für die Menschheit (MYKLEBOST, 1996, S.291). Für den Besucher ist der Nationalstolz überall gegenwärtig. Anders als in Deutschland sieht man in Norwegen vor nahezu jedem Privathaus einen aufgezogenen Windwimpel in den Landesfarben. Das gilt nicht nur für Norwegen sondern ist generell in ganz Skandinavien zu sehen (MERTZ, P., 1998).

Der Lebensstandard, das Bildungsniveau und das Gesundheitssystem befinden sich in Norwegen auf einem hohen Niveau. Sie sind Faktoren des „Index für die menschliche Entwicklung“ (Human Development Index – HDI), der alljährlich von den Vereinten Nationen für die Staaten neu berechnet wird. In dem Bericht des UN-Entwicklungsprogramms 2000 (SCHWARZ, 2001, S.10) wird Norwegen als das reichste Land der Welt bezeichnet und liegt auf dem 1.Rang (BRD auf dem 17.Rang).

Die norwegische Bevölkerung nutzt die Freizeitmöglichkeiten, die die abwechslungsreiche Natur ihr bietet, sehr ausgiebig, indem Wandern, Angeln, Wasser- und Wintersport zu den Volkssportarten zählen. „Die Norweger sind Naturverehrer und das ist ein wesentliches Element ihrer nationalen Identität (ERIKSEN, 1996)“. Dies gilt bis auf die weltweit kritisierten Ausnahmen bezüglich Wal- und Robbenfang.

In der freien Natur findet man wesentlich weniger Müll als in anderen europäischen Ländern. Aus eigenen Beobachtungen kann ich sagen, dass hier ein völlig anderes Verständnis im Umgang mit der Natur vorliegt. Dieses Phänomen gilt jedoch nicht für alle Bereiche des täglichen Lebens. So werden in Norwegen auch gerne alte Autos,

Motorschlitten oder Fahrräder in der Nähe von Eigentumsgrundstücken abgeladen, wo sie allmählich verrotten. Bei Nachfragen ergab sich, dass man es als keine Umweltsünde betrachtet. „Wir haben doch soviel Platz und uns stört es nicht“ war eine der häufigsten Antworten.

Darüber hinaus investieren Norweger viel Zeit und Geld in ihr Haus, den Garten und die Vereinsarbeit. Zu den beliebtesten Hobbys zählt das Lesen und so werden jährlich rund 40 Millionen Bücher verkauft.

Die norwegische Kultur wurde auch durch berühmte Norweger geprägt, die über die Landesgrenzen hinaus bekannt sind und zu denen u. a. der Maler Edvard Munch, der Komponist Edvard Grieg, die Dichter Bjørnstene Bjørnson, Henrik Ibsen, Sigrid Undset und Knut Hamsun sowie die Wissenschaftler Fridtjof Nansen, Roald Amundsen und Thor Heyerdahl gehören. Nicht zuletzt die alljährliche Verleihung der Nobelpreise in Oslo zeigt, welche Bedeutung die Kultur für Norwegen hat.

## 4.2 Geografische Ausstattung

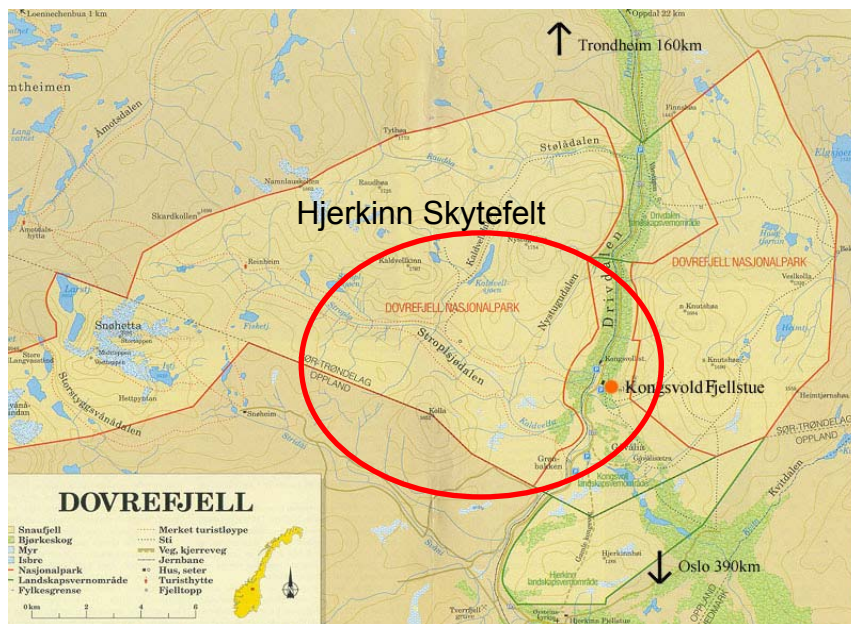
Das Dovrefjell wurde als Nationalpark ausgewiesen, um die alpine Tundra-Landschaft mit einer besonders reichen Pflanzen- und Tierwelt zu bewahren. Der westliche Teil wird von dem 2286 m hohen Snøhetta geprägt, dem höchsten Berg Norwegens außerhalb Jotunheimens und zusammen mit dem Larstind dem nördlichsten 2000er des Landes (BÅTSTAD, K.R., 2001).

Die Moschusochsen sind eine weitere Besonderheit des Dovrefjells. 23 Tiere wurden 1947 aus Grönland wieder ausgewildert und bilden heute eine wachsende Population.

Der alte Nationalpark umfasste eine Fläche von 256 km<sup>2</sup> und wurde 1974 eingerichtet. Am 03. Mai 2002 wurde er nach Norden und Westen erweitert und heißt seitdem Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark.

Heute ist bereits geplant, den Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark mit dem Ronda Nationalpark zusammenzuschließen. Damit kämen weitere 580 km<sup>2</sup> hinzu, was dann eine Gesamtfläche von 2.273 m<sup>2</sup> ergäbe. An dieser Stelle stellt sich allerdings die Frage nach dem Sinn solcher Zusammenschlüsse. Diese sind zwar wesentlich leichter von nur einem Punkt aus zu verwalten, ein zielgerichtetes Nationalparkmanagement ist aber kaum noch durchzuführen.

Abb. 10: Übersichtskarte des Nationalparks Dovrefjell



Quelle: Statens Kartverk mit eigener Bearbeitung)

Die feierliche Eröffnung durch den König fand am 01. Juni 2002 statt. Der neue Nationalpark umfasst ein Areal von 1.693 km. Gleichzeitig wurden an seinen Randgebieten sieben neue Naturschutzgebiete und zwei Biotopschutzgebiete eingerichtet sowie das Fokstummyra Naturreservat erweitert. Durch diese Erweiterung wurde der Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark mit seinen angrenzenden Schutzgebieten zum größten zusammenhängenden Schutzgebiet Norwegens und umfasst acht Gemeinden in den vier Bezirken Møre og Romsdal, Oppland, Sør-Trøndelag und Hedmark, so dass jetzt insgesamt 4.367 km<sup>2</sup> unter Naturschutz stehen.

Durch diese Erweiterung soll der Fortbestand eines großen, zusammenhängenden und im wesentlichen unberührten Fjellgebietes mit intaktem, hochalpinen Ökosystem mit Wildrenen, Vielfraß, Polarfuchs, Steinadler und Raben gesichert werden.

Besonders ausschlaggebend war, den Lebensraum des Wildrenstammes auf dem Dovrefjell zu bewahren (HENRIKSEN, T., 1995).

#### 4.2.1 Klima

Das Dovrefjell hat ein generell trockenes Klima und gehört zu den winterkältesten Regionen Norwegens. Es liegt verhältnismäßig weit vom Meer entfernt und ist nach Westen von hohen Bergen abgeschirmt, die einen großen Teil des Niederschlags von den ständig hereinströmenden Atlantiktiefs abfangen (WEISCHET, W., 1995). Im Osten, vor allem östlich des Snøhettamassivs, ist es dabei normalerweise trockener als im Westen.

In Kongsvoll misst der durchschnittliche Jahresniederschlag knapp 500 mm, während es zum Vergleich in Oslo 750 mm und Bergen 1960 mm sind. Der Niederschlag verteilt sich auch ungleich über das Jahr und fällt eher im Sommer als im Winter. In Richtung Westen nimmt die Niederschlagsmenge zu, und um die Snøhetta fällt bedeutend mehr Niederschlag als in Kongsvoll.

Die Durchschnittstemperatur liegt auf dem Dovrefjell im Winter (Januar/Februar) bei  $-10^{\circ}\text{C}$ . Die niedrigste gemessene Temperatur betrug  $-36.4^{\circ}\text{C}$ .

In den Hochsommermonaten Juli und August liegen die Durchschnittswerte bei rund  $+10^{\circ}\text{C}$ . Die wärmste gemessene Temperatur auf dem Dovrefjell betrug  $28.2^{\circ}\text{C}$ .

Wegen des geringen Niederschlags im Winter können die Skiverhältnisse vor allem im östlichen Dovrefjell zeitweise schlecht sein. Höhenzüge sind oft frei geweht und hier und dort können Steine hervorschauen.

Lange Winter und kurze, kühle Sommer kennzeichnen das Dovrefjell. Die hohen Gipfel sind von Gletschern umgeben, die Täler oft bis in den Juni hinein schneebedeckt.

#### 4.2.2 Geologie

Der Gesteinsgrund des Dovrefjell verteilt sich hauptsächlich auf zwei verschiedene Gesteinskomplexe. Die ältesten Gesteine, die aus dem Präkambrium stammen und mehr als 600 Millionen Jahre alt sind, findet man in den westlichen Gebieten, während das Gestein im Osten jünger ist und hauptsächlich aus Sedimentgesteinen besteht, die in den Erdzeitaltern Kambrium, Ordovicium und Silur (vor 400-600 Millionen Jahren) abgelagert wurden. Dieses Gebiet nennt man übrigens Trondheimsfeld. Diese Sedimentgesteine im östlichen Teil des Dovrefjells wurden unter der kaledonischen Gebirgsauffaltung vor ca. 400 Millionen Jahren aufgefaltet und übereinander geschoben (LESER, H., 1995).

Das häufigste Gestein im westlichen Teil ist Gneis, während im östlichen Teil (dem Trondheimsfeld) Phyllit vorherrscht. Doch man findet hier auch eine Reihe anderer Gesteine: u.a. Sand- und Kalkstein, Gabbro und umgeformte vulkanische Gesteine wie z.B. den charakteristischen GRØNNSTEIN.

Wo sich das Drivadalen durch das Dovrefjellplateau schneidet, findet sich eine Trennlinie in Landschaft und Vegetation. Im Westen befinden sich überwiegend steile Berge, die aus der kaledonischen Gebirgsbildung hervorgegangen sind. Die vorherrschenden Gesteinsarten sind hier Eruptivgesteine und verwitterte Schieferarten. Über Jahrtausende wurde die Landschaft durch Gletscher geprägt und geformt. Vor 50 – 60 Millionen Jahren begannen Bewegungen in der Erdkruste die bis zu einer Milliarde Jahre alten Landmassen umzuformen. Ein Teil dieses entstandenen Faltengebirges sank unter den Meeresspiegel ab, während sich das restliche Land insbesondere im Westen und Nordwesten anhob. So entstanden die riesigen Hochebenen und Fjelle. Der größte Teil Norwegens besteht aus einem Gebirgszug, dem Skanten. Der Boden auf diesem Gebirge ist nahrungsarm und die Vegetation karg. Im Osten dagegen sind die Fjellpartien abgerundeter und der Boden kalkreich.

#### 4.2.3 Botanik

Die nahrungsreichen Gesteine bilden eine Grundlage für Pflanzen, die hohe Ansprüche an den Boden stellen. Die Knutshø östlich von Kongsvoll ist botanisch gesehen der artenreichste Pflanzenberg in Nordeuropa.

Im Nationalpark und den umgebenden Naturschutzgebieten hat man 420 Pflanzenarten gefunden, davon 170 der fast 250 bekannten skandinavischen Gebirgspflanzen.

Viele davon sind selten, und einige haben ihre Namen von dem Gebiet: z.B.

"Knutshørrapp", Dovrelöwenzahn und Dovremohn.

Andere, wie die Arktische Glockenblume und der Norwegische Wermut, wachsen darüber hinaus nur an wenigen anderen Stellen in Norwegen - vielleicht, weil diese Pflanzen die letzte Eiszeit auf isolierten, eisfreien Gebieten wie z.B. an der Küste oder auf Bergspitzen, die aus dem Eis herauschauten, überlebt haben.

Die große Vielfalt an Blühpflanzen führt man auf die kalkreichen Schieferböden zurück. Die Verbreitungsmuster einiger nur hier lebender Pflanzen führten zur Entwicklung von Theorien der norwegischen Pflanzengeographie, die noch heute Gültigkeit haben.

#### 4.2.4 Zoologie

Auf dem Dovrefjell herrscht ein reiches Vogelleben vor, und die Mooregebiete im Zwergweidengürtel, wie etwa das Fokstumyra sind wichtige Rastplätze auf dem Vogelzug wie auch Brutplätze besonderer Arten wie Kranich, Kampfläufer, Grünschenkel, Odinshühnchen, Regenbrachvogel, Blaukehlchen, Prachtttaucher, Raubwürger und vieler anderer Vogelarten. Darüber hinaus kommen auf dem Dovrefjell die typischen Gebirgsvogelarten Norwegens vor: u.a. Steinschmätzer, Goldregenpfeifer, Mornellregenpfeifer und Alpenschneehuhn. An Raubvögeln findet man Steinadler, Kornweihe, Raufußbussard, Gerfalke, Turmfalke, Zwergfalke und Sumpfohreule. Als hochnordischer Streifvogel ist auch die Schnee-Eule schon auf dem Dovrefjell beobachtet worden.

Das Dovrefjell hat mit Polarfuchs, Hermelin, Mauswiesel und Vielfraß (vor allem im Snøhetta-Gebiet) noch einen halbwegs intakten Gebirgs-Raubtierstamm und beheimatet mit Moschusochse und Wildren auch die anderen (ehemals) typischen Großtiere des Fjells. Man kann sagen, dass es sich beim Dovrefjell/Skrymtheimen-Gebiet um das letzte nahezu intakte Hochgebirgsökosystem in Europa mit Jäger und Beute in natürlicher Koexistenz handelt (BACKER, A., 1952).

An Kleinnagern, die vor allem für Raubvögel eine wichtige Futterquelle darstellen, gibt es Lemming, Fjellratte und verschiedene Mäusearten.

Außerdem beherbergt das Dovrefjell eine große Anzahl von seltenen Insektenarten, so dass Entomologen aus aller Welt hier forschen.

Die Moschusochsen starben während der letzten Eiszeit in Europa aus. Auf dem Dovrefjell wurden sie in diesem Jahrhundert aus Ostgrönland wieder eingebürgert. Im Jahre 1869 entdeckte eine deutsche Nordpolexpedition auf Nordost-Grönland Moschuswild, was zur Folge hatte, dass Robbenfänger fortan Moschusochsen als Beifang auf Ihren Expeditionen nutzten. Man fing lebende Tiere und verkaufte diese an zoologische Gärten. Ein Teil der Tiere wurde allerdings in anderen Ländern wieder ausgewildert, so auch in Norwegen.

Die wilden Moschusochsen waren während der letzten Eiszeit in ganz Eurasien heimisch, wurden aber in der Folgezeit aufgrund von überhand nehmender Bejagung und Klimaänderungen ausgerottet. Östlich des Urals gab es währenddessen über Jahrtausende weiterhin Moschusochsen, die erst zu Beginn unserer Zeitrechnung ausstarben. In Skandinavien sind bislang sieben Fossilienfunde von Moschusochsen bekannt.



Abb. 11: Moschusochse auf der Straße nach Snøheim



Foto: O. Schwenn

Am besten erhalten ist der Schädelknochen eines ausgewachsenen Bullen, der 1977 in Jämtland in Schweden gefunden wurde. Dieses Tier gehörte zur während der Eiszeit häufigsten Moschusart (*Ovibos pallantis*).

Der heutige Moschusochse (*Ovibos moschatus*) ähnelt sehr stark einem Büffel, wodurch man bis vor kurzem annahm, dass er mit Rindern in der Familie der Hornträger sehr nahe verwandt sein müsse. Inzwischen belegen neuste genetische Untersuchungen, dass der Moschusochse zusammen mit dem in Zentral-Asien heimischen Takin (*Budorcas taxicolor*) zu einer Untergruppe der Schafe und Ziegen gehört.

Der Moschusochse ist ein ausgeprägtes Herdentier und den klimatischen Verhältnissen in der offenen arktischen Tundra hervorragend angepasst. Die Anlage, Fettreserven aufzubauen, um den kurzen arktischen Sommer auszunutzen ist bestens ausgebildet. Um Energie zu sparen sind die Tiere relativ träge. Zusätzlich zu Ihrer Fettschicht haben sie eine hervorragende Wärmeisolierung durch ihre Wolle (Quiviut), der feinsten natürlichen Faser. Entgegen vieler Vermutungen aufgrund seines deutschen Namens besitzt der Moschusochse keine Moschusdrüsen.

Die Paarung der Tiere erfolgt im Juli und August, worauf sich eine ca. 8-9 monatige Tragzeit anschließt. Ein ausgewachsener Bulle erreicht ein Gewicht von 300 bis 400 Kilogramm, Kühe sind in der Regel um bis zu 100 Kilogramm leichter.

Man behauptet vom Moschusochsen, er sei überaus leicht reizbar und aggressiv, was jedoch nur in Situationen zutrifft, in denen das Tier sich bedroht fühlt. Selbst in solchen Situationen wird zunächst eher eine defensive Haltung eingenommen, indem die Herde sich zu einem Kreis vereint und die kräftigsten Bullen mit ihren Hörnern zur Verteidigung nach Außen stehen. Nur wenn die Tiere weiter bedroht werden, kann es auch zu blitzschnellen Angriffen kommen. Ein Ochse kann dabei ohne weiteres bis zu 50 km/h und schneller laufen.

Nachdem zwischen 1947 und 1953, 27 Kälber auf dem Dovrefjell ausgesetzt wurden, überlebten davon nur zehn Tiere. Diese begründeten die heutige Population. Eine Gruppe von ca. 20 Tieren wanderte 1971 in Richtung Schweden ab und ist seitdem in der Femundsmarka am See Rogen heimisch. Auf dem Dovrefjell leben heute über 120 Tiere. Diese Population scheint sehr stabil zu sein, jedoch wurden erst kürzlich eigenartige Krankheitsbilder bei mehreren Tieren beobachtet. Diese zeigten sich in Form von Haut-Entzündungen im Bereich des Mauls und der Füße. Dabei liegt die Vermutung nahe, dass ähnliche Erreger wie bei der bekannten Maul- und Klauen-seuche die Ursache sind. Da die Ochsen wie auch die Schafe in der Region ihren Bedarf an Mineralsalzen häufig durch das Ablecken der im Winter gesalzenen Straßen und Wege decken, ist eine direkte Übertragung zwischen Schaf und Ochse durchaus denkbar.

Wildren gibt es in Europa nur noch in Südnorwegen, und die Stämme des Dovrefjells und Rondanes sind davon die noch genetisch reinsten also mit dem geringsten Hausreneinschlag.

Dovrefjell und Rondane haben die einzige Vielfraßpopulation Südnorwegens.

#### 4.2.5 Geschichte des Dovrefjells

An diese Region knüpft sich eine reiche Geschichte. Schon kurze Zeit nachdem sich vor 9.000 Jahren das Eis zurückgezogen hatte, folgten ihm die ersten Menschen auf das Fjell, wahrscheinlich hinter den Rentieren her, die sich im Sommer an die Gletscherkante zurückzogen.

Man hat Holzkohlefunde gemacht, die sich über 8.800 Jahre zurückdatieren lassen. Im Gegensatz zu anderen Fjellgebieten wie z.B. der Hardangervidda wurden einige Reste von steinzeitlichen Wohnstätten gefunden. Einige der wenigen Fundstellen lie-

gen u.a. entlang des Wasserlaufs der Jora im südwestlichen Dovre und an den Seen Avsjøen und Vålåsjøen an der E6).

Aus der Eisenzeit hat man auf dem Fjell bei Oppdal im nördlichen Dovre eine Reihe Pfeilspitzen und mehrere Grabstätten gefunden. Bei der Almensiedlung Dølia im Follidal wurde um 600 n. Ch. ein Rentierfänger begraben. Als Grabbeilagen fand man u.a. zwei Schwerter, eine Speerspitze, zwei Messer, ein Reibeisen, eine Feile, einen Meißel und 8 Pfeilspitzen.

Außerdem hat man eine Reihe Fanggruben und andere Fanganlagen gefunden. All dies zeugt von dem Wirken der Menschen auf dem Dovrefjell über mehrere tausend Jahre.

Im Laufe des zweiten Jahrtausend entwickelte sich auch ein ständig zunehmender Reiseverkehr über das Dovrefjell. Wallfahrer aus ganz Europa pilgerten nach Nidaros, dem heutigen Trondheim, wo die Reliquien des Heiligen Olavs aufbewahrt wurden.

Erstmals wurden staatliche Fjellpensionen errichtet, die bei Hjerkin und später bei Kongsvoll und Fokstua lagen.

Die Straße über das Dovrefjell wurde 1800 ausgebessert, und in den Jahren 1858-59 entlang der Driva gelegt, wo die heutige Trasse der E6 verläuft.

Die ersten Schutzmaßnahmen für das Dovrefjell kamen 1911, als die seltensten Pflanzen unter Naturschutz gestellt wurden. 1921 wurde die Dovrebahn eröffnet. Wegen der damit zusammenhängenden Zerstörung des Lebensraums von zahlreichen Vögeln, wurde 1923 zu deren Schutz das Fokstumyra Naturschutzgebiet eingerichtet.

Die staatlichen Fjellstuer wurden nach und nach privatisiert. Der letzte Besitzer Kongsvolls vererbte das Anwesen und dessen Nachfahre schenkte es schließlich an den norwegischen Staat.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die angestrebten Untersuchungen in dieser Region bislang nur in wenigen Teilbereichen des Naturraumes erfolgt sind, eine wissenschaftliche Analyse des Tourismus bislang fehlt.

Viele ortsansässige Institutionen begrüßen eine solche Arbeit und sind bereit, diese durch Kooperationen zu unterstützen.

Der Tourismus ist selbstverständlich auf der einen Seite eine wichtige Einnahmequelle für die Menschen in der Region, stellt jedoch gerade in den letzten Jahren eine immer größer werdende Gefahr für den Naturraum dar.

Auch die Einschränkung bzw. Aufhebung des so genannten Jedermannsrechts in Norwegen wurde bereits in Erwägung gezogen, um zu verhindern, dass derart empfindliche Naturräume durch Unachtsamkeit vernichtet werden.

Abb. 12: Erosionsschäden im Fjellgebiet



Foto: O. Schwenn

### 4.3 Nutzung

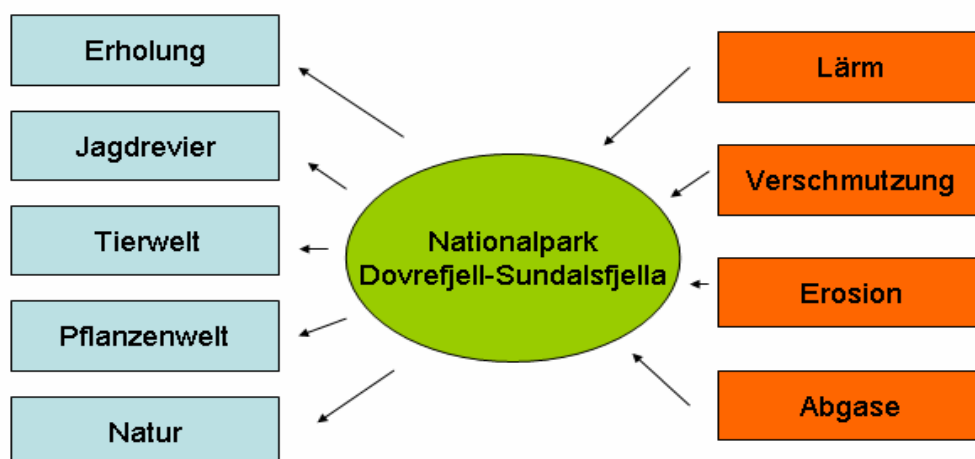
Neben der klassischen Nutzung eines solchen Naturareals als Rückzugsraum für bedrohte Tier- und Pflanzenarten dient der Nationalpark auch dem Menschen zur Ausübung diverser Aktivitäten.

So bietet sich hier die Möglichkeit zum Fischen und Jagen, Wandern und Mountainbiken, als auch zum Klettern und Paragliding – im Winter auch zum Skitouren gehen

und für den alpinen Wintersport. In der Region um Oppdal haben sich in den letzten Jahren zahlreiche Anbieter für diese Aktivitäten angesiedelt und eines der größten Wintersportzentren Norwegens etabliert. Eine Übernutzung durch ausländische Touristen ist bislang aufgrund der großen Entfernung zu Oslo ausgeblieben, ein immer stärker werdender Trend, Norwegen mit dem Wohnmobil zu bereisen, führte allerdings in letzter Zeit dazu, dass die Besucherzahlen sprunghaft ansteigen.

Die Europastraße E6 ist die einzige größere Straßenverbindung zwischen Oslo und Trondheim und wird aufgrund ihres guten Ausbaus als Hauptreiseroute genutzt. Somit bietet sich hier auch für den Durchgangsverkehr von oder nach Trondheim die Gelegenheit, einen Tag auch im Dovrefjell-Sundalsfjella Nationalpark zu verbringen. Dies ist zum einen die Chance für die einheimische Bevölkerung an dem großen Kuchen des zunehmenden Fremdenverkehrs zu partizipieren, aber auch mit der Gefahr verbunden, wertvolle Naturressourcen zu verlieren. Hier liegt der entscheidende Punkt, an dem sich die Möglichkeit bietet, durch vernünftige Planung allen Interessen gerecht zu werden.

Abb. 13: Belastungen und Nutzungen im Nationalpark



Quelle: eigene Darstellung

Die öffentliche Diskussion um die zukünftige „Verwendung“ des Militärgeländes spiegelt sich auch in der regionalen Presse wieder. Umweltschützer fordern eine vollständige Stilllegung des Areals und einen kompletten Rückbau jeglicher Infrastruktur, während große Teile der Bevölkerung solche Schritte nicht verstehen können. Hier ist sicherlich bei der Umsetzung welcher Pläne auch immer, eine Menge an Fingerspitzengefühl gefordert.

Die Chance jedoch, einen ohnehin über viele Jahrzehnte intensiv genutzten Raum, jetzt als eine Art „Schaufenster“ des Nationalparks zu entwickeln, sollte nicht ungenutzt bleiben.

#### **4.4 Naturschutz und Wirtschaftszweig einer Region**

Dass sich Naturschutz und wirtschaftliche Interessen nicht unbedingt ausschließen müssen zeigt sich anhand zahlloser Beispiele ähnlicher Projekte. Zunächst müssen natürlich die gesetzlichen Grundlagen für ein verantwortungsbewusstes Handeln durch die Politik geschaffen werden.

Dass nicht jede Form der Nutzung beider Seiten (Natur und Mensch) gleichermaßen Vorteile bringen kann ist klar. Entscheidend ist jedoch, dass durch Abgleichung von Belastung und Nutzen eine Art Gleichgewicht geschaffen werden muss. Gemeint sind hier insbesondere Einnahmen, die beispielsweise durch das Erheben von Gebühren, wie zum Beispiel Eintritt, Guiding, Bustickets u.a. entstehen, in den Umweltschutz bzw. den Schutz des Nationalparks reinvestiert werden.

Von der Einrichtung eines Infozentrums eines Nationalparks profitieren die verschiedensten Berufsstände in der Region aber auch überregional. Bindet man beispielsweise Busunternehmen, die Bahn oder Reiseveranstalter im In- und Ausland mit in ein solches Konzept ein, so sollte auch von dieser Seite ein Teil der Gewinne in den Naturschutz zurückfließen.

Nach Umfragen unter den Touristen zeigte sich, dass viele bereit sind, für Ihren Urlaub mehr zu bezahlen, wenn dadurch weniger zerstört wird, als bei den „konventionellen“ Reisen.

Die zahlreichen norwegischen Attraktivitätsfaktoren haben eine zentrale Bedeutung bei der Wahl des Urlaubslandes. Wenn sich der Urlauber aufgrund von „Schubfaktoren der Motivation“ bereits zur Durchführung einer Reise entschieden hat, kommen

die Zugfaktoren zum Tragen. Dies sind Motive, die in der Regel unmittelbar mit den Bedingungen und Gegebenheiten des jeweiligen Urlaubslandes verknüpft sind. Es handelt sich dabei in erster Linie um so genannte Attraktivitätsfaktoren. Sie locken nicht nur die Urlauber in das Land, sondern erfüllen auch deren Bedürfnisse.

Ein konkretes Beispiel aus dem Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark soll diesen Sachverhalt stellvertretend für das ganze Land Norwegen vertreten und erläutern: Die frei lebende Population der Moschusochsen gehört unbestritten zu den Attraktionen dieses Naturraumes. Zahlreiche Urlauber kommen ausschließlich in diesen Nationalpark, um diese Tiere aus nächster Nähe in ihrer natürlichen Umgebung sehen zu können. In diesem Fall spricht man von einem so genannten Zugfaktor (Pullfaktor). Dieses Naturerlebnis deckt dann zeitgleich auch die anderen Bedürfnisse der Urlauber, wie Ruhe, Aufenthalt in der Natur, Angeln, Wandern und vieles mehr ab. Im Laufe der Zeit hat sich das, was als touristisch anziehend empfunden wurde, geändert. Die Menschen kommen nicht mehr nur ausschließlich wegen der Chance, Moschusochsen sehen zu können hierher, sondern entdecken auch die anderen Seiten des Nationalparks. Immer wieder kommen neue Angebote, wie Eisklettern, Rafting, Elchsafari, Fjellwanderungen u. a. hinzu.

Daher unterscheidet man unter den touristischen Angeboten zwischen den „ursprünglichen Angeboten“ und den „abgeleiteten Angeboten“ (KASPAR, 1996).

Auf ganz Norwegen übertragen gehören Attraktionen des „Naturraumes“, mit seinen Landschaften und der Flora und Fauna, den Naturereignissen, dem Klima und den Naturerlebnissen zu den ursprünglichen Angeboten des Landes. Die abgeleiteten Angebote umfassen Attraktionen des Kulturräumes. Allerdings muss hierbei differenziert werden, ob es sich um Angebote handelt, die speziell für die Touristen geschaffen wurden oder um Angebote für die Einheimischen. Angebote des physiogeografischen Raumes gehen vielfach in abgeleitete Angebote über. Beispiele findet man im Bereich der Unterkünfte, so werden Hotels, Ferienhäuser oder Campingplätze vielfach an einer landschaftlich attraktiven Stelle errichtet. Weitere Überschneidungen bestehen im Bereich der Aktivitäten. So nutzen die Touristen den Naturraum u. a. zum Wandern, Rafting, Langlauf, Angeln oder auch zum Mountainbiking. Die Bedeutung als „Lockmittel“ ist individuell unterschiedlich und abhängig von der Urlaubsform. So spielt das Naturerlebnis bei den Pauschaltouristen, die mit dem Reisebus unterwegs sind, eine untergeordnete Rolle.

Bei dem Individualtouristen, der sich über einen längeren Zeitraum an einem Ort z. B. in einem Ferienhaus aufhält und sich überwiegend in der Natur bewegt, hat das Naturerlebnis einen weitaus höheren Stellenwert. Für diesen Urlaubertyp können die klassischen Sehenswürdigkeiten eine untergeordnete Rolle spielen. Für den Reisebustouristen jedoch sind die Sehenswürdigkeiten wichtig und haben bereits bei der Buchung der Reise einen hohen Stellenwert, weil sie von den Reiseveranstaltern als Reiseleistungen am Reiseziel aufgelistet werden. Der Reisegast hat sich im Vorfeld daran orientiert und fällt seine Entscheidung, mit welchem Reiseveranstalter er fährt, u. a. abhängig von den angebotenen Attraktionen im Verhältnis zum Reisepreis bzw. dessen Preis-Leistungsverhältnis.

Den Attraktivitätsfaktoren des Naturraumes (physiogeografischer Raum) lassen sich in die Flora und Fauna, Naturereignisse, Naturerlebnisse, Klima, Landschaft, Unterkunft und Aktivitäten unterteilen, während z. B. die norwegische Küche, das Kulturangebot oder spezielle touristische Angebote, attraktive Städte, Kultur und Leben, Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten und Unterkunft Bestandteile des Kulturraumes sind. Die Unterkünfte und die Aktivitäten können sich einerseits im physiogeografischen Raum befinden bzw. durchgeführt werden und andererseits anthropogeografischen Rahmenbedingungen unterliegen.

Wie bei der Beschreibung der Landschaften Norwegens schon deutlich wurde, sind vielfältige Naturerfahrungen von hohem Reiz. Dazu kommen sportliche Aktivitäten und Erfahrungen, die z. T. Abenteuercharakter haben (z. B. Rafting, Schlittenhundefahrten, Kanuwandern, Bergwandern, Gletschertouren). Es sind sehr unterschiedliche Dimensionen von Naturerfahrungen, die prinzipiell unterschieden werden können:

- Mediale Dimension: Das Image und die indirekten Erfahrungen werden uns von den Medien vermittelt. Sie prägen wesentlich unsere Stereotypen.
- Erkundende Dimension: Beobachten und Erforschen
- Erholungsbezogene Dimension: Erholung in der Natur



## 5. ERGEBNISSE

### 5.1 Befragung der norwegischen Besucher

Der typische Norwegenurlauber ist ein Individualtourist, der seine Unterkunft und Anreise selbst organisiert und sich meistens mit dem eigenen PKW fortbewegt. Er benutzt oftmals Ausrüstungen und Sportgeräte, um die verschiedenen Natursportarten zu betreiben. Dabei wird in der Regel eher selten die Hilfe von örtlichen Tourismusbetrieben in Anspruch genommen, außer man bewegt sich in Gefahrenbereiche oder kommt ohne fachkundige Führung nicht an sein Ziel (DREYER, A.; KRÜGER, A., 1995). Nur in solchen Fällen nutzt der Norwegenreisende auch die Angebote von „Kleinstanbietern“, die von Klettertouren über Tier- und Pflanzensafaris bis hin zu geführten Rafting, Kajaking, Canyoning, Schneeschuh- oder Fjelltouren ein umfangreiches Programm anbieten.

#### 5.1.1 Verkehrsmittel

Bei der Befragung der norwegischen Touristen ergab sich ein sehr deutliches Bild. 96 % aller befragten Norweger reisen mit dem eigenen PKW an. Nur jeweils 2% benutzen ein Motorrad oder den Zug als Verkehrsmittel. Dieses Ergebnis war auch nicht anders zu erwarten, wenn man berücksichtigt, welche Entfernungen in diesem Land zurückgelegt werden müssen, um etwa vom Land in die Stadt zu kommen. Zunächst muss man die Situation des Landes in seiner Gesamtheit betrachten. Auch in Norwegen ist das eigene Auto eine Art Statussymbol. Hinzu kommt, dass es kein Bahnnetz im eigentlichen Sinn, das mit dem deutschen vergleichbar wäre, gibt. Es gibt eine Nord-Süd-Verbindung und noch verschiedene Verbindungen an die Küste. Wenn ein Norweger also an bestimmte Punkte gelangen möchte, die sich außerhalb einer Bahnverbindung befinden, bleiben ihm nur noch die Möglichkeiten Bus oder eigener PKW. Da jedoch auch die Busse nur entlang der E6, also parallel zur Bahn verkehren und das auch nur maximal viermal pro Tag, zeigt sich, warum man generell auf das Auto angewiesen ist.

Viele Norweger pendeln täglich Strecken von bis zu 250 Kilometer zwischen Wohnort und Arbeitsplatz. So ist man an Mobilität gewöhnt und weiß diese auch zu schätzen.

Vergleicht man dagegen im Raum Oppdal das Angebot an Linienbussen, wird die Situation noch wesentlich deutlicher. Es gibt nur zwei Busse pro Fahrtrichtung und Tag. Diese starten zeitgleich in Trondheim und in Oslo. Gegen Mittag starten die beiden letzten Busse an den jeweiligen Stationen in den Städten. Somit treffen in der Region Oppdal, das etwa auf halber Strecke der über achtstündigen Fahrt liegt, die beiden ersten Busse am frühen Vormittag, die beiden letzten am späten Nachmittag ein. Wer in dieser Zeit aber eine Tour ins Hochgebirge plant, kann mit einer solchen Busverbindung relativ wenig anfangen.

Sehr ähnlich verhält es sich derzeit auch noch mit den Zügen. Da aber sowohl die Norwegische Staatsbahn, als auch private Busunternehmen von einer höheren Frequenz bei steigender Nutzung profitieren würden, wurden bereits jetzt Stimmen laut, die die Idee, Hjerkin Skytefelt zu erhalten, begrüßen würden.

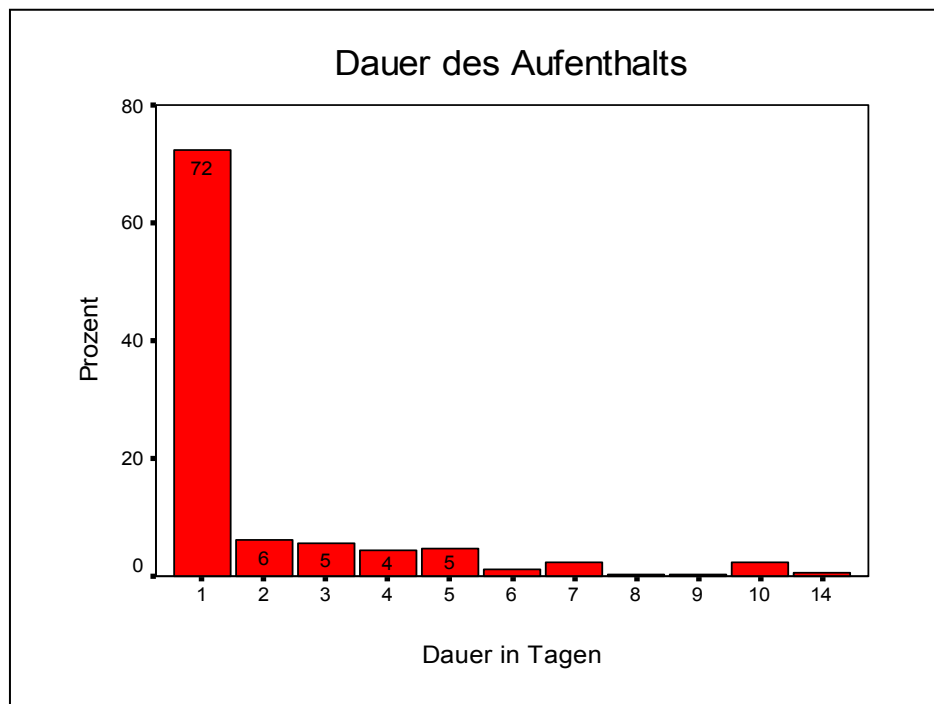
Im speziellen Fall von Hjerkin böte sich allerdings die Möglichkeit, neben der Eigenanreise auch die beiden Alternativen Bus und Bahn zu stärken, zumal sowohl ein Bahnhof, als auch eine Bushaltestelle bereits vorhanden sind. Durch die entsprechende Bewerbung dieser beiden Alternativen durch Sonderpreise oder spezielle Wanderertickets, etwa mit kostenfreiem Gepäckservice, kann eine Trendwende erreicht werden.

Dies müssen die vorrangigen Ziele beim Aufbau eines Infozentrums sein. Nur wenn es langfristig gelingt, den Touristen auch diese Alternativen als lohnend darzustellen, wird der Individualverkehr zumindest stagnieren können. Auch wäre eine Anbindung weiterer, an der Bahnlinie liegender Nationalparks wie Rondane und Jotunheimen denkbar, zumal sehr viele Besucher sich auf der Durchreise befinden und oftmals auch noch andere Nationalparks besuchen möchten.

Dass ein solches Programm auch von vielen Personen genutzt würde, zeigt sich bei einer Projektion der Situation auf die Hurtiglinie. Hier laufen seit Jahrzehnten die ehemaligen norwegischen Postschiffe verschiedene Häfen an und ermöglichen den Mitreisenden bis zu eintägige Landgänge. Diese Form der Reise erfreut sich schon seit mehreren Jahren stetig steigender Personenzahlen.

## 5.1.2 Aufenthaltsdauer

Abb. 14: Wie lange bleiben Sie in der Region?



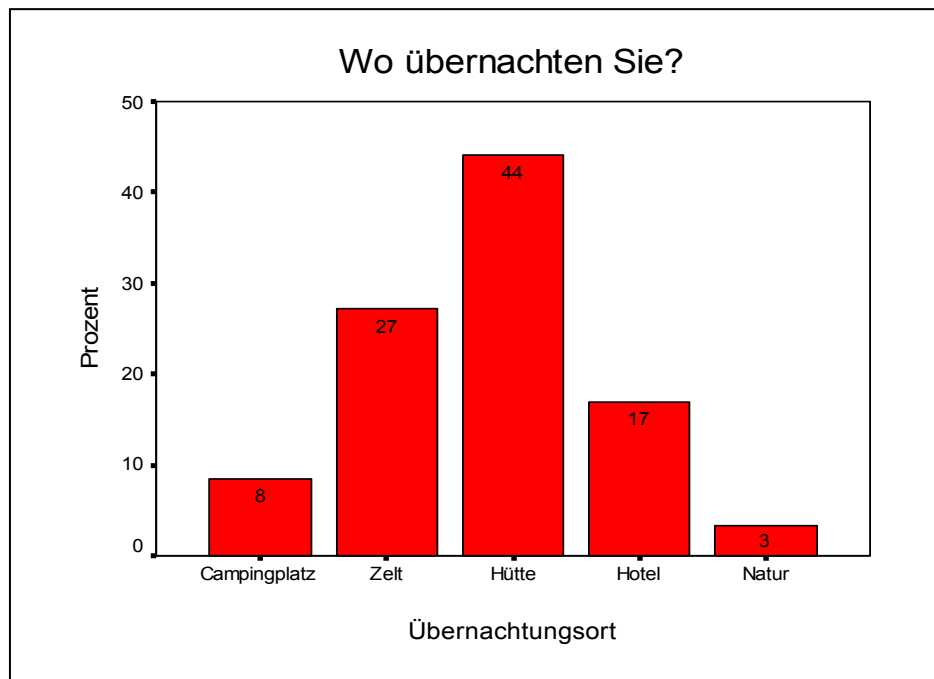
Quelle: Eigene Darstellung

Als signifikant lässt sich das Ergebnis der Fragestellung zum Thema Aufenthaltsdauer bezeichnen. Von den befragten Norwegern sind die meisten nur einen Tag im Gelände und verlassen dies nach einer eintägigen Tour wieder. Aus Individual-Interviews ergab sich, dass die Norweger meist aus der unmittelbaren Umgebung kommen (bis maximal 100 km Anfahrtsweg) und nach der Tour wieder in Ihren Wohnort zurückfahren. Einige wenige befanden sich dabei auf der Durchreise und besuchten den Nationalpark, weil er auf dem Weg lag.

Somit stellt sich heraus, dass ein großer Prozentsatz von Tagestouristen zielgerichtet genau dieses Gebiet besucht, was für eine weiterführende Planung der infrastrukturellen Entwicklungen von großer Bedeutung ist.

### 5.1.3 Übernachtungsort

Abb. 15: Übernachtungsort



Quelle: Eigene Darstellung

Ein großer Teil aller Befragten nannten auf die Frage, wo sie übernachten würden eine Hütte als Übernachtungsort. Dabei muss zunächst klargestellt werden, dass Hütten wie man sie in Deutschland kennt eher selten in Norwegen anzutreffen sind. Vielmehr bezeichnet der Norweger kleine „Holzbuden“ als Hütten. Diese finden sich fast an jeder größeren Straße oft aber auch auf Campingplätzen. Diese so genannten „Hytter“ besitzen in der Regel, je nach Größe einen oder mehrere Schlafplätze und eine Sitzgelegenheit, manchmal auch eine Kochgelegenheit. Diese werden bevorzugt von Durchreisenden meist nur für eine oder zwei Nächte angemietet und dienen bei schlechtem Wetter als Alternative zum Zelt.

Das Zelten in der Wildnis hingegen ist in Norwegen anders als in Deutschland erlaubt und (noch) fester Bestandteil des so genannten „Allemansrett“, dem Jedermannsrecht. Entsprechend populär ist diese Variante, die den Touristen die Möglichkeit bietet, die Natur sozusagen hautnah zu erleben. Welche genauen Kriterien dabei eingehalten werden müssen, wird im Abschnitt Jedermannsrecht näher erläutert. Hotel und Campingplatz sind weitere Varianten der Übernachtungsformen, werden jedoch weitaus weniger in Anspruch genommen.

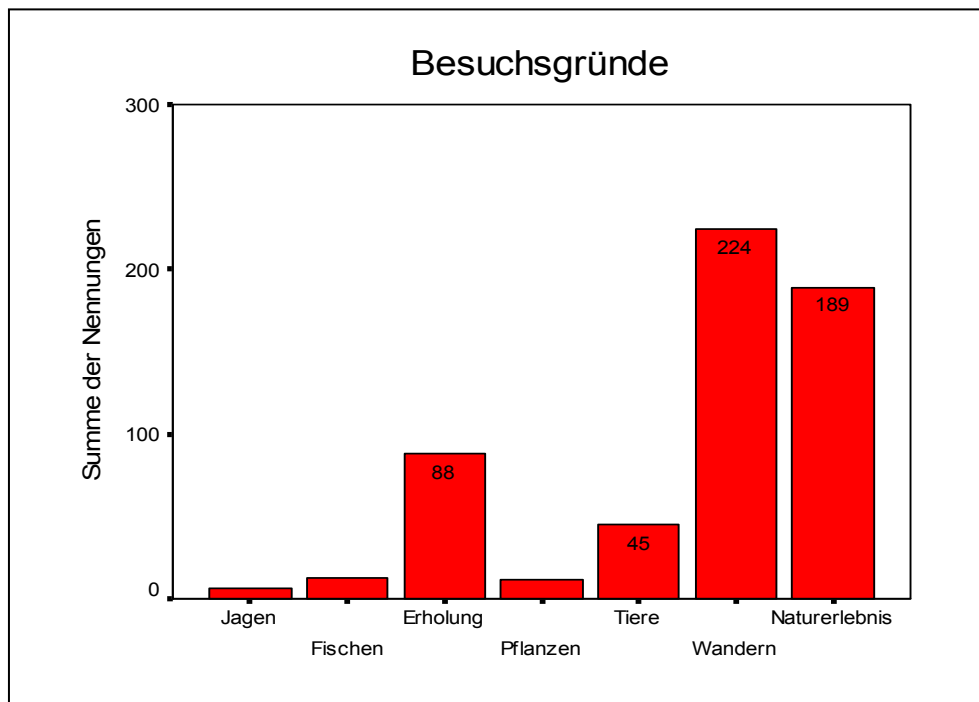
Bei der vorliegenden Befragung musste jedoch genau darauf geachtet werden, dass es nicht zu Missverständnissen kommt, da die meisten Campingplätze sowohl *Hytter* wie auch Gelegenheit zum Zelten anbieten. In solchen Fällen wurde gegebenenfalls nachgefragt, wo die jeweilige Unterbringung exakt erfolgte.

#### 5.1.4 Besuchsgrund

Fragt man die Norweger nach ihren Gründen für einen Besuch, so sind die Antworten relativ eindeutig ausgefallen. 224 Personen nannten „Natur erleben“ als Hauptgrund ihres Aufenthalts. Zweithäufigste Nennung ist das Wandern mit 189 Nennungen, was nicht verwunderlich ist, gilt doch das Fjellwandern in Norwegen als eine Art Volkssport.

Die eigentlich vermuteten Gründe, wie Tiere und Pflanzen beobachten, Erholung sowie Fischen und Jagen sind wesentlich seltener genannt worden. Da die Befragung über das ganze Jahr verteilt durchgeführt wurde, kann man auch nicht anführen, dass gewisse Personengruppen wie Jäger und Angler nicht berücksichtigt worden seien. Es lässt sich daher die Aussage treffen, dass die norwegischen Touristen bzw. Parkbesucher überwiegend in die Region kommen, um die Natur zu erleben und ihren Aufenthalt für Wanderungen zu nutzen. Dies geschieht in den meisten Fällen in Form von Tagesausflügen. Dabei reisen die Besucher im Schnitt aus einem Umkreis von bis zu 120 km an und fahren am selben Tag wieder zurück in ihren Heimatort. Andere haben in der Region kleinere Sommerhäuser und Ferienhütten, die sie für verlängerte Wochenenden nutzen.

Abb. 16: Besuchsgrund

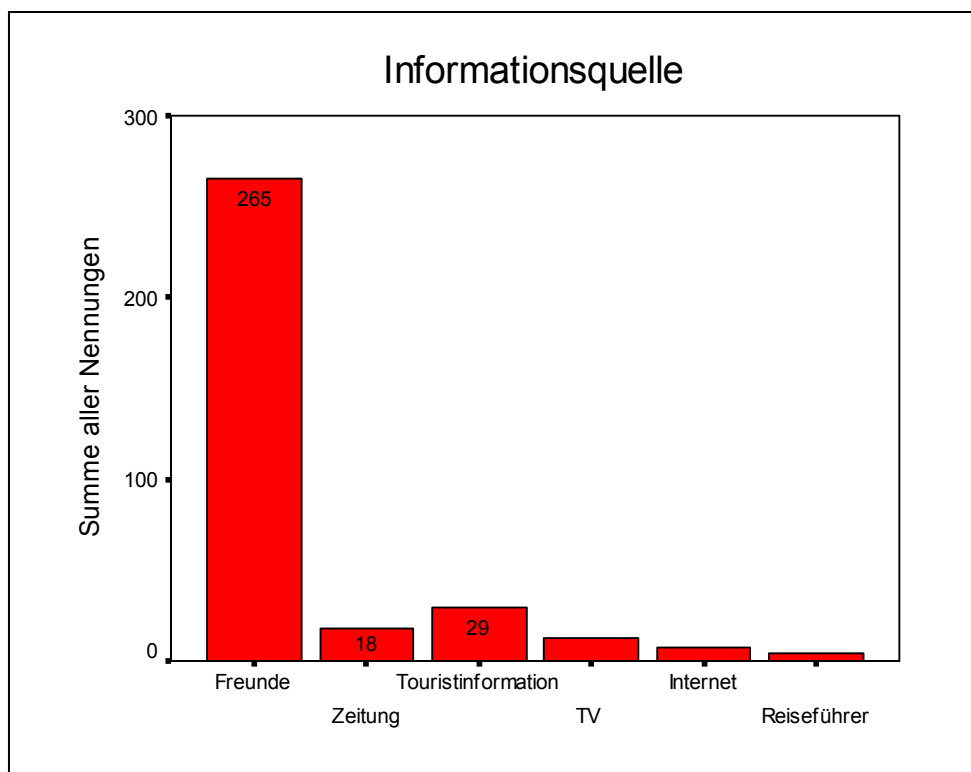


Quelle: Eigene Darstellung

### 5.1.5 Informationen

Dieser Teil der Befragung befasst sich ausschließlich mit den Informationsquellen der Touristen. Hier wird deutlich, dass trotz intensiver Bewerbung von Nationalparks in Broschüren und Prospekten die größte Bedeutung den persönlichen Kontakten zukommt. Von 337 befragten Norwegern nannten 265 Personen den Informationsaustausch über Freunde als die wichtigste Quelle. Nur 29-mal wurde die Touristinformation aufgeführt, gefolgt von Zeitung und Fernsehen. Für ein späteres Marketingkonzept ist das eine überaus wichtige Erkenntnis. Nur zufriedene Gäste werden auch unter ihren Bekannten die nötige Werbung für einen Ort machen, der ihnen gefallen hat. Es hat daher wenig Sinn, kostenaufwendige Broschüren für Touristinformationen zu drucken, wenn diese nur wenig Einfluss auf das Besuchsverhalten der Norweger hat. Es ist jedoch anzunehmen, dass die Bedeutung des Internet in den kommenden Jahren deutlich zunehmen wird. Im gleichen Zuge, wie die Online-Buchungen für Flüge, Zugfahrten oder Busreisen zunehmen, werden auch die Recherche und die Buchung von Reisen durch Individualtouristen zunehmen.

Abb. 17: Woher haben Sie Ihre Informationen?



Quelle: Eigene Darstellung

### 5.1.6 Alter der Befragten

Das Alter der Befragten ist von einer ähnlich großen Bedeutung, weil sich darüber auch viele Rückschlüsse über berufliche, finanzielle aber auch die Bildungssituation ziehen lassen. In der vorliegenden Befragung wurden die Touristen in 5 Altersklassen unterteilt. Klasse eins beinhaltet alle Personen zwischen 0 und 18 Jahren.

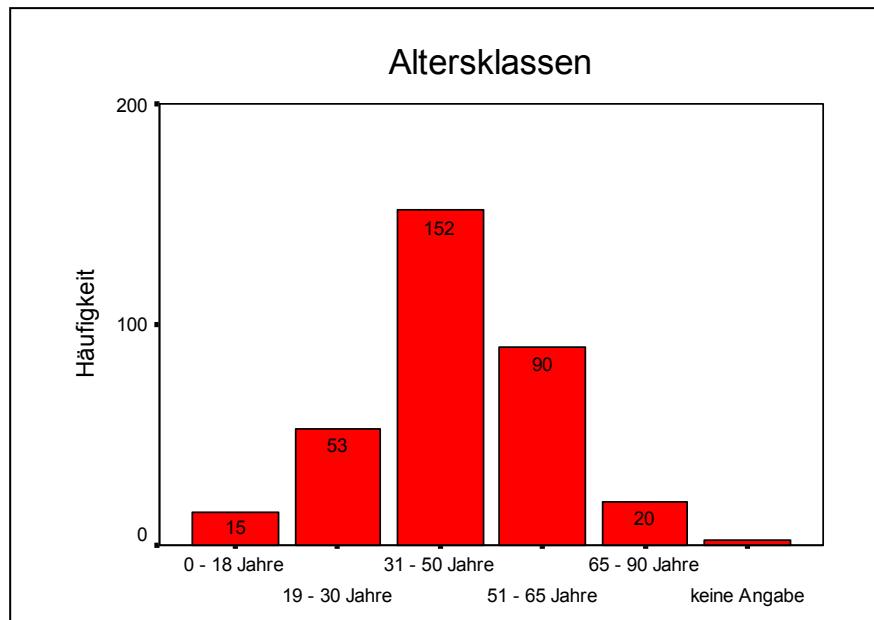
Die zweite Klasse umfasst alle Befragten zwischen 19 und 30 Jahren, während die dritte Klasse alle zwischen 31 und 50 Jahren beinhaltet.

Die Altersklasse vier bezieht sich auf Personen zwischen 51 und 65 Jahren und die letzte Gruppe alle die 66 Jahre und älter sind.

Hier zeigt sich eine typische Normalverteilung. Die Klassen 1 und 5 sind mit einmal 15 und einmal 20 Personen am schwächsten besetzt. Die Klassen 2 und vier haben mit 53 und 90 Befragten eine erheblich höhere Belegung und die Gruppe der 31- bis 50-Jährigen ist mit 152 von insgesamt 337 Personen die am stärksten besetzte Gruppe. Im Folgenden wird eine Korrelation zwischen Alter und Einkommen zeigen, ob ein Zusammenhang zwischen diesen beiden Faktoren besteht. Es ist signifikant,

dass der Personenkreis, der im Berufsleben steht und somit wohl auch die höchsten finanziellen Mittel zur Verfügung haben dürfte, die meisten Vertreter stellt.

Abb. 18: Alter der befragten Personen



Quelle: Eigene Darstellung

### 5.1.7 Meinung zum Projekt

Auch die Ideen rund um das Projekt von Hjerkins wurden auf ihre Akzeptanz hinterfragt. Dabei zeigte sich, dass unter allen norwegischen Befragten 92 % von der Idee, das Militärgelände auch nach 2005 für den Tourismus zu erhalten, positiv überzeugt waren. Nur 3 % waren dagegen und begründeten dies auch unter Angabe von zum Teil nachvollziehbaren Bedenken im Bereich des Umweltschutzes. Die übrigen Befragten hatten von der Gesamtsituation und der laufenden Diskussion um die weitere Nutzung noch nichts gehört. In Einzelinterviews zeigte sich, dass viele der Besucher des Areals schon seit sehr vielen Jahren die Straße von Snøheim als Zubringer zum Gebiet „Snøhetta“ nutzen, um von hier aus ihre Touren zu beginnen.

Da mittlerweile auch die Gebäude von Snøheim dem DNT (Den Norske Turistforening) zur weiteren Nutzung übertragen wurden, wird ein kompletter Rückbau der Schotterstraße als nicht nachvollziehbar angesehen. Einzelne Befragte äußerten sich auch sehr kritisch zur weiteren Entwicklung des Individualverkehrs innerhalb des eigentlichen Gebietes des Nationalparks. Man erkennt hier durchaus eine Problematik,



dass ein unkontrollierter Besuch des Parks auch langfristige Schäden in der Natur hervorbringen würde. Viele sind sogar dazu bereit, Gebühren in Kauf zu nehmen, um ihr Auto an der E6 zu parken, um eine Parksituation wie die momentane zu verhindern.

Hier wird deutlich, dass die norwegische Bevölkerung durchaus in der Lage ist, die Naturressourcen ihres Landes wertzuschätzen.

### 5.1.8 Einkommen

Die Untersuchung des Einkommens der befragten Personen ist immer eine sehr intime Fragestellung, die auch nicht generell von allen Probanden beantwortet wurde. Von insgesamt 337 Befragten beantworteten nur 308 diese Frage. Um nicht zu indiscret zu fragen, wurden bereits im Vorfeld drei Gehaltsklassen gebildet, in die sich die jeweils befragte Person selbst einteilen konnte. Klasse 1 umfasste somit alle Personen deren Jahreseinkommen unterhalb von 250.000 norwegischen Kronen liegt. Klasse 2 beinhaltet alle Befragten, deren jährliches Einkommen zwischen 250.000 und 500.000 norwegischen Kronen liegt, während die dritte Gruppe alle umfasst, deren Jahreseinkommen oberhalb der 500.000 norwegischen Kronen liegt. Gruppe 1 war hier mit 78 Nennungen die zeitstärkste Gruppe hinter Gruppe zwei mit 185 Personen. Nur 45 Befragte ordneten sich der Gruppe 3 mit einem jährlichen Einkommen von über 500.000 norwegischen Kronen zu.

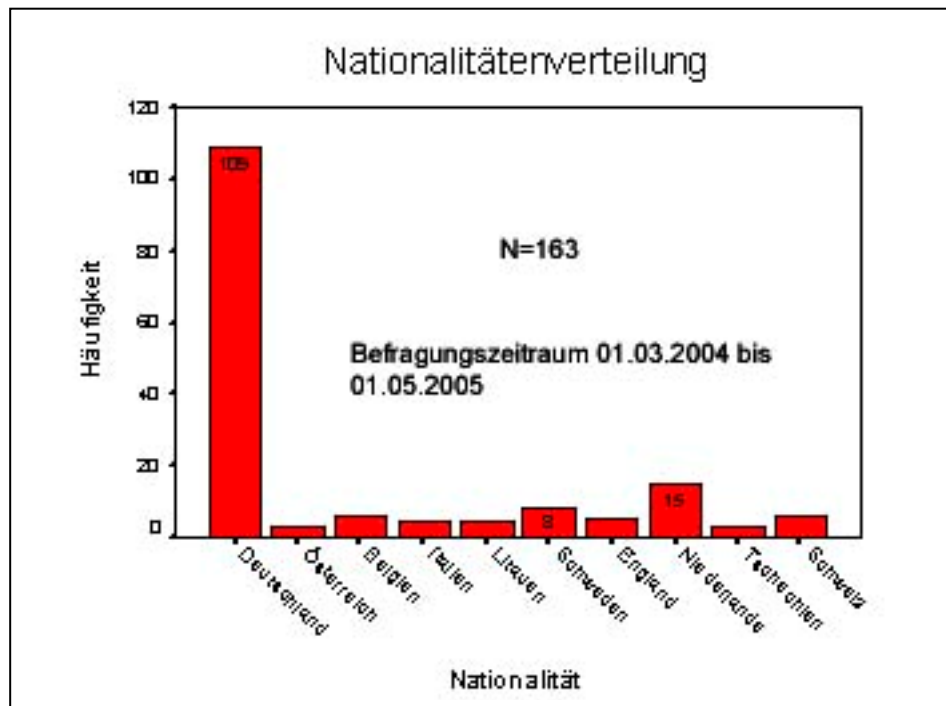
## 5.2 Befragung der ausländischen Besucher

### 5.2.1 Nationalitätenverteilung

Diese Grafik zeigt die Anteile der verschiedenen Nationalitäten an der Gesamtzahl der Befragten. Mit Hilfe verschiedener Korrelationen lassen sich beispielsweise unterschiedliche Verhaltensmuster der jeweiligen Landsleute bestimmen. Bislang liegt beispielsweise eine Informationsbroschüre über den Nationalpark ausschließlich in Norwegisch vor. Anhand dieser Verteilung ist zu erkennen, dass Besucher aus den Niederlanden und aus Deutschland einen erheblichen Anteil an den ausländischen Touristen haben. Nur durch an die jeweiligen Bedürfnisse angepasste Situationen

lassen sich Touristen in die Region ziehen und auch zu weiteren Besuchen animieren. Gerade die als ideal zu betrachtende Lage an Norwegens wichtigster Nord-Süd-Verbindung, sowohl im Straßen- als auch im Schienenverkehr, könnte durch eine zielgerichtete Bewerbung zu großem Erfolg führen.

Abb. 19: Nationalitäten-Verteilung



Quelle: eigene Darstellung

Tab. 7: Nationalitäten-Verteilung

Nationalität	Häufigkeit	Prozent	gültige Prozente	kumulierte Prozente
Deutschland	71	65,1	65,1	65,1
Österreich	2	1,8	1,8	67,0
Belgien	5	4,6	4,6	71,6
Italien	3	2,8	2,8	74,3
Litauen	2	1,8	1,8	76,1
Schweden	4	3,7	3,7	79,8
England	3	2,8	2,8	82,6
Niederlande	12	11,0	11,0	93,6
Tschechien	2	1,8	1,8	95,4
Schweiz	5	4,6	4,6	100,0
Gesamt	109	100,0	100,0	

Quelle: eigene Darstellung

### 5.2.2 Bisherige Besuche in Norwegen

Bei dieser Untersuchung sollte ermittelt werden, ob die Befragten Besucher sich schon mehrmals in Norwegen aufgehalten haben. Auch daraus lassen sich eindeutige Erkenntnisse ziehen.

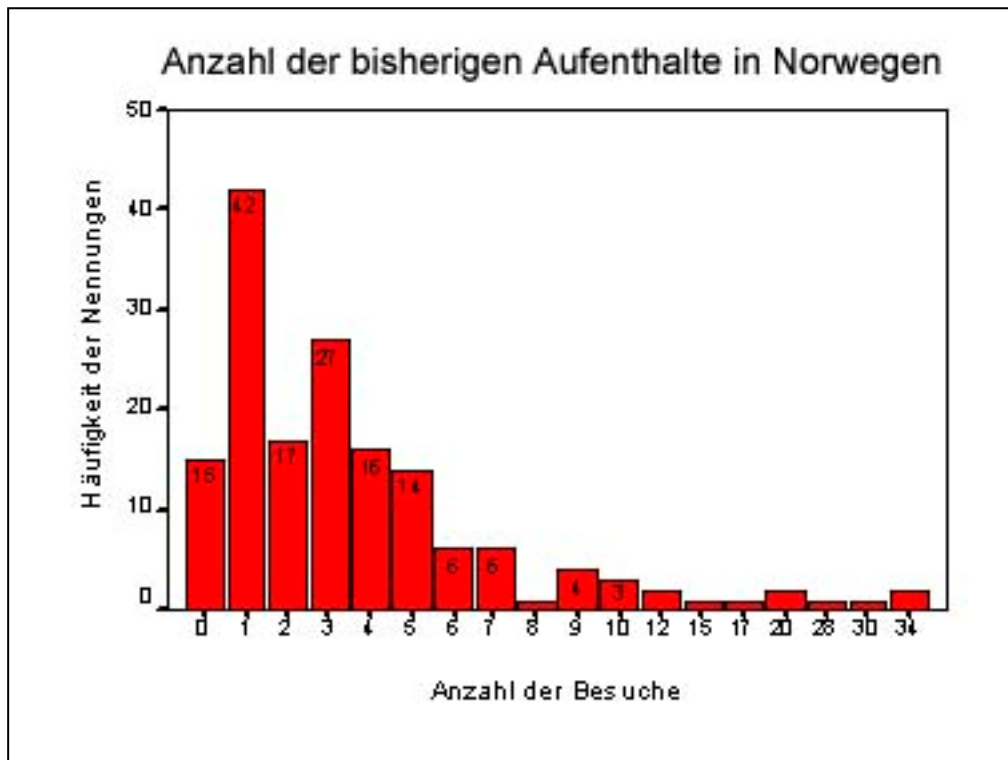
Personen die ein Land zum ersten Mal bereisen, versuchen innerhalb einer meist mehrwöchigen Reise so viele verschiedene Facetten eines Landes kennen zu lernen wie möglich, während so genannte Mehrfachbesucher sehr selektiv nur bestimmte Regionen aufsuchen.

Das Ergebnis dieser Fragestellung zeigt, dass ein großer Teil (42 Personen aus 163 Befragten) bereits einmal Norwegen bereist hat.

Diese Ergebnis erklärt sich daraus, dass viele Norwegenurlauber auf nur einer Reise, die in der Regel maximal drei Wochen dauert, nicht alle geplanten Ziele erreichen können. Schon aufgrund der Landesgröße und der doch oft recht langsamen Fortbewegung mit dem PKW ist man somit gezwungen, sich auf den Besuch eines bestimmten, oftmals vorher festgelegten Landesteil zu beschränken. Somit sind so ge-

nannte Folgeaufenthalte, bei denen man Neues entdecken und erleben will, fast zwangsläufig.

Abb. 20: Bisherige Aufenthalte in Norwegen



Quelle: eigene Darstellung

### 5.2.3 Verkehrsmittel

Die Frage nach dem Verkehrsmittel soll klären, mit welchem Verkehrsmittel die ausländischen Touristen zum Nationalpark gelangen. Die Ergebnisse sollen Aufschluss darüber geben, inwieweit die vorhandene Infrastruktur genutzt werden kann und ob bestehende Kapazitäten ausreichen, die zu erwartenden Frequentierungen zu verkraften. Entscheidend wird bei der späteren Umsetzung sein, eine umweltschonende Möglichkeit der An- und Abreise anbieten zu können, die dennoch attraktiv und vor allem flexibel genug ist, die individuellen Bedürfnisse zu befriedigen.

Dabei müssen Minderheiten wie Familien mit Kleinkindern, Behinderte und alte Menschen gleichermaßen bedacht werden wie der „normale“ Tourist. Ideal ist dabei der bereits vorhandene Bahnhof von Hjerkin, der quasi das „Tor zum Nationalpark“ für Bahnreisende darstellen würde. Dass sich langfristig die Norweger von ihrem Haupttransportmittel, dem PKW, abbringen lassen könnten, dürfte eine Illusion bleiben.

Trotzdem muss man versuchen, den unkontrollierten privaten PKW-Verkehr mit Parkplätzen mitten im Fjell vom Nationalpark und seinen empfindlichen Ökosystemen fernzuhalten, was durch die Anlage eines großen bewachten Parkplatzes am heutigen Wachthaus des Militärstützpunktes und damit in direkter Nähe zum Bahnhof, erfolgen könnte.

Schon jetzt ist jeder Benutzer der Straße zwischen Snøheim zum Kauf eines Tickets im Wert von 30,- NOK aufgefordert, um den Schlagbaum passieren zu dürfen. Hier ist der entscheidende Punkt, an dem man ansetzen kann um durch die Einführung eines Parkplatzshuttles auf dieser Strecke in Verbindung mit dem Erwerb eines Nationalparkpasses den Besucherstrom zu lenken. Beträgt der Preis für einen solchen Pass nur unwesentlich mehr als das bisherige Ticket, braucht man um die Akzeptanz dieser Gebühr kaum zu fürchten.

Von 163 befragten Touristen benutzten 140 den privaten PKW, 23 das Wohnmobil. Keine Nennungen gab es für Bahn oder Bus. Dieses Ergebnis ist jedoch sehr stark an die jeweilige Saison gebunden. In den Sommermonaten reisten in den letzten Jahren deutlich mehr Personen mit Wohnmobilen nach Norwegen, während in der Winterzeit aufgrund der oft sehr schlechten Straßenverhältnisse viele Reisende auf eine Reise in die Region ganz verzichteten. Erst seit etwa 2 Jahren beginnt sich ein Trend zum Wintertourismus nach Norwegen durchzusetzen, der auf immer schneeärmere Winter in den Alpen zurückzuführen sein dürfte.

Die Untersuchung der Korrelation zwischen Verkehrsmittel und der Anzahl der Besuche zeigt, dass die Nutzung von Wohnmobil und Reisebus abnimmt und der Individualverkehr mit dem eigenen PKW deutlich zunimmt.

Die relativen Häufigkeiten der Befragten nehmen mit der Zunahme der Anzahl der Reisen nach Norwegen kontinuierlich ab. Der Anteil der Besucher, die mit dem Wohnmobil bzw. mit dem Reisebus unterwegs sind und die das Land mehr als zehnmal bereist haben liegt bei nur noch 12,3 %. Der Anteil der Personen, die mit dem PKW das erste Mal Norwegen bereisen, liegt bei 35,7 % und steigt bei einer Besuchsanzahl von mehr als zehn auf 67,9 % an.

#### 5.2.4 Bisherige Besuche im Nationalpark

Bei der folgenden Fragestellung wurde untersucht, ob die Besucher des Nationalparks so genannte „Wiederkehrer“ sind, oder ob die Touristen den Park bisher noch nicht aufgesucht hatten.

Für die Untersuchung des marktwirtschaftlichen Potentials ist dieses Ergebnis nicht unerheblich, da ja auch unter den verschiedenen Nationalparks eine gewisse Konkurrenz herrscht. Es stellt sich also die Frage, ob man mehr Werbung als bisher, oder vielleicht auch bessere bzw. effektivere Werbung machen muss.

Von den insgesamt 163 befragten ausländischen Touristen waren 102 noch nicht im Nationalpark gewesen, 61 hatte ihn bereits zuvor besucht.

#### 5.2.5 Art der Einreise

Die Einreise nach Norwegen ist auf drei verschiedenen Wegen möglich. Zum einen bietet sich seit einigen Jahren die Möglichkeit, von Deutschland kommend über Dänemark und die neuen Öresund-Brücken den Landweg zu wählen. Man fährt dann entlang der schwedischen Westküste auf ca. 300 Kilometern bis nach Oslo.

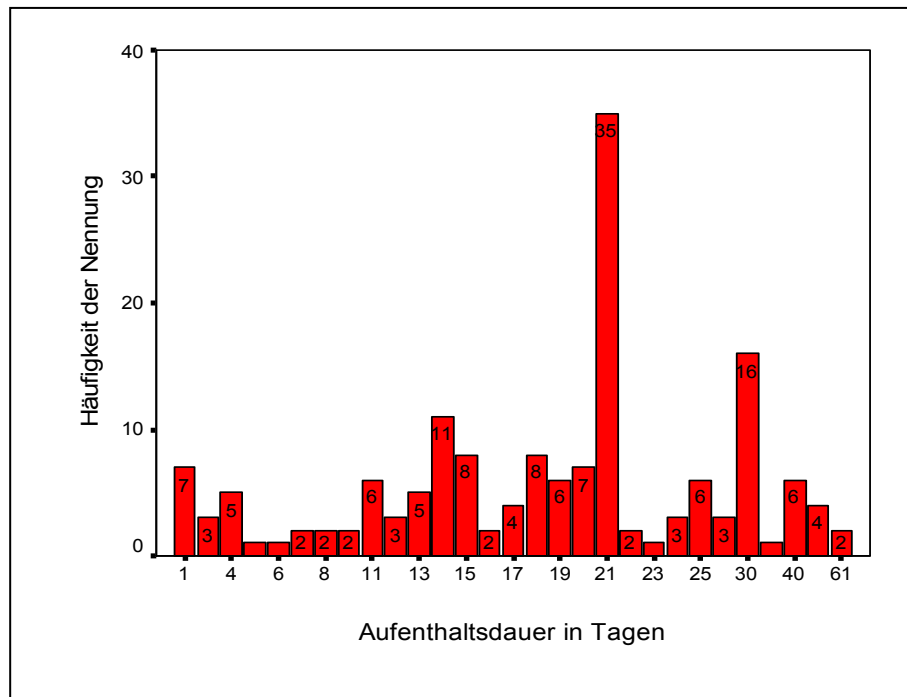
Eine zweite Möglichkeit ist die Einreise per Fähre, wahlweise von Kiel direkt bis Oslo oder aber von verschiedenen Destinationen in Dänemark nach Oslo, Stavanger, Bergen, Kristiansand oder Larvik.

Die dritte Möglichkeit ist die Einreise mit dem Flugzeug. Diese Variante erfreut sich gerade in den letzten Jahren einer immer größeren Beliebtheit, weil die so genannten „Billigflieger“ mittlerweile verschiedene Flughäfen in Norwegen anfliegen.

Bei dieser Untersuchung nutzten von 163 befragten Personen 100 die Fähre als Transportmittel, um nach Norwegen zu gelangen. 51 Touristen reisten auf dem Landweg mit dem PKW ein, während neun das Flugzeug wählten. Drei Personen trafen keine Aussage. Hier zeigt sich, dass die Fährverbindungen trotz ihrer relativ langen Überfahrtszeiten deutlich öfter genutzt werden als die anderen Varianten. Der größte Vorteil liegt selbstverständlich darin, dass man auf den Schiffen jeglichen Komfort vorfindet und ausgeruht im Zielland ankommt. Flugreisende sind gerade bei den Billigfliegern durch sehr geringe Gepäckmengen stark eingeschränkt, was besonders in einem Land wie Norwegen, das prädestiniert ist für Aktivurlauber, einen erheblichen Nachteil darstellt.

### 5.2.6 Aufenthaltsdauer

Abb. 21: Aufenthaltsdauer



Quelle: eigene Darstellung

Diese Fragestellung zeigte, dass ein signifikant hoher Anteil der Befragten sich rund drei Wochen in Norwegen aufhielt. Diese Zeitdauer scheint eine ideale Länge zu sein, um ausreichend Zeit zu haben, möglichst viele Stellen des Landes aufzusuchen.

### 5.2.7 Übernachtungsort

Auf die Frage, wo die Touristen die Nacht verbringen, zeigte sich, dass die meisten Besucher einen Campingplatz wählen. Von allen Befragten übernachteten 62 Personen auf einem Campingplatz, 30 im Zelt und nur 11 in einer Hütte. Hotels wurden nur von 4 Befragten genutzt. Auch dieses Verhalten ist in einem Reiseland wie Norwegen typisch. Die Übernachtungspreise in Hotels sind verhältnismäßig hoch, während Campingplätze zum einen oft sehr hohe Standards erfüllen und zum anderen dem Reiseziel Natur erleben zu wollen wesentlich näher kommen. Außerdem findet man Campingplätze fast an allen touristisch relevanten Orten.

Die ursprüngliche Form des freien Campens im Fjell wird meist nur von Personen unter 40 Jahren praktiziert. Oftmals sind eine gute konditionelle Verfassung und gute Geländekenntnisse nötig, um sich auch bei schwierigen Witterungsverhältnissen in der freien Natur zurecht zu finden.

Das Übernachten im Fjell wird überwiegend von jungen Leuten wahrgenommen, weil oftmals rasch wechselnde und teils extreme Temperaturen bei widrigen Witterungsverhältnissen für ältere Touristen nicht unproblematisch sind.

Hier beginnt jedoch auch die Diskussion über die gesetzliche Grundlage des wilden Campens. Das Jedermannsrecht erlaubt das Nächtigen außerhalb von Campingplätzen, schließt jedoch den motorisierten Verkehr aus. Es ist ausdrücklich erlaubt, als Wanderer im Fjell mit dem Zelt zu übernachten. Viele Touristen praktizieren jedoch das wilde Campen, indem sie die Gesetze nach ihren Bedürfnissen auslegen. Sie stellen oftmals ihr Fahrzeug auf Parkplätzen ab, bauen direkt daneben ihr Zelt auf oder übernachten direkt im Wohnmobil.

Es kann nicht genau ermittelt werden, wie hoch der Anteil der Camper ist und wie hoch die absoluten Zahlen der Reisenden aus allen Ländern sind, die abseits der Campingplätze ihre Nächte verbringen. Eigene Beobachtungen belegen, dass im Sommer am späten Nachmittag an vielen entlegenen Stellen Wohnmobile (meistens kleine Gruppen) stehen, die ihr „Nachtlager“ schon aufgeschlagen haben.

Die Zahl der deutschen Wohnmobilreisenden, die in freier Natur und nicht auf den Campingplätzen übernachten, lag nach eigenen Berechnungen im Jahr 2003 bei rund 580.000 Nächten, was auf einen dringenden Handlungsbedarf hinweist.

Auch die befragten Probanden, die natürlich auf den Campingplätzen interviewt wurden und demnach zu der Gruppe gehören, die auch Campingplätze nutzen, haben darauf hingewiesen, dass sie Übernachtungen außerhalb der Campingplätze durchgeführt haben (vgl. Kapitel 1.4.8 und 5.10.1.1).



Für das Wildcamping werden folgende Gründe angegeben:

- hohe Kosten durch die Campingplatzgebühren
- Unabhängigkeit durch das Wohnmobil
- Natur- und Landschaftserlebnis

Die durchgeführte Urlauber- und Lebensstiltypisierung hat gezeigt, dass es sich bei den Wohnmobilreisenden um einen eigenständigen Urlauber-Typ handelt.

Dieser „Autarktyp“ ist nahezu völlig unabhängig von den touristischen Einrichtungen. Das Aufsuchen der Campingplätze ist aufgrund der Autarkie nicht zwingend notwendig, wird jedoch hin und wieder durchgeführt, um Toiletten zu entleeren und Frischwassertanks zu füllen. Der Wohnmobiltourist versucht nicht generell die Campingplätze zu meiden, fühlt sich jedoch bei starker Frequentierung eines solchen Platzes in seinem Naturerlebnis und seiner Lust nach Abenteuer beeinträchtigt.

Durch die ständig verbesserten und komfortabler ausgestatteten Wohnmobile werden die Wohnmobilreisenden auch in Zukunft die Übernachtung auf den Campingplätzen als nicht notwendig erachten.

An dieser Stelle soll nun erläutert werden, welche Konzepte und Maßnahmen notwendig sind, um die große Zahl der Wildcamper zu reduzieren. Das Ziel soll jedoch nicht sein, auf den wild campenden Wohnmobilreisenden als Norwegenbesucher zu verzichten, sondern vielmehr ihn zur Nutzung der Campingplätze zu bewegen. Bevor jedoch strenge Gesetze mit hohen Strafen erlassen werden, sollte versucht werden, den Wohnmobilreisenden mit speziellen Angeboten zu locken bzw. ihm die Möglichkeit gegeben werden, seinen Individualismus im Reiseverhalten zu wahren. Auch in Norwegen versucht man derzeit durch unzählige Hinweisschilder mit Informationen, Geboten und Verboten die ursprüngliche Ordnung wieder herzustellen, jedoch mit nur mäßigem Erfolg. Problematisch dabei ist leider auch das Verhalten vieler Urlauber aus dem Baltikum, die immer häufiger mit Jugendgruppen in umgebauten Reisebussen auf Fahrt gehen, abends auf Rastplätzen campieren und im angrenzenden Grünbereich bis zu 40 Zelte aufstellen. Solche Praktiken finden natürlich schnell Nachahmer. Hier muss es das Ziel sein, durch entsprechende Angebote den Reisenden mit „dem kleinen Geldbeutel“ günstigere und einfachere Übernachtungsmöglichkeiten als den klassischen Campingplatz anzubieten.

Eine notwendige Verhaltensveränderung der Campingtouristen könnte durch folgende Maßnahmen erreicht werden:

Tab. 8: Maßnahmen gegen das Wildcamping

Maßnahme	Inhalte
Verbesserte Informationen	Gezielte Informationen für Wohnmobilreisende durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Norwegisches Fremdenverkehrsamt</li> <li>- Örtliche Touristenbüros</li> <li>- Reiseführer und Reisemagazine</li> <li>- Weitere Informationsquellen</li> </ul>
Innovative „Campingplätze“	Einrichtung von zielgruppenorientierten „Campingplätzen“: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mini-Campingplätze</li> <li>- „Park and Sleep“-Stellplätze auf den Campingplätzen</li> </ul>
Klare und verständliche Verbote	Eindeutige Hinweise, dass Wildcamping verboten ist, durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hinweisschilder</li> <li>- Broschüren, vom Zoll überreicht</li> <li>- Informationen in Bahnhöfen, Fährhäfen und Flughäfen</li> <li>- Androhung von Bußgeldern</li> </ul>
Anreizsysteme	Vergünstigungen und Gratisnächte durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rabatthefte</li> <li>- Kooperationen mit Transportgesellschaften und Verbänden</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung

### 5.2.8 Besuchsgrund

Die „Nicht-Norwegern“ gestellte Frage nach den Gründen für einen Besuch gerade in diesem Nationalpark ist nahezu identisch mit den Ergebnissen aus der Befragung der reinen Norweegergruppe. Auch hier steht das Naturerlebnis an erster Stelle, gefolgt von Tierbeobachtung, Wanderungen und Erholung.

Die Tatsache, dass im Nationalpark Dovrefjell-Sunndalsfjella die Chance besteht, Moschusochsen in Freiheit zu beobachten, war in Individualgesprächen mit einer der Hauptgründe, warum man den Nationalpark aufsuchte. Das ist für eine spätere Marketingkonzeption wieder von großer Bedeutung, weil man hier versuchen sollte weiter mit dem „Wappentier“ der Region Werbung zu machen. So lange daraus auch die richtigen Maßnahmen zum Schutz des Tierbestandes erfolgen, ist eine derartige Vorgehensweise unbedenklich.

Die Untersuchungen haben gezeigt, dass der Besucherstrom in Norwegen zu einem großen Teil kanalisiert ist und sich die Route der Reisenden an bestimmten Besuchszielen orientiert.

Vergleicht man die Besuchsziele der Touristen, so wird deutlich, dass der westliche Landesteil Norwegens, insbesondere das Fjordland, wesentlich stärker frequentiert wird als andere Gebiete. Zwar wird auch Nordnorwegen, speziell die Inselgruppe der Lofoten, immer häufiger besucht jedoch scheuen nach wie vor viele Urlauber die lange Fahrstrecke und besuchen diese Region eher im Rahmen einer Schiffsreise, wie etwa einer Fahrt mit der Hurtigrute.

Bei Befragungen im Rahmen von Einzelinterviews kristallisierte sich heraus, welche Ziele die Touristen bisher besucht haben bzw. welche sie noch vor hatten zu besuchen. Besonders häufig wurden dabei die Städte Bergen, Oslo, Trondheim, Lillehammer und Ålesund sowie der Geirangerfjord und der berühmte Ausflug zum Preikestolen bei Stavanger genannt. Diejenigen, die ausschließlich zum Wandern nach Norwegen gekommen waren, nannten die bekannte Tour über den Besseggen-Grad im Jotunheimen-Gebirge und diverse Durchquerungen und Rundwanderungen in der Hardangervidda.

Der kanalisierte Tourismus auf den touristischen Pfaden und der dadurch punktuell auftretende starke Besucherstrom haben direkte Auswirkungen auf das erwartete Reiseerlebnis der Urlauber. Innerhalb des Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark ergaben diverse Befragungen, dass bei den Reisemotiven der Touristen ganz speziell die Aspekte Naturerlebnis, Ruhe, Landschaft, Erholung und Entspannung die größte Rolle spielen. Das Verhalten der Reisenden zeigt, dass man generell nicht an Kontakten zu anderen Urlaubern interessiert ist. Es ist immer häufiger sogar der Fall, dass touristische Highlights wie zum Beispiel der Besuch des Preikestolen bei Stavanger, des Saltstraumen bei Bodø oder auch der Stadt Bergen gemieden werden, weil zu viele andere Touristen diese Punkte zum Ziel ihrer Reiseroute gewählt ha-

ben. In vielen Fällen wurden solche Besuchsziele entweder komplett von der Reiseroute gestrichen oder man besuchte diese Ziele nur kurz „um da gewesen zu sein“ und fuhr direkt weiter, um in der „Einsamkeit Norwegens“ den Ansprüchen seiner Urlaubsvorstellung gerecht zu werden, was im Prinzip eine selbst limitierende Begrenzung ist.

Diese Verhaltensweisen müssen den Verantwortlichen der Tourismusbranche zu denken geben und bei weitergehenden Planungen berücksichtigt werden. Es darf unter keinen Umständen dazu kommen, dass Punkte von allgemeinem Interesse durch Überbeanspruchung immer unattraktiver werden. Es ist damit zu rechnen, dass sich die Urlauber in ihrer Struktur verändern werden. Vom wissbegierigen und an unberührter Natur interessierten Touristen wird der Trend immer weiter hin zu oberflächlicheren „Mitnahme-Touristen“ gehen, die einen Raum oder Ort überbeanspruchen können. Dieser Reisende ist wirtschaftlich interessant, jedoch rufschädigend und naturwiedrig.

In Zukunft muss darauf geachtet werden, dass nicht nur mondäne Informationszentren gebaut werden, die praktisch darauf ausgelegt sind, dass große Menschenansammlungen bewirbt und informiert werden. Ebenso müssen die Ziele für Touristen unter dem Aspekt der Gleichverteilung angeboten werden. Ein kanalisierter Besucherstrom führt jedoch für die betroffenen Reisenden zum negativen Erlebnis des „Crowding“. Der Begriff „Crowding“ beschreibt in der Sozial- und Umweltpsychologie die Erfahrung sozialer Dichte (vgl. VESTER, 1993, S.125). Crowding steht somit in einem Spannungsverhältnis zu der für den deutschen Norwegenreisenden wichtigen Privatsphäre.

Das Ausmaß des Crowding kann jedoch individuell sehr unterschiedlich aufgefasst werden und durch die Anzahl der Personen an einem Ort nicht bestimmt werden. Es ist unter anderem auch von den Erwartungen jedes Einzelnen an „seine“ Reise und dessen Einstellung dazu abhängig. So ist es möglich, dass ein und dieselbe Reise von verschiedenen Personen völlig unterschiedlich empfunden und bewertet wird. „Das Crowding-Erlebnis wird als eine Stresserfahrung aufgefasst“ (vgl. VESTER, 1993, S.125) und muss somit bei jeder Reiseplanung entsprechend berücksichtigt werden.

Langfristig müssen die Besucher von Nationalparks besser gelenkt werden, um genau diese Empfindungen vieler Touristen durch große punktuelle Belastungen zu minimieren. Ein nachhaltiger Tourismus in Norwegen muss mehr sein als „ein Schlag-

wort zur optimalen Vermarktung natürlicher Ressourcen“ (vgl. VORLAUFER, 1996, S.225).

Das Crowding-Konzept muss in der modernen Tourismusforschung eine stärkere Berücksichtigung finden und eine wichtige Rolle bei der Planung und Entwicklung touristischer Zielgebiete spielen. Das gilt auch für das gesamte touristische Marketing, welches auf die Vermeidung von Crowding-Erlebnissen abgestimmt werden muss. Das bedeutet konkret, dass nicht nur wenige Zielgebiete bzw. Urlaubsregionen von den entsprechenden verantwortlichen Tourismusorganisationen in den Vordergrund gestellt werden, sondern auch eine große Palette von Destinationen angeboten werden muss.

Zudem müssen Alternativen zu den angepriesenen Highlights angeboten werden, so dass Regionen, die bisher vom Tourismus weniger profitieren konnten, mit in die Reiserouten der Besucher eingebunden werden und andere Gebiete zeitgleich entlastet werden können. Norwegen bietet wesentlich mehr Besuchsziele als nur die Hauptstadt Oslo, die Hansestadt Bergen, Trondheim und den Geirangerfjord.

Zwar haben die markanten und bekannten Ziele das Image des Landes geprägt und die meisten Erstbesucher werden weiterhin diese Punkte vorrangig ansteuern, doch tragen Alternativen zu diesen Zielen schon mittelfristig zur Vermeidung des Crowding-Erlebnisses bei. Ein Crowding-Image senkt das Niveau der Touristen und fördert den „Highlight-Konsumenten“.

In diesem Zusammenhang ist in erster Linie die norwegische Fremdenverkehrsorganisation NORTRA (Nortravel Marketing) aufgefordert, die bisher von dem Tourismus vernachlässigten Regionen stärker in den Vordergrund zu rücken und über die Norwegischen Fremdenverkehrsämter bekannt zu machen. Auch der Einfluss des Norwegischen Fremdenverkehrsamtes in Hamburg als Informationslieferant für den deutschen Reisenden ist erheblich und muss daher als richtungweisend angesehen werden.

Bei der Einrichtung der touristischen Infrastruktur in den neuen Urlaubsgebieten müssen die bereits erwähnten „innovativen“ Campingplätze eingerichtet werden, damit diese touristisch neuen Regionen nicht ausschließlich zu Zielgebieten für Wohnmobilreisende werden. Vielmehr müssen gerade in der Initialisierungsphase negative Erscheinungen, wie Wildcamping und Landschaftsverbrauch durch Abfälle u.a. verhindert werden.

Ein grenzüberschreitender Versuch wurde 1997 für die neue Reiseregion „Skanland“ künstlich geschaffen, die auf norwegischer Seite die Provinz Hedmark und auf der schwedischen Seite die Landschaft Värmland einbezieht. Diese neu erschlossene Region entspricht in ihrem Freizeitangebot in großen Teilen den Reismotiven der deutschen Norwegenreisenden.

Es gibt zahlreiche alternative Urlaubsregionen, die bislang kaum für den Tourismus erschlossen wurden und auch wenig beworben werden. Dazu gehören unter anderem das Tal Østerdalen in der Provinz Hedmark, die Oslofjordregion, der Küstenabschnitt rund um den Boknafjorden in der Provinz Rogaland, die Skagerrak-Küste zwischen den Städten Kristiansand und Risør in der Provinz Aust-Agder sowie die süd-norwegische Küste. Auch das Gebiet des Dovrefjell-Sunddalsfjella Nationalpark kann zu einer alternativen Reiseregion gezählt werden. Es findet bislang überwiegend ein Durchreisetourismus statt, bei dem sich die Urlauber selten mehr als einen Tag im Gebiet aufhalten, da die Gegend bisher überwiegend eine Transitregion für die Nord-norwegenreisenden darstellte. Eine Initialisierung neuer Reiseregionen in den nördlichen Landesteilen muss aufgrund der langen Anfahrt mit nur geringen Streckenalternativen, Gefährdungspotenzial, Verkehrsunfällen, Staus, usw. kritisch betrachtet werden, auch wenn hier eine Selbstregulierung des Tourismusstroms stattfindet wenn Reisende aufgrund schlechter Erfahrungen dadurch nicht wiederkehren (vgl. Kapitel 5.2.9, S.113 ff).

In Nordnorwegen sollte vielmehr die touristische Infrastruktur, z. B. die bestehenden Campingplätze insbesondere durch die „Wildcamper“ besser genutzt werden und versucht werden, die Reisenden zu stationären Aufenthalten zu bewegen. Der Umfang des touristischen Angebots an Aktivitäten ist hierfür bestens geeignet.

### 5.2.9 Wiederkehr

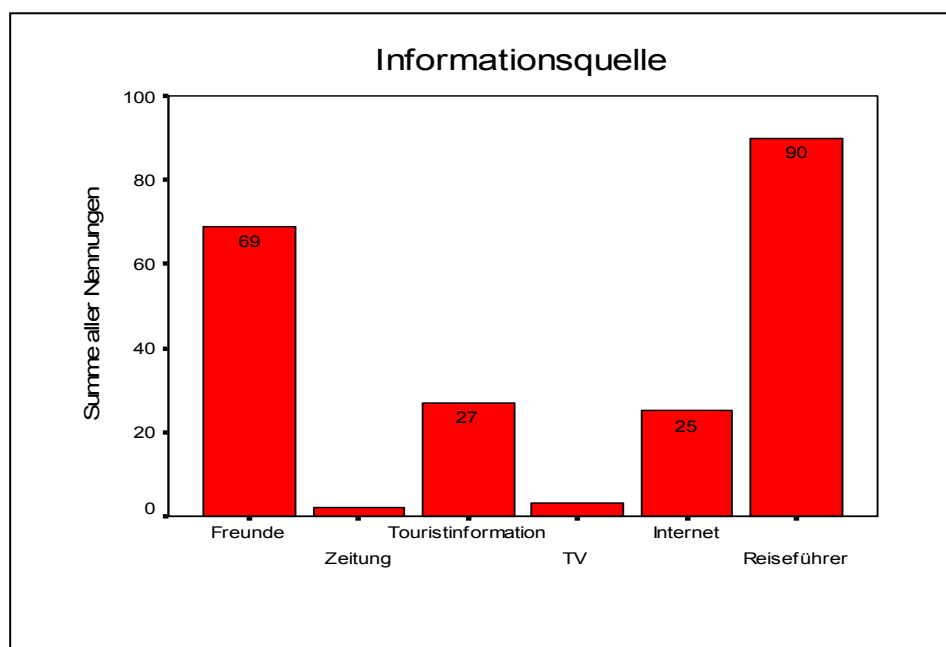
Die Frage, ob ein weiterer Besuch in dem Nationalpark erwünscht ist, beantworteten 95,6 % mit „ja“, nur 4,4 % mit nein. Hieraus lassen sich Rückschlüsse auf die Zufriedenheit der Parkbesucher ziehen, ob diese ihre Intentionen, für einen Besuch als erfüllt ansehen. Man kann sagen, dass bei derart eindeutigen Ergebnissen bereits jetzt ein großes Potenzial für eine weitere touristische In-Wertsetzung gegeben ist.

Zusätzlich wurde die Korrelation zwischen dem Wunsch nach Wiederkehr und der Anzahl der bisherigen Besuche durchgeführt, da nach der Darstellung der Häufig-

keitsverteilung dieser beiden Variablen ein signifikanter Zusammenhang erwartet werden konnte. Auffällig war dabei, dass von den 4,4 % der Befragten, die die Frage nach einem Wunsch nach Wiederkehr mit „nein“ beantwortet hatten, das Land zum ersten Mal bereist hatten. Bei vertiefender Nachfrage nach dem Grund für eine nicht gewünschte Wiederkehr, wurden das schlechte Wetter und die lange Fahrstrecke angeführt.

### 5.2.10 Informationen

Abb. 22: Woher haben Sie Ihre Informationen zum Nationalpark?



Quelle: eigene Darstellung

Diese Fragestellung liefert ein etwas anderes Ergebnis als bei der Befragung der norwegischen Touristen. Hier ist eindeutig der Reiseführer mit 90 Nennungen das Medium, das am häufigsten als Informationsquelle diente. Das zeigt, dass man sich nach wie vor im Ausland seine Informationen durch längerfristige Planung und Studium von Fachliteratur beschafft. Allerdings ist der Bereich des Informationsaustauschs unter Freunden und Bekannten mit 69 Nennungen auch relativ stark besetzt. Viele Touristen lassen sich demnach durch Erzählungen im Freundeskreis zu Reisen animieren.

Für eine langfristige Marketingstrategie bedeutet das zum einen, dass die Präsenz in Reiseführern vorhanden und vor allem immer auf dem neusten Stand sein sollte. Gerade Literatur, die von jungen Menschen etwa in Camping- und Jugendherbergsführern publiziert wird, sollte so detailgenau wie möglich die Situation vor Ort wiedergeben.

In Norwegen gibt es mittlerweile mehrere Jugendgästehäuser, die nur aufgrund ihrer hervorragenden Kritiken in Herbergsführern als regelrechte „Kult- Quartiere“ betrachtet werden und somit auch eine extreme Frequentierung erreichen. Diese Form des Imageaufbaus ließe sich gerade bei einer Neueinrichtung wie sie für Hjerkin denkbar wäre, ideal umsetzen.

Wie auch bei der Befragung der Norweger sind die beiden Medien Zeitung und TV als Informationsquelle nahezu völlig zu vernachlässigen, während Internet und Touristinformation mit 25 bzw. 27 Nennungen eine etwas größere Rolle spielen. Es ist natürlich von Bedeutung, wenn ein auf der Durchreise befindlicher Tourist sich Informationen zu einem Ziel auf seiner Reiseroute vielleicht sogar in seiner Landessprache erhalten kann. Hier sollte man Wert darauf legen, dass die ausgelegten Prospekte wenigstens in Deutsch, Englisch, Französisch, Niederländisch und Italienisch verfügbar sind.

Bei den durchgeführten empirischen Untersuchungen zeigte sich, dass der Reiseführer die am häufigsten genutzte Informationsquelle ist. Zwar wurde in vielen Fällen dessen mangelnde Aktualität kritisiert, jedoch zählt er nach wie vor als „wichtiges Orientierungsmittel“, das vor fast jeder Reise eingesetzt wird, um z. B. die Urlaubsregion innerhalb Norwegens zu bestimmen.

Ursprünglich versorgt er den Touristen während seiner gesamten Reise mit den Informationen, die zur Reiseorganisation, zur Reiseplanung und zur Freizeitgestaltung wichtig sind. Auch auf dem internationalen Buchmarkt nimmt die Bedeutung der Reiseliteratur kontinuierlich zu.

Über die Objektivität des Reiseführers lässt sich allerdings streiten, denn die meisten Reiseführer werden heute von „Profis“ geschrieben, die eine Affinität zu dem Land haben und somit beeinflussend in die Meinungsbildung des Lesers eingreifen.

Auf der anderen Seite macht den Reiseführer gerade diese Tatsache auch so wertvoll und nicht ohne Grund schätzen viele Leser gerade dieses spezifische Insiderwissen und verlassen sich daher bei ihren Reisevorbereitungen gerne auf diese Literatur.



Der Reiseführer unterliegt in den meisten Fällen einem Konzept des Verlages, die inhaltliche Ausgestaltung obliegt jedoch dem Autor, der nach subjektiven Kriterien schreibt. Die Darstellung und Beschreibung des Landes und die Wiedergabe der Informationen müssen immer vor dem Hintergrund der emotionalen Nähe des Autors zum Reiseland gesehen werden. So bezeichnet NEEF (1983, S.14) die Reiseliteratur als „verständliche Wissenschaft“.

BENTHIEN (1997, S.155) erklärt hierzu: „Durch ihren populärwissenschaftlichen Charakter spricht die touristische Literatur breite Kreise von Menschen an. Sie ist ihnen Ratgeber bei der Auswahl von Reisezielen und begleitet sie während des Aufenthaltes an den Zielorten oder in den Erholungsgebieten. Die touristische Literatur verdient als verständliche Wissenschaft unsere besondere Aufmerksamkeit und auch Mitarbeit, weil es auf diese Weise möglich wird, geographisches Spezialwissen – in Verbindung mit dem Spezialwissen anderer Fachgebiete – zu verbreiten und bei den Lesern, die mit der „Fachliteratur“ nie erreicht würden, ein Interesse für geographische Sachverhalte zu wecken“.

Die Bedeutung der Reiseliteratur hebt auch SCHÜTZE (1998, S.50 ff.) hervor. Er stuft jedoch den Stellenwert der Reiseliteratur höher ein als die eigentliche Reise:

„Es gibt keinen Grund, das Reisen den Büchern vorzuziehen“, was jedoch als eine recht überzogene Vorstellung bezeichnet werden muss.

STEINECKE (1990, S.50 ff.) formuliert die Anforderungen, die ein Reiseführer erfüllen soll wie folgt.

Ein Reiseführer soll:

- von kompetenten Autoren mit umfassender Länderkenntnis verfasst sein
- Verständnis für andere Kulturen wecken
- sachlich informieren und die Atmosphäre des Landes vermitteln
- Zusammenhänge aufzeigen und Beobachtungen einordnen helfen
- in einem einheitlichen Stil geschrieben sein
- zuverlässig sein
- eine gute Ausstattung aufweisen (handliches Format, exakte Karten, anschauliche Bilder, weiterführende Literaturhinweise, Register, gute Druckqualität)

Nicht alle Reiseführer erfüllen diese von STEINECKE, 1990 geforderten Kriterien da es auch keine Standardisierung zum Verfassen dieser Werke gibt, und es wahrscheinlich nicht jedem Autor und Verleger bewusst ist, welche Aufgaben der Reiseführer erfüllen soll. Ein Reiseführer ist mehr als nur ein Lieferant von Informationen über das Reiseziel. Er „führt“ den Urlauber während seiner Reise und ist, wie dies in den qualitativen Untersuchungen aufgezeigt wurde, für sein Reiseverhalten und seine Wahrnehmung verantwortlich.

Dass ein Reiseführer jedoch Empfehlungen für Plätze zum Wildcamping nennt und sogar dazu rät, außerhalb von Campingplätzen zu nächtigen ist aufs schärfste zu kritisieren. Der Urlauber im Allgemeinen hält sich natürlich an Vorgaben in solchen Reiseführern, da diese nach wie vor eine Form der Allgemeingültigkeit besitzen. Vieles was in Reiseführern steht wird als neutral recherchiert angesehen und besitzt bei den meisten Menschen auch eine Art Gesetzescharakter. Somit ist eine Mitschuld an dem Verhalten vieler Wildcamper den Verfassern und Autoren der Reiseführer anzulasten, die nicht dieser Problematik versuchen entgegenzuwirken, sondern diejenigen, die sich nicht an geltendes Recht halten, auch noch unterstützen.

Ein Reiseführer kann somit auch dazu beitragen, dass ein veraltetes und oftmals völlig falsches Image gefestigt wird, in dem er die subjektiv nur für den Reisenden und seinen Urlaub relevanten Themen diskutiert. Die für ein realitätsnahes Gesamtbild des Landes erforderlichen Informationen müssen jedoch auch von einem Reiseführer geliefert werden. Man muss daher fordern, dass ein Reiseführer alle Facetten eines Landes und dessen Kultur anspricht, diskutiert und möglichst neutral wiedergibt. Somit wird auch das Verhalten der Touristen nur indirekt beeinflusst. Nach eigenen Untersuchungen hat sich gezeigt, dass die meisten Reisenden bereits vor dem Antritt einer Reise im Besitz eines Reiseführers sind und diesen auch sehr intensiv zur Planung der Reise nutzen.

Dabei informieren sich die Touristen vorrangig über die festen Ziele der geplanten Reiseroute und ergänzen diese vor Ort durch Punkte, die sie auf der Reise als interessant einschätzen und die sie meistens während der Fahrt über Hinweisschilder oder in Touristinformationen „entdecken“. Um den nachhaltigen Tourismus weiter zu unterstützen gibt es einige Themenbereiche, die unter keinen Umständen fehlen sollten. Dazu zählen unter anderen auch Informationen zu Kultur, Natur, Landeskunde, Geographie, Wirtschaft, zur empfohlenen Art des Reisens aber auch zu Problemen des Landes und den Tourismus betreffende Ge- und Verbote.

Auch die Auswirkungen der Reisemagazine auf die Urlaubsplanungen sind nicht zu unterschätzen. Diese reflektieren meistens über spezielle Themenbereiche oder widmen sich in einem Themenschwerpunkt einer Stadt oder einem sehr regional beschränkten Raum. Zeitgleich werden aber häufig auch sehr viele verschiedene Länder oder Stationen vorgestellt. Nur wenige Magazine widmen sich ausschließlich einem ganz bestimmten Land oder einer Region, wie etwa der Bildatlas zu Südnorwegen.

Abb. 23: typische Reisemagazine mit Fachinformationen



Oftmals sind die Autoren solcher Magazine gezwungen, einerseits ein Land in den schillernden Farben, wie beispielsweise in Reiseprospekten von Reisebüros, darzustellen, andererseits versuchen sie inhaltlich fundiertes Fachwissen wiederzugeben und auch die weniger glänzenden Seiten und Problemsituationen eines Landes bzw. einer Region darzustellen. Daher ist es sinnvoll, dass man in Zukunft versucht, ein noch realistischeres Bild des Reiselandes wiederzugeben und nachhaltige Reiseformen zu propagieren. Dabei sollten insbesondere bislang unbekanntere Regionen vorgestellt werden und in kleinere Rundreisen integriert werden. So können diese touristisch weniger erschlossenen Urlaubsgebiete von dem stetig steigenden Tourismuszahlen profitieren und werden bekannter. Abschließend sollte aber auch an die Ver-

nunft der Urlauber appelliert und ein Entgegenbringen von Respekt gegenüber einem fremden Land und seinen Bewohnern angeraten werden.

Auch wenn diese aufgeführten Kriterien vielleicht potenzielle Urlauber abschrecken könnten, so erreicht die Botschaft den kritischen Reisenden, der auch die Bereitschaft zeigt, in „seinem Urlaubsland“ gewisse Regeln einzuhalten, und nicht, wie dies im Massentourismus oftmals der Fall ist, nur unreflektiert konsumiert.

Unter den vielen Reiseführern, die sich dem Reiseland Norwegen widmen, sind solche hervorzuheben, in denen einige der aufgeführten Faktoren berücksichtigt wurden.

Weiterhin wurde eine Untersuchung der Korrelation zwischen Informationsquelle, der Anzahl der Besuche sowie dem Alter und dem Geschlecht durchgeführt. Es besteht kein Zusammenhang zwischen dem Alter und dem Geschlecht mit der Informationsquelle. Dagegen fällt auf, dass vor allem die Reisenden aus den ersten beiden Altersklassen wesentlich häufiger das Internet als Informationsquelle angegeben haben, als die der übrigen Gruppen. Fast 71 % der Befragten aus diesen beiden Klassen nannte das Internet als wichtigste Informationsquelle, während ein nahezu ebenso hoher Wert bei den älteren Befragten in Zusammenhang mit der Nutzung des Reiseführers erzielt wurde. Der Wert liegt hier bei 68,6 %.

Dagegen fällt auf, dass bei der Untersuchung der Zusammenhänge zwischen Anzahl der Besuche im Land und der Auswahl des Informationsmediums in 62,8 % der Fälle der Reiseführer genannt wurde.

#### 5.2.11 Alter der Befragten

Das Alter der Befragten wurde auch in diesem Fall wie schon bei der Befragung der Norweger in fünf Klassen unterteilt. Hier haben wir allerdings keine Normalverteilung vorliegen. Die größte Gruppe ist die zwischen 19 und 30 Jährigen mit 43 Personen. Die der 51 bis 65 Jährigen ist mit 36 Personen am zweitstärksten besetzt. Alle anderen Klassen haben mit Anzahlen zwischen 25 und 32 Personen nahezu gleiche Größen.

Hier wird deutlich, dass Norwegen ein Reiseland ist, das vorwiegend von Aktivurlaubern besucht wird, welches jedoch auch von älteren Menschen zum Reisen genutzt wird. Eine Unterscheidung wird lediglich bei der Untersuchung, wo die Leute übernachten bzw. welchen Komfort sie benötigen, deutlich.

Zusätzlich wurde hier die Korrelation zwischen Übernachtungsort und Alter untersucht. Die beiden Klassen 0 – 18 Jahre und 19 – 30 Jahre nannten ausschließlich Campingplatz, Zelt oder Hütte als gewählte Unterkunftsform, während 4 Personen aus den beiden Altersklassen 51 – 65 Jahre und 66 – 90 Jahre in einem Hotel nächtigten.

Mit steigendem Alter nimmt die Anzahl der Nutzer dieser Beherbergungsform kontinuierlich zu. Einen gegensätzlichen Verlauf zeigt die Inanspruchnahme der Campingplätze. Hier nimmt die Nutzung mit der Zunahme des Alters ab

### 5.2.12 Einkommen

Bei der Untersuchung der finanziellen Verhältnisse wurde wie schon bei der Befragung der Norweger so vorgegangen, dass drei Gehaltsklassen gebildet wurden und die jeweils befragte Person sich einer dieser Gruppen zuordnen konnte. Um eine Vergleichbarkeit zwischen den Befragungen bei ausländischen und bei norwegischen Touristen zu gewährleisten, wurden die Jahreseinkommen der Norweger in Euro umgerechnet.

Die Ergebnisse zeigen, dass es unter den ausländischen Touristen eine breite Mittelschicht mit Einkommen zwischen 33.500,- € und 67.500,- € pro Jahr gibt. Von 163 Befragten ordneten sich 72 dieser Klasse zu.

50 Personen finden sich in der Klasse unterhalb der 33.500,- € und nur 27 in der Klasse, deren Jahreseinkommen über 67.500,- € liegt. Für eine spätere Planung der Art und Ausstattung von Unterkünften, ist diese Aussage von großer Bedeutung.

### 5.2.13 Meinung zum Projekt

Dieser Bereich befasst sich mit den Meinungen der Befragten, die sie zu den Planungen um Hjerkin Skytefelt haben. Da nicht alle ausländischen Touristen schon etwas von der Problematik erfahren haben, und eine einseitige Erklärung kein repräsentatives Ergebnis zugelassen hätte, wurde eine dritte Gruppe hinzugefügt, die alle Personen umfasst, die von der Problematik noch nicht gehört hatten.

Von den insgesamt 163 Befragten finden 107 die Planungen und Ideen zur Erhaltung von Hjerkin Skytefelt gut. Sechs Personen äußerten Bedenken, weil eine touristische Nutzung des Areals negative Auswirkungen auf Flora und Fauna haben könnte.

50 der befragten Touristen hatten von der Thematik noch nichts erfahren und konnten daher keine Aussage treffen.

### 5.3 Ergebnisse der Interviews

Zusätzlich zur vorangegangenen Befragung per Fragebogen wurden auch einige Interviews mit Besuchern des Gebietes um Snøhetta geführt. Von besonderem Interesse war bei diesen Gesprächen, welche Zielsetzung für einen Ausflug in das Gelände gegeben war. Dabei war eine Auffälligkeit zu erkennen, die das Verhalten der Norweger von denen der ausländischen Besucher deutlich unterscheidet. Unter den Norwegern hatten 41 % die Besteigung des Berges Snøhetta zum Ziel, während man sich unter den ausländischen Besuchern durchaus mit einem Blick auf diesen Berg zufrieden gab. Nur vereinzelt hatten Wanderer aus dem Ausland die Ambitionen, diesen Berg zu besteigen (6%). Hier waren die Ruhe und die Natur zu genießen die ausschlaggebenden Gründe für einen Besuch in der Gegend. Viele der Befragten hatten die Absicht, nach nur einem Tag im Gelände das Gebiet wieder zu verlassen. Man wünschte sich die Möglichkeit, wahlweise auf einem Campingplatz oder in einer Hütte in der Nähe des Berges übernachten zu können. Nur sehr wenige waren mit Zelt und Schlafsack bepackt, um eine Nacht im Freien zu verbringen. Vielfach wurde auch die lange Tradition angesprochen, die das Wandern in diesem Teil des Dovrefjell besitzt. Ältere Besucher berichteten, dass sie seit über 40 Jahren die Region mindestens einmal im Jahr aufsuchen, um ausgedehnte Touren sowohl zu Fuß, als auch auf Ski zu gehen.

Eine weitere Befragung fand unmittelbar an dem Schlagbaum in Richtung Snøheim statt. Da alle Benutzer dieser Straße eine Keycard zur Öffnung des Schlagbaumes erwerben müssen und gleichzeitig Personaldaten zu hinterlegen sind, konnte somit eine statistische Auswertung bereits im Vorfeld erfolgen. Diese Befragungsperiode dauerte vom 15. Juni bis 19. August. Am zwanzigsten August beginnt im Dovrefjell-Gebiet die Rentierjagd. In diesem Zeitraum wurden 762 Zugangskarten verkauft; insgesamt waren es 2118 im Jahr 2004.

68 % der Befragten waren Norweger, die in diesem Gebiet auf Wandertouren unterwegs waren. 32 % davon wurden durch ausländische Besucher abgedeckt. Insgesamt konnten 22 verschiedene Nationalitäten registriert werden.

Von den insgesamt 2118 Besuchern, die über das ganze Jahr verteilt anwesend waren, sagten nur 33 % aus, dass sie auf Tour gehen würden. Dies verdeutlicht, dass ein starkes und konzentriertes Auftreten von Tourengehern immer nur punktuell erfolgt. Die meiste übrige Zeit im Jahr sind Jäger die Personen, die rund um Snøheim unterwegs sind. Hier wird entscheidend sein, inwieweit große Menschenkonzentrationen, wie etwa in der Osterwoche, vernünftig auf das Gebiet verteilt werden können ohne die Umwelt maßgeblich negativ zu beeinflussen.

Im Zeitraum vom 15.4.2003 bis 20.9.2002 wurden 3.341 Fahrzeuge gezählt, die den Schlagbaum passierten. Rechnet man nun die durchschnittliche Besetzung eines PKW von drei Personen hoch, so kommt man auf etwas mehr als 10.000 Personen, die in diesem Zeitraum das Gebiet aufgesucht haben.

In manchen Zeiten steht jedoch der Schlagbaum offen, so dass ein gewisser Teil an unregistrierten Besuchern diese Stelle passierte. Dabei handelt es sich nochmals um rund 2.000 bis 3.000 Personen. Addiert man zu diesen Besuchern auch noch die zahlreichen Wandertouristen die östlich der E6 bei Grønnbakken, Nysetra oder Vålåsjøen parken und hier ihre Tour Richtung Snøhetta starten, so kommt man auf rund 25.000 Personen, die pro Jahr den Nationalpark im Snøhetta-Gebiet aufsuchen. Diese Zahlen können natürlich je nach Wettersituation sehr stark schwanken. Ist beispielsweise in einer Phase wie der Osterwoche schlechtes Wetter, so lassen sich die Touristen in dieser Region an einer Hand abzählen.

### 5.3.1 Häufigkeit der Besuche in der Snøhetta-Region

Eine Frage, die an die Besucher gerichtet wurde, war die nach der Häufigkeit ihrer bisherigen Besuche. Von 291 Befragten waren 31 % das erste Mal in der Region, 23 % kommen bereits 2 – 5 Jahre, 9 % 6 – 10 Jahre und 37 % sind bereits öfter als 10-mal im Gebiet um Snøhetta gewesen.

Etwas anders sieht es bei den ausländischen Touristen aus. Hier waren 46 % bereits einmal in der Region, 19 % waren zuvor noch nie in Norwegen, 35 % waren zwar schon einmal in Norwegen, jedoch noch nie im Bereich Dovrefjell. 15 % besuchten bereits einmal zuvor den Nationalpark, 18 % zwischen zwei und fünfmal und 13 % besuchten den Park bereits mehr als fünfmal.

### 5.3.2 Gruppengröße

Weitere Befragungen erfolgten, indem immer eine Person einer Reisegruppe befragt wurde. Dabei wurde keine Unterscheidung zwischen Norwegern und ausländischen Touristen vorgenommen.

51 % aller befragten Gruppen bestand aus zwei Personen, 7 % waren alleine unterwegs, 29 % der Gruppen bestanden aus 3 bis vier Personen und 12 % besaßen eine Gruppengröße von 5 und mehr Personen.

### 5.3.3 Gruppenzusammensetzung

Hierbei war auch interessant, aus welchen Beziehungen sich die Gruppen formiert haben. Hier wurde wieder eine Trennung zwischen Norwegern und Ausländern durchgeführt. Von den Norwegern waren 73 % der Befragten mit Nachbarn unterwegs, 32 % mit Familienangehörigen, 16 % mit Freunden und jeweils 2 % alleine bzw. in einer kommerziellen Reisegruppe.

Die Ausländischen Touristen waren nur zu 59 % mit Nachbarn auf Tour, 30 % mit Familienmitgliedern, 30 % mit Freunden, 9 % alleine und 1 % innerhalb von Reisegruppen.

### 5.3.4 Wann wurde entschieden, den Snøheim-Weg zu benutzen?

Für Marketingstrategien besonders interessant erschien die Fragestellung, wann sich die Reisenden entschieden haben, den Snøheim-Weg zu benutzen.

Von den norwegischen Befragten sagten 32 % aus, dass sie sich bereits zu Hause entschieden haben, den Weg bis Snøheim zu fahren, um von dort ihre Tour zu beginnen. 33 % entschieden dies auf der Anreise und 35 % nach ihrer Ankunft vor Ort. Ganz anders war das Verhältnis bei den ausländischen Besuchern. Hier entschieden sich 68 % bereits zu Hause für die Benutzung des Weges, was sicherlich auch auf Beschreibungen in Reiseführern zurückzuführen ist. Nur 14 % entschieden sich auf der Anreise und 19 % erst vor Ort.



### 5.3.5 Aufenthaltsdauer von Tagestouristen

Von allen Befragten waren rund 60 % auf Tagestour. Dieser Wert galt sowohl für die Norweger, als auch für ausländische Besucher. Von diesen 60 % (N=351) hielten sich 29 % zwischen 1 und 3 Stunden innerhalb des abgegrenzten Gebiets auf. 60 % waren zwischen 4 und 8 Stunden unterwegs und 11 % waren länger als 8 Stunden auf Tour.

### 5.3.6 Gründe für den Besuch

Dabei waren die Wanderungen in dem Gebiet der wichtigste Anlass. 79% aller Befragten gaben an, zu Fuß unterwegs zu sein. Auch so genannte Sightseeing-Touren vom Auto aus waren besonders häufig genannt worden. Diesen Besuchsgrund gaben 56% der Befragten an. 9% gaben an, auf den Wanderungen auch zu Fischen und 2% begaben sich laut eigener Angabe auf Fahrradtour, während 1% zum Klettern unterwegs war. Andere Gründe wurden ebenso angegeben. So begaben sich 3% zum Fotografieren und 3% zum Studieren der Natur in das Gebiet um Snøhetta.

### 5.3.7 Nutzung der Wege

Bei der Frage nach der Nutzung des Weges, gaben 84% der Befragten an, diesen bis zum Ende fahren zu wollen, um von dort aus eine Tour zum Gipfel des Snøhetta zu unternehmen. Da der Weg seit 2002 ab ca. einem Kilometer vor Snøheim durch einen Schlagbaum gesperrt wurde, begann sich in diesem Bereich eine neue Parksituation zu entwickeln.

24% aller Befragten fuhren zwar bis ans Ende des Weges, begaben sich aber dort nicht auf eine größere Tour, sondern hielt sich im unmittelbaren Parkbereich des Fahrzeugs auf. 21% begaben sich auf eine Tour, die aber in 14% aller Fälle nicht länger als 5 Kilometer war. 29% hatten das Ziel den Gipfel zu besteigen.

Von den ausländischen Befragten begaben sich insgesamt nur 13% auf den Weg, um den Gipfel zu besteigen.

69% aller Befragten gab an, ausschließlich auf markierten Wegen unterwegs zu sein, 29% nutzten sowohl markierte als auch unmarkierte Pfade, während 3% ausschließlich außerhalb von markierten Wegen unterwegs waren. Von den ausländischen Besuchern wissen 96%, dass es sich bei dem Areal um Snøhetta um ein militärisches Übungsgelände handelt.

Im Folgenden sollen die Aussagen, die jeweils zufällig ausgewählte Probanden trafen, näher untersucht werden.

Zunächst wurde die Frage gestellt, inwieweit das Problem des Wildcampens in Norwegen wahrgenommen bzw. als unangenehme Thematik empfunden wird. Dabei wurden folgende Aussagen getroffen:

*„...generell stören mich wild campende Touristen wenig, außer wenn sie alle Parkplätze blockieren und die Tagestouristen dadurch beeinträchtigt werden. Zu viele Verbotsschilder sind auch nicht all zu schön und verschandeln eher die Landschaft, als dass sie etwas bewirken können...“*

*„... es gibt genügend Campingplätze und Stellplätze, die dafür geschaffen sind, so dass es nicht nötig ist, dass man in der freien Natur übernachtet und illegal parkt. Ich denke dass die Problematik und das Fehlverhalten weitreichende Folgen haben können und immer mehr verboten wird. Wenn die Camper wenigstens keinen Müll hinterlassen würden, dann wäre es nicht ganz so schlimm. Wir fahren abends immer einen Campingplatz an und bezahlen diesen auch gerne, denn wir nutzen schließlich auch die gebotenen Einrichtungen...“*

*„... ich verstehe die Leute nicht, die das immer und immer wieder machen. Die Diskussion konnten wir schon in Deutschland verfolgen und wir wissen, dass diese Unart ein immer schlechteres Bild auf Deutsche und Holländer wirft. Außerdem hört man immer wieder von Überfällen auf Camper, die am Straßenrand und in Haltebuchten nächtigen. Uns ist das viel zu gefährlich und daher übernachten wir nur auf Campingplätzen...“*

*„... wir reisen das erste Mal durch Norwegen und haben uns bereits zu Hause über das Jedermannsrecht in Norwegen und Schweden informiert. In einem Campingführer für Wohnmobilreisende lasen wir, dass es erlaubt ist, auf Parkplätzen und vor öffentlichen Gebäuden zu stehen und zu nächtigen, sofern man sich da nur eine Nacht aufhält. Auch in diversen Internetforen wurde dies bestätigt und so fahren wir nur alle drei Tage auf einen Campingplatz, um unsere Toilette zu leeren und um Frischwasser zu tanken...“*

*„... wir übernachten so oft es nur geht in der freien Natur. Deshalb machen wir doch Urlaub in Norwegen, weil man hier so schön überall stehen kann. Und nachdem es hier alles so sehr teuer ist können wir uns so das Geld für die teuren Campingplätze sparen und das Geld lieber für Dinge ausgeben, die wir uns sonst nicht leisten würden...“*

*„... was sollen wir denn auf einem Campingplatz? Der ist meist teuer und bietet wenig Komfort. Man muss sich mit anderen Leuten um die besten Plätze streiten und morgens womöglich noch eine Stunde anfahren, bis man am Ausgangspunkt für eine Tour ist. Da bleiben wir doch lieber gleich an Ort und Stelle stehen und können morgen früh gleich als erste aufbrechen zu unserer Wanderung. Außerdem stören wir hier niemanden und Dreck machen wir auch keinen...“*

*„...ich campiere doch nicht. Das Verbotsschild zeigt ein Zelt und ich zelte nicht! Ich stehe hier nur mit meinem Bus und fahre morgen Abend ja schon weiter. Mich hat noch niemand dazu aufgefordert das nicht zu tun. In Deutschland kann man so was ja nicht machen aber Skandinavien ist schließlich bekannt dafür...“*

*„...wir gehen bei diesen unsicheren Wetterverhältnissen immer auf Campingplätze, da man dort meistens die Möglichkeit hat, auch eine Hütte zu mieten. Die sind zwar meistens recht teuer und kosten rund 50,- € aber man kann sie auch für nur eine Nacht mieten und hat nicht das Problem ständig durch den Regen laufen zu müssen, wenn man mal auf die Toilette gehen muss...“*

*„...von den letzten 15 Nächten haben wir 12 Nächte in der Wildnis zugebracht. Das gehört bei uns einfach zu einem Abenteuerurlaub dazu. Hier darf man das wenigstens noch und man muss keine Angst haben, dass man am nächsten Morgen ausgeraubt worden ist. Es ist nicht mal wegen des Geldes und der Kosten auf einem Campingplatz, als viel mehr der Traum, unberührte Landschaften zu erleben, überall übernachten zu können und nicht wie oft auf Campingplätzen Opfer der Massenabfertigung zu werden...“*

*„...wieso sollen wir denn den Norwegern noch mehr Geld in den Rachen werfen. Der Sprit ist schon so teuer und vom Alkohol dürfen wir gar nicht sprechen. Da sparen wir wenigstens hier die Kosten und bringen uns so viel wie möglich Vorräte von zu Hause mit. Außerdem machen das die Holländer in Deutschland auch, indem sie unsere Autobahnen nutzen um durch Deutschland zu fahren und wir müssen die Kosten dafür tragen. Wenn es hier billiger wäre, könnten wir uns auch mal vorstellen auf einem Campingplatz zu übernachten aber so ist uns das einfach zu teuer...“*

Diese Aussagen zeigen, dass das generelle Verbot für motorisierte Reisende, wild zu campieren, nicht jedem bekannt ist.

Zwar ist die Tatsache, dass man sich bereits mit Gedanken trägt, das Jedermannsrecht weiter einzuschränken, einigen Urlaubern bekannt, jedoch kennt niemand den exakten Wortlaut. Von den zehn Befragten, die bereit waren, sich einem längeren Interview zu widmen, gaben sechs an, mehr oder weniger regelmäßig wild zu campen. Man war sich dessen nicht bewusst, gegen geltendes Recht zu verstoßen. Hauptargumente für das Campen in der freien Natur waren die Einsamkeit, das Naturerlebnis und die Kosteneinsparung gegenüber den Campingplätzen.

Die übrigen vier Befragten kannten die Problematik und wussten um die geplanten Gesetzesänderungen. Sie lehnten das wilde Campen generell ab.

Mehrmals wurde die Möglichkeit in freier Natur zu übernachten sogar als Grund angegeben, warum man überhaupt in Norwegen Urlaub macht.

Ein Problem könnte es werden, wenn im Ausland via Presse, Reiseführer und Internet eine Verschärfung der Bestimmungen bekannt wird und ein wichtiger Pull-Faktor für eine Reise nach Norwegen wegfiel.

Eine weitere Fragestellung war, welche unmittelbaren Erlebniswünsche die Besucher des Nationalparks Dovrefjell-Sunndalsfjella erwarten.

*„... wir kommen seit fast 20 Jahren immer wieder hier ins Dovrefjell. Damals bei unserer ersten Reise durch Norwegen sind wir eher zufällig hier geblieben, weil es dunkel wurde und wir nicht mehr weiterfahren wollten. Mein Mann wollte eigentlich noch bis Trondheim fahren, doch dann blieben wir einfach hier auf einem kleinen Campingplatz an der E6 stehen. Dort erfuhren wir, dass man hier tolle Natur erleben kann. Wir machten eine Tagestour und sahen die wild lebenden Moschusochsen. Diese besuchen wir seitdem jedes Jahr. Dreimal waren wir auch schon auf dem Gipfel von Snøhetta. Heute liegt uns dafür noch zuviel Schnee. Dafür möchten wir ein wenig die Pflanzen und Tiere beobachten und fotografieren. Wir bleiben seit etwa fünf Jahren jedes Mal stationär für zwei Wochen hier auf einem Campingplatz und machen von dort aus Tagestouren. Die Region bietet einfach alles, was man als Norwegenurlauber gerne sehen möchte. Die Fjorde und Gletscher besuchen wir dann immer auf dem Rückweg, für den wir uns etwa eine Woche Zeit nehmen. Von Oslo aus fahren wir dann mit der großen neuen Fähre von Colorline, mit der Fantasy nach Kiel zurück...“*

*„... ich bin das erste Mal hier und habe meine Informationen aus dem Internet und dem Reiseführer. Ich möchte gerne die Moschusochsen sehen und versuche das zunächst auf eigene Faust. In der Kongsvoll Fjellstue konnte ich mich über deren momentanen Aufenthaltsbereich informieren. Falls es heute nicht klappt, werde ich mich morgen einer Exkursionsgruppe anschließen, die man hier buchen kann. Ich habe mir drei Tage Zeit gelassen, bevor es dann weiter Richtung Norden geht...“*

*„... wir kommen jetzt seit drei Jahren nach Oppdal und ins Dovrefjell und erleben und entdecken jedes Mal neue Dinge. Heute möchten wir uns die steinzeitlichen Fanggruben und Bogenschießstände ansehen, auf die man uns auf einem Campingplatz im Drivadal aufmerksam gemacht hat. Morgen möchten wir mit dem Campingplatzbesitzer eine Moschusochsensafari unternehmen und anschließend ein wenig angeln gehen...“*

*„... ursprünglich hatten wir geplant ans Nordkap zu fahren aber nachdem im Norden das Wetter so schlecht sein soll und es hier so schön ist, bleiben wir für eine Woche hier und fahren dann weiter an die Küste. Das Nordkap können wir auch noch ein anderes Mal ansehen, vielleicht sogar während einer Reise mit der Hurtigrute...“*

*„... seit wir hier ins Dovrefjell kommen, machen wir immer zwei Tage Zwischenstation. Einen Tag gehen wir die Ochsen besuchen und den anderen versuchen wir Snøhetta zu besteigen. Wenn wir dann noch Lust haben, machen wir noch Tagestouren ins Åmotsdal oder ruhen uns einfach nur aus...“*

*„... ich komme mit meiner Frau und meinen beiden Kindern jedes Jahr zu Fasching nach Oppdal zum Skifahren. Hier sind die Pisten viel leerer als in den Alpen, das Gebiet ist schneesicher und die Preise sind auch nicht höher als in Österreich oder der Schweiz...“*

Aus den Interviews ergab sich, dass sowohl die Moschusochsen, als auch die Einzigartigkeit der Landschaft und die Natursportmöglichkeiten die Gründe sind, warum Touristen das Dovrefjellgebiet für einen Aufenthalt auswählen. Drei der sechs Befragten verbringen einen längeren zusammenhängenden Zeitraum in der Region, die übrigen drei befinden sich auf der Durchreise. Eine Person hatte gar nicht geplant hier zu halten, war jedoch von der Gegend so beeindruckt, dass ein längerer Aufenthalt daraus wurde und sie die gesamte Reiseroute abgeändert hat.

### 5.3.8 Aktivitäten nach Bereichen

Von der Gesamtzahl aller Befragten machten rund 282 Personen eine Angabe zu ihren Aktivitäten, die sie im jeweiligen Gebiet ausüben. Diese wurden wie folgt benannt:

Tab. 9: Aktivitätenverteilung nach Gebiet

	Hjerkinn Skytefelt	Snøhetta-Gebiet	Nationalpark allg.
<b>Wanderungen</b>	39%	75%	49%
<b>Skitouren</b>	14%	14%	23%
<b>Fischen</b>	6%	3%	15%
<b>Großwildjagd</b>	2%	3%	4%
<b>Kleinwildjagd</b>	< 1%	< 1%	8%
<b>Bärenpflücken</b>	< 1%	2%	6%
<b>Radtouren</b>	7%	3%	9%
<b>Almwirtschaft</b>	-	-	1%
<b>Andere Aktivitäten</b>	12%	7%	5%

## 6. SYNTHESE – DAS NUTZUNGSKONZEPT

### 6.1 Entwicklung des norwegischen Tourismus

Seit 1984 wird die Fremdenverkehrspolitik durch die Initialisierung der norwegischen Fremdenverkehrsorganisation NORTRA forciert. Gezieltes Marketing durch die Fremdenverkehrsämter in 12 verschiedenen Ländern u. a. Deutschland, USA und Japan sorgte für ein gesteigertes Interesse und den kontinuierlichen Anstieg der Besucherzahlen. Unter den Besuchern dominierten und dominieren weiterhin die Individualtouristen mit einem Anteil von 90%, die ihre Reise von Anfang an selbst organisieren.

Vom boomenden Wohnmobiltourismus in den 80er und 90er Jahren profitierte ganz Skandinavien und insbesondere Norwegen, da sich das Land - aus der Sicht der Wohnmobilisten - für diese Urlaubsform bestens eignete. Bedingt durch die Wiedervereinigung Deutschlands, die Krisen einiger Mittelmeerländer sowie durch die Ernennung 1988 und gelungene Austragung der Olympischen Winterspiele in Lillehammer im Jahr 1994 verzeichnete das Land Mitte der 90er Jahre die bisher höchsten Besucherzahlen. In diesem Jahr wurden rund 5,5 Millionen Gästeübernachtungen registriert. Seitdem sind die Besucherzahlen wieder rückläufig. Zu Beginn der 1990er Jahre hat eine besondere Form des Kreuzfahrt-Tourismus in Norwegen Einzug gehalten. Zahlreiche Touristen werden zur norwegischen Inselgruppe Spitzbergen befördert (BRONNY, 1992, S.209 ff.).

In den vergangenen Jahren hat der Tourismus einige bedeutende Veränderungen erfahren. Insbesondere die Anreise konnte durch gravierende Verbesserungen erleichtert werden und so wurde 1993 die neue Fährverbindung von Hanstholm (Dänemark) nach Egersund und Bergen durch das Fährunternehmen Fjord Line eingerichtet und die bestehen Fährlinien ausgebaut bzw. mit moderneren und sicheren Schiffen besetzt. Die Fähren von Fjord Line bringen nun die Urlauber direkt in eines der touristischen Zentren, in das westnorwegische Fjordland.

Auf der Strecke Hirtshals - Kristiansand setzt Color Line seit einigen Jahren ein Schnellboot ein, das Südnorwegen bereits nach 2½ Stunden erreicht. Seit Oktober 2004 wird auf der längsten Fährverbindung zwischen Kiel und Oslo das weltweit größte Kreuzfahrtschiff mit Autodeck eingesetzt, das 2750 Passagieren höchsten Komfort bietet.

Color Line ist Norwegens größte Fährschiffreederei und verfügt über eine Flotte von zehn Passagierschiffen, die auf sechs Routen eingesetzt werden. Von Hirtshals werden bisher die Häfen Oslo, Larvik und Kristiansand angelaufen. Weitere Routen führen von Frederikshavn nach Larvik und von Kiel nach Oslo. Hinzu kommt eine Quer-Verbindung über den äußeren Oslofjord von Sandefjord nach Strømstad in Schweden. (COLOR LINE, 2005)

Die jüngsten Entwicklungen zeigen, dass mit der Eröffnung des neuen und sehr modernen Flughafens Gardermoen nördlich von Oslo das Land Norwegen immer näher rückt. Für Urlauber, die bisher weder mit der Fähre noch mit dem Flugzeug anreisen wollten, bietet die gigantische „Øresund-Brücke“, zwischen der dänischen Insel Seeland und Südschweden, die seit Juni 2000 für Urlauber geöffnet ist, eine „beruhigende“ Alternative. Inwieweit sich die jüngsten Entwicklungen in höheren Besucherzahlen bemerkbar machen, bleibt jedoch abzuwarten.

Auch wenn die Einnahmen im Tourismus mit 17 Milliarden norwegischen Kronen, umgerechnet rund 2,15 Milliarden € (1999), weit unter den Ausgaben der Norweger bei Auslandsreisen liegt (37 Mrd. norwegische Kronen, umgerechnet rund 4,7 Mrd. €) und Norwegen ein „Geberland“ ist, hat gegenwärtig der Fremdenverkehr eine hohe Bedeutung und kann in den peripheren und monostrukturierten Gebieten eine neue Perspektive bieten.

Nach Angaben des Welttourismus Verbandes WTO (World Tourism Organization) reisten in dem Jahr 1998 rund 1,27 Millionen Personen von Deutschland nach Norwegen ein. Die Anreise kann mit den Fähren über die direkte Fährverbindung von Kiel nach Oslo (Color Line) oder mit dem Flugzeug erfolgen. Die Statistik differenziert nicht in Urlauber und Geschäftsreisende. Sie enthält Personen aus allen nach Norwegen einreisenden Nationen und differenziert auch hier nicht weiter. Von verschiedenen Marktforschungsinstituten wird das Reiseverhalten der deutschen Urlauber untersucht. Zu den bekanntesten Untersuchungen gehörten die Reiseanalysen des Studienkreises für Tourismus in Starnberg (Auflösung 1993). Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (kurz F.U.R.) mit dem Sitz in Kiel ist die Nachfolgeorganisation des „Studienkreises für Tourismus in Starnberg“. Sie ist eine neutrale Interessengemeinschaft. F.U.R. erstellt jedes Jahr die Reiseanalyse, eine Untersuchung zur Erfassung und Beschreibung des Reiseverhaltens der deutschen Urlau-

ber. Die Ergebnisse stützen sich auf Umfragen, die von dem Hamburger Marktforschungsinstitut Ipsos Deutschland, Hamburg (früher GFM-GETAS) durchgeführt werden. Insgesamt wurden in einer Stichprobe 10.000 Bundesbürger (8.000 West, 2.000 Ost) befragt. Die Auswahl der Probanden erfolgte durch das Zufallsverfahren. Zu den Umfrageergebnissen gehören auch die gewählten Destinationen, in denen die Probanden ihren Urlaub verbracht haben. Für Norwegen ergab dies eine Besucherzahl von 340.000 deutschen Touristen für das Jahr 1998 und rund 360.000 für das Jahr 1999. Insgesamt unternahmen 1998 rund 63,4 Millionen deutsche Bundesbürger Urlaubsreisen (1997 waren es rund 62,2 Mio. Reisen). Das Statistische Zentralamt in Norwegen (STATISTIKK SENTRALBYRA, Oslo) erstellt amtliche Besucherstatistiken. Es werden die Meldebögen (Overnattingsrapport) der registrierten Beherbergungsbetriebe ausgewertet. Alle gemeldeten Betriebe des Hotelgewerbes (Stadthotels, Landhotels und Hochgebirgshotels) und auch Parahotels (Campingplätze und Jugendherberge) sind verpflichtet, jeden Monat die Übernachtungszahlen anzugeben, die das Statistische Zentralamt in die amtlichen Statistiken umwandelt. Sie werden im Internet oder in dem fast jährlich erscheinenden Band „Fremdenverkehrsstatistik“ („Reiselivsstatistikk“) veröffentlicht.

Diese Daten sind hauptsächlich für die Tourismusindustrie und die entscheidenden Organisationen (z. B. Norwegisches Fremdenverkehrsamt, regionales Fremdenverkehrsamt) und Verbände von Bedeutung. Die meisten Statistiken beziehen sich auf die Übernachtungszahlen in den unterschiedlichen Beherbergungsbetrieben der verschiedenen Regionen und Provinzen. Das Statistische Zentralamt gliedert das Jahr in Winter-, Sommer- und Herbstsaison. Die Wintersaison umfasst die Monate Januar bis April, die Sommersaison (Mai bis September) und die Herbstsaison (Oktober bis Dezember). Die erhobenen Übernachtungszahlen berücksichtigen lediglich das Heimatland des Reisenden (Quellland). Eine unter gewissen Fragestellungen interessante Differenzierung der Besucher z. B. unter Berücksichtigung der soziodemographischen Merkmale erfolgt nicht.



## 6.2 Entlastungsmöglichkeiten für den bestehenden Nationalpark

Sinnvoll scheint es, den bestehenden Park genauer zu untersuchen. Dabei müssen verschiedene Fragestellungen betrachtet werden:

- Wo wird der Park betreten?
- Entlang welcher Routen wandern die meisten Menschen?
- Was bietet der Park dem Besucher?
- Wo parken die Besucher ihren PKW?
- Wo sind die typischen Rückzugsgebiete der Tiere und Pflanzen?

Aus den Antworten ergibt sich dann später ein Bild, anhand dessen ein Übertrag auf das „Informationsgebiet“ Hjerkin Skytefelt möglich wird. Bei mehreren eingehenden Befragungen und Untersuchungen zeigte sich zunächst, dass alle typischen Merkmale des Nationalparks auch auf Hjerkin Skytefelt zutreffen, was den Charakter dieses Geländes als „Schaufenster des Nationalparks“ durchaus rechtfertigt. Einziger Unterschied ist hierbei, dass sich im Zusammenleben zwischen Mensch, Tier und Pflanzenwelt über Jahrzehnte hinweg ein Gleichgewicht eingestellt hat, von dem im eigentlichen Nationalpark nichts zu spüren ist. Trotz intensiver militärischer Nutzung haben sich hier Moschusochsen und Rentiere angesiedelt und suchen dieses Gelände immer wieder auf.

Im Gegensatz dazu werden die Tiere innerhalb des Parks immer häufiger durch unachtsame Touristen gestört und gezwungen neue Areale aufzusuchen.

Die Tatsache, dass das bislang militärisch genutzte Gelände nur aufgegeben wird, weil in der Nähe der schwedischen Grenze ein neues Areal erschlossen werden soll, erscheint weder aus ökologischer noch aus ökonomischer Sicht sinnvoll. Die Beschlüsse zur Stilllegung von Hjerkin sind jedoch gefasst und unumkehrbar. Nur die Art der Umsetzung ist nach wie vor strittig.

Die kommunalpolitischen Debatten lassen sich im weitesten Sinne auf die beiden Hauptargumente der Befürworter und der Gegner reduzieren. Dass die Chance, einen Bereich der Natur zurückzugeben einmalig ist, ist nicht von der Hand zu weisen. Jedoch muss auch die Gegenseite verstanden werden, die im Wesentlichen das gleiche Ziel verfolgt, dabei aber auch die schützenswerten Bereiche innerhalb des

bereits bestehenden Nationalparks mit einbezieht. Ein Gebiet wie Hjerkin Skytefelt, dass seit über 80 Jahren derart intensiv genutzt wurde, dass es noch rund 30 Jahre andauern wird, bis die letzten Rückstände menschlicher Einwirkung in Form von Munitionsresten und Blindgängern beseitigt sind, hat meiner Meinung nach nicht denselben Schutzstatus zu bekommen, wie ein nahezu unbelastetes Gelände. Warum soll man nicht gerade hier einen geordneten Tourismus ablaufen lassen, der eine erhebliche Entlastung für andere Teile des Nationalparks darstellen könnte?

## **6.3 Aufbau eines Infozentrums**

### **6.3.1 Nutzung bestehender Infrastruktur**

Die bislang vorhandene Infrastruktur des Geländes lässt sich ohne aufwendigen und kostenintensiven Ausbau, was ja auch nicht im Sinne des Naturschutzes wäre, nutzen. Der bestehende Ringweg mit seinen Seitenstrecken liefert ein Wanderwegenetz von mehr als 85 Kilometern Länge. Da diese Wege ohnehin weiter für den Abtransport von militärischen Altlasten genutzt werden müssen, ist ein baldiger Rückbau weder zu empfehlen noch zu erwarten.

Diese Strecken lassen sich aber mühelos zu verschiedenen Wanderrunden mit diversen Informations- und Übernachtungspunkten nutzen.

Auch die bislang militärisch genutzten Gebäude von Hjerkin sind von ihrer Bausubstanz keinesfalls so schlecht, dass man hier nicht das Informationszentrum für den Nationalpark etablieren könnte. Der Häuserkomplex besteht momentan aus mehreren Fahrzeugbaracken, die zu Schauräumen umgebaut werden können, während die beiden Haupthäuser das eigentliche Informationszentrum, wie auch den Beherbergungs- und Restaurantbereich, aufnehmen könnten.

Die Freiflächen, die sich an diesen Häuserkomplex anschließen, wären dann die idealen Bereiche, um hier die Besucherparkplätze anzulegen. So ließe sich ein unkontrollierter Verkehr und „wildes“ Parken in der Natur von vornherein verhindern und der Besucherstrom besser steuern.

Eine Verbindung der beiden Ortschaften Snøheim und Hjerkin durch einen halbstündig verkehrenden Busshuttle mit Kleinbussen böte auch weniger mobilen Men-

schen wie Alten, Behinderten, Kranken aber auch Familien mit Kleinkindern die Gelegenheit, den Nationalpark kennen zu lernen.

### 6.3.2 Touristische In-Wertsetzung

Plant man langfristig, den Tourismus als einen wichtigen Wirtschaftszweig der Region zu erhalten, so müssen selbstverständlich gewisse Grundlagen geschaffen und erhalten werden. Zurzeit ist eine Tendenz aus Interviews mit Touristen und Fachleuten ganz klar zu erkennen. Der Tourismus in die nordischen Länder ist nach wie vor ansteigend, jedoch bilden sich immer deutlicher gewisse Hauptziele heraus. So scheint nach wie vor für Norwegen der Trend zu gelten, dass die meisten in Richtung Norden reisen. Speziell ein Besuch am Nordkap oder zumindest die Überquerung des Polarkreises sind dabei so gefragt, dass andere Regionen, auch wenn sie direkt an den Hauptverkehrsrouten liegen, ins Hintertreffen geraten (ØLNES, S., 1981). Um diesen Trends vorzubeugen müssen vorhandene Ressourcen besser genutzt werden und die jeweiligen Highlights besser in Szene gesetzt werden. Fatal wären dabei sicherlich die Auswirkungen, wenn man einen langjährigen Anziehungspunkt, wie den Berg Snøhetta, für die meisten Touristen unzugänglich machen würde.

### 6.3.3 Informationsmöglichkeiten

Das Informationszentrum zum Nationalpark Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark sollte aus rein strategischen Gesichtspunkten in der Nähe der Hauptverbindungsstraße zwischen Norden und Süden an der E6 liegen. Durch signifikante Hinweisschilder lässt sich so bereits frühzeitig darauf aufmerksam machen.

Da ohnehin ein großer Teil der Besucher wegen einer Wanderung zu einem der bekanntesten Gipfel Norwegens, dem Snøhetta, hier anhalten, bietet sich natürlich die Nutzung der vorhandenen Gebäude der jetzigen Militärverwaltung an. Das Areal um diese Gebäude ist groß genug, um einen Großparkplatz anzulegen.

Möglichkeiten zur allgemeinen Information können dann in einem der Gebäude anhand von Dauerausstellungen oder interaktiven Systemen, wie etwa einem „Flug“ durch das Gelände, mit Hilfe des 3D-Modells erfolgen.

Individuelle Informationsmöglichkeiten sollten anhand von markierten Punkten und Informations-Flyern entlang der Modellroute geboten werden, so dass sich jeder Einzelne wann und wo er will informieren kann. Somit ist auch die in Norwegen bislang ohnehin geringe Gefahr von Vandalismus an aufgestellten Hinweistafeln nicht gegeben.

#### 6.3.4 Nationalparkpass

Im Rahmen der Einrichtung eines Informationszentrums bei Hjerkinn und der Ausweisung des ehemaligen Hjerkinn Skytefelt zum „Schaufenster“ des Nationalparks, ist es ratsam, nicht für jede Form der Information, Nutzung oder Darbietung eine Gebühr zu erheben. Das hätte über kurz oder lang zur Folge, dass die Besucher den Eindruck des „Abkassierens“ bekämen. Viel mehr ist es sinnvoll, eine Art Nationalpark-Pass, wie er beispielsweise in den Nationalparks der Vereinigten Staaten üblich ist, einzusetzen.

Der Kauf eines solchen Passes ist für jeden Besucher obligatorisch und beinhaltet alle Leistungen wie Parkplatzgebühr, Busticket, Informationsveranstaltungen und Broschüren.

Ob auch die wesentlich zeit- und kostenaufwendigeren Guidings mit inbegriffen sein müssen, hängt von der jeweiligen Inanspruchnahme ab, da bei geringer Nutzung die Besucher, übermäßig belastet werden, die ausschließlich eine Wanderung vornehmen wollen und nur ihr Auto parken möchten.

Um solche Details jedoch abklären zu können, sollte nach einer gewissen Zeit eines so genannten Probelaufs, etwa nach drei Monaten eine Evaluierung erfolgen.

#### 6.3.5 Guiding zu tourismusrelevanten Plätzen

Die Attraktivität eines solchen Projektes kann natürlich durch personell unterstützte Führungen deutlich gesteigert werden. Gerade ausländische Touristen nehmen sehr gerne derartige Angebote wahr. So wären in der Region etwa geführte Gipfeltouren auf den „Hausberg“ Snøhetta denkbar.

Andere Aktivitäten, wie die so genannten Moschusochsen-Safaris, werden schon heute angeboten und häufig genutzt. Gerade dieses sehr symbolträchtige Tier ist es, was Touristen aus dem Ausland dazu bringt, diesen Nationalpark zu besuchen. Viele

Naturwanderführer weisen ausdrücklich auf die guten Chancen hin, hier diese Tiere live erleben zu können.

Andere denkbare Touren wären Reittouren entlang der Trekkingrunde oder botanische bzw. zoologische Führungen. Beispielhaft zu erwähnen ist hier der botanische Fjellgarten von Kongsvoll, der einen hervorragenden Überblick über alle, in der Fjellregion lebenden Pflanzenarten bietet.

Ebenso wäre der Verleih von Trekkingrädern eine Bereicherung für die Touristen, die kein eigenes Rad dabei haben, aber in aller Kürze viel von der Region erleben möchten.

Auch das Angebot, an Paragliding-, Kletter- oder Rafting-Events teilzunehmen ist aufgrund der Örtlichkeiten jederzeit gegeben.

Eine weitere Möglichkeit, das Angebot eines zukünftigen Nationalparkcenters attraktiver und vielseitiger zu gestalten, ist die Aufnahme von Seminaren und Kursen in ein festes Programm. Beispielsweise bietet es sich in diesem Gelände an, GPS-Seminare zum richtigen Umgang mit dieser Technik anzubieten. Dazu können erfahrenen Guides und Ranger ausgebildet werden und solche Kurse leiten. Auch die Einführung von 1.-Hilfe-Kursen für den Trekking- und Outdoor-Bereich könnten eine interessante Angebotserweiterung sein. Ähnliche Kurse lassen sich in sehr unterschiedlichen Bereichen abhalten, angefangen von Wetterkunde, über Tierverhalten bis hin zum Erlernen vom Spurenlesen. Ebenso bietet das Gelände um Hjerkinns Skytefelt ideale Bedingungen, um im Winter Langlaufkurse, Huskyevents und Lawinenrettungsseminare anbieten zu können.

Solche Programme sind bislang nur im Angebot von Sportschulen und Hotels, könnten aber eine feste Institution für den Nationalpark werden. Bei Buchung von umfangreicheren Kursen könnten die Teilnehmer dann in den Gästehäusern vor Ort untergebracht werden und sind somit für einen längeren Zeitraum an die Region gebunden. Dieser Weg ist somit auch ein wichtiger Bestandteil, um die Touristen vom reinen Durchreisetourismus hin zu stationären Aufenthalten zu ziehen.

Wer im Speziellen diese Programme ausarbeitet und später die Kurse auch anbietet muss natürlich im Vorfeld der Planungen abgeklärt werden, um Interessenskonflikte innerhalb der lokalen Beteiligten von Anfang an zu unterbinden.

Die Schaffung von weiteren Arbeitsplätzen mit fest angestellten Mitarbeitern ist somit eine wichtige Folge der Etablierung eines solchen zentral gelegenen Nationalparkcenters.

Abb. 24: Gipfel von Snøhetta



Foto: O. Schwenn

### 6.3.6 Benötigte Infrastruktur

Bei den Planungen zur Umsetzung eines touristischen Gesamtkonzeptes dürfen auch infrastrukturelle Notwendigkeiten nicht außer Acht gelassen werden. So benötigen Touristen, die die Region besuchen wollen neben den Möglichkeiten in der freien Natur zu nächtigen, auch die Option einer Hotel- oder Jugendherbergsübernachtung. Die vorhandenen Gebäude lassen sich aufgrund ihrer Räumlichkeiten zu Jugendgästehäusern ausbauen ohne dass größere bauliche Veränderungen vonnöten sind. Eine Ermittlung der benötigten Kapazitäten lässt sich anhand der Besucherzahlen der vergangenen Jahre relativ genau abschätzen. Man kann davon ausgehen, dass rund 20% der Besucher eine solche Übernachtung nutzen würden. Somit müssten Übernachtungsplätze für insgesamt rund 150 Personen ausreichen, um den Bedarf zu decken. Hier bietet sich somit auch die Möglichkeit für ortsansässige Gastronomie- und Hotelbetriebe, an einem solchen Projekt zu partizipieren. Neu anzulegen sind dagegen der benötigte Großparkplatz im Bereich des zukünftigen Informationszentrums und eine Anlage von mehreren Zelt-Möglichkeiten entlang

des Ringweges. Dafür ist jedoch nur eine geringe Investitionssumme notwendig, die sich nach spätestens einem Jahr amortisiert haben dürfte.

## 6.4 Technische Grundlagen für ein Informationszentrum

### 6.4.1 GIS-Aufbau

Zum Aufbau des Geographischen Informationssystem (GIS) wurde die Software der Firma ESRI, Arc View 3.1 verwendet. Zunächst waren jedoch einige Vorarbeiten zu leisten. So mussten zum einen Geländekartierungen vor Ort durchgeführt, zum anderen aber auch ein aktuelles Satellitenbild sowie eine topographische Karte gefunden werden.

Problematisch war in diesem Bereich, überhaupt ein aktuelles Bild des Gebiets zu bekommen. Da das Gelände militärisches Sperrgebiet ist, waren die Verantwortlichen zunächst nicht bereit, Bilddaten herauszugeben. Nach längeren Verhandlungen wurde die Genehmigung ausgesprochen, mit Satellitenbilddaten zu arbeiten.

Das Satellitenbild stammt aus einer Aufnahmereihe von SPOT 5 vom 23.08.2002 und wurde bei Statens Kartverk in Norwegen erworben. Dieses wurde zunächst georeferenziert und an die topographische Karte angepasst (JESCHOR, A. & BLEIEL, K.-H., 1989).

Der Untersuchungsraum Hjerkind Skytefelt liegt sehr randständig, und ein kleiner Teil des Gebiets befindet sich sogar außerhalb des Aufnahmewinkels. Um später bei einer Höhenmodellierung keine „schwarzen Berge“ zu erhalten, wurde die fehlende Fläche anhand von Signaturen aus der Topographischen Karte rekonstruiert und mit Hilfe eines Grafikprogramms möglichst naturgetreu nachgezeichnet. Dieser Bereich ist somit nicht in Echtfarben dargestellt, zeigt jedoch die exakte Lage von Gewässern und Wegen. Die umliegende Färbung wurde weitestgehend übernommen.

Im Folgenden wird aufgezeigt, welche Vorgehensweise nötig ist, um ein 3-D-Modell zu entwickeln. ESRI-Shape-Files stellen das überwiegend verwendete Datenformat dar. Das Shape-Format ist ein relativ einfach strukturiertes, nicht-topologisches Vektor-Daten-Format zum Speichern von geometrischen Orts- und Attributinformationen geographischer Objekte TIN-Daten können aus Vektor-Daten oder alternativ auch aus Grid-Daten abgeleitet werden. Zur Verbesserung der relativ groben regelmäßigen Vierecksvermaschung des DGM 25 zieht man die unregelmäßige Dreiecksver-

maschung mit Bruchkanten und Formlinieninformationen sowie die zweidimensionalen Datenbestände des ATKIS 25 als Höhen-Informationen aus dem DGM 25 heran. Ein TIN kann allgemein durch Hinzufügen von topographischen Beschreibungsmerkmalen, wie stehende oder fließende Gewässer, entscheidend verbessert werden. Die Rohdaten zur Erstellung einer solchen unregelmäßigen Dreiecksvermaschung werden im Falle eines Referenz-GIS durch folgende Datenformen repräsentiert:

**Digitales Geländemodell** in Form des amtlichen DGM 25. Seine Punktinformationen werden als unregelmäßig angeordnete Massepunkte in die Interpolation eingebracht.

**Bruchkanten (mit Höheninformationen)** in Form der Flächen größtmäßig relevanter, stehender Gewässer des ATKIS 25 in Verbindung mit einer Ableitung der zugehörigen, mittleren Höheninformationen aus dem DGM 25. Diese werden als Polygone mit einer einheitlichen Höhe im Inneren eingeführt. Diese Wasserflächen (Teiche, Stauseen, Binnenseen) haben eine homogene Höhe und sind damit horizontal.

- Selektion aller Gewässerflächen mit der Eigenschaft „ist Binnensee, Stausee oder Teich“ zur Extrahierung aller relevanten, horizontalen Flächen.
- Räumliche Selektion aller innerhalb dieser Flächen befindlichen DGM-Punkte zur Extrahierung aller relevanten Punkte mit Höheninformationen.
- Spatial Join zur Verknüpfung der Flächenattribute mit den DGM-Punktattributen über eine hierfür entwickelte räumliche Abfrage (Punkte in Flächen-Operation).
- Entfernen aller Flächen, für die der Spatial Join keine geeigneten Punktinformationen geliefert hat. Zu kleine Flächen oder stark gestreckte Flächen behalten nur einen oder keine DGM-Punkte.
- Bildung von Multipart-Features (Multi-Points) unter Verwendung der nun pro Punkt verfügbaren Flächenschlüssel unter Ableitung der arithmetischen Mittelwerte der entsprechenden Punkthöhen für je eine Fläche.
- Alphanumerischer 1:1-Join zur Verknüpfung der resultierenden Höheninformationen mit den Gewässerflächen.



Alle verbleibenden Gewässerflächen haben nun eine eindeutige Höhe in Form des arithmetischen Mittelwertes aller innerhalb ihrer Grenzen liegenden DGM 25-Punkte (min. 2 Punkte). Dies ist die wahrscheinlichste, aus diesen Sekundärdaten ableitbare Höheninformation für flächige Bruchkanten. Alternativ wäre eine manuelle Erfassung der Gewässerrhöhen aus weiteren Datenquellen möglich, ist aber aufgrund des extremen Aufwandes nicht zu empfehlen.

**Formlinien (ohne Höheninformationen)** in Form der Flächen aller fließenden Gewässer des ATKIS 25 als Polygone, deren Begrenzungen bei der Dreiecksvermischung als Dreiecksseiten berücksichtigt werden. Diese Wasserflächen (Kanäle, größere Flüsse, Ströme) haben keine homogene Höhe und sind damit nicht horizontal.

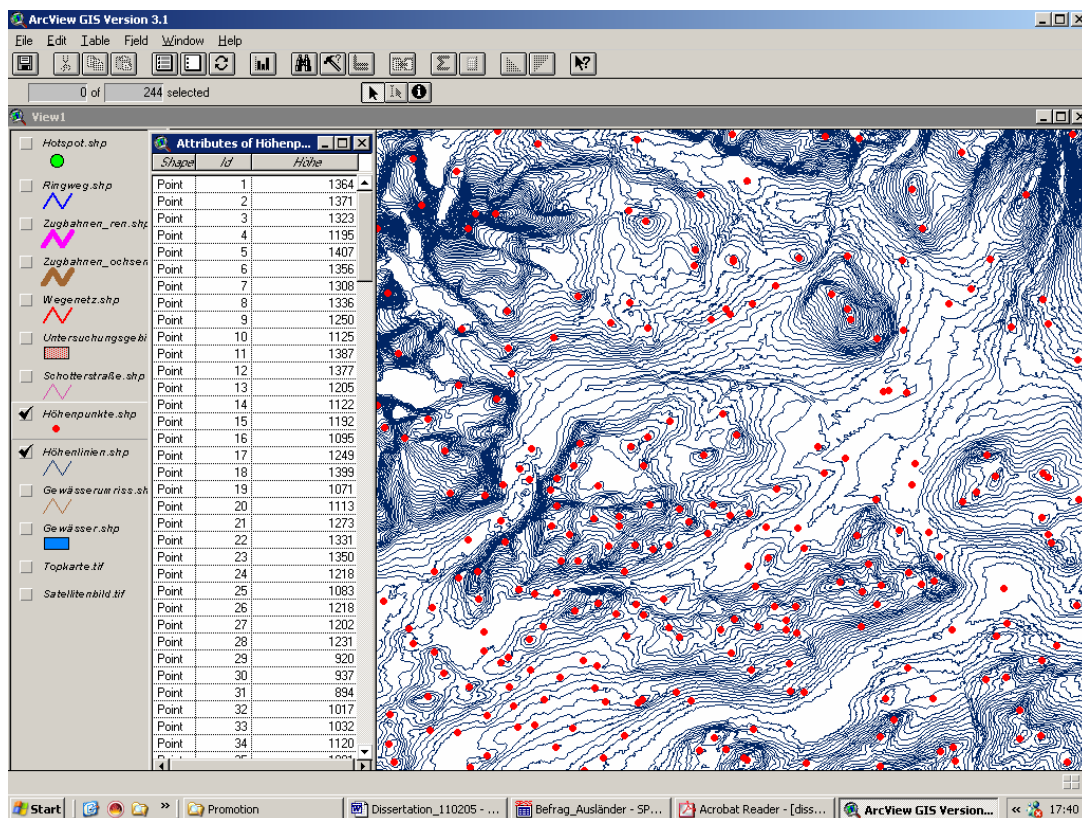
- Selektion aller Gewässerflächen mit der Eigenschaft „ist Strom, Fluss, Bach, Graben oder Kanal“ zur Extrahierung aller relevanten, nichthorizontalen Flächen.

**Formlinien (ohne Höheninformationen)** in Form der wichtigsten Gewässerlinien des ATKIS 25. Alle nicht flächig verfügbaren Gewässer (Bäche, Gräben, kleinere Flüsse) können ergänzend als Formlinien und damit als Dreiecksbegrenzungen mit eingeführt werden. Eine signifikante Verbesserung der Oberflächenbeschreibung durch das resultierende TIN wird dadurch aber nicht erreicht.

- Selektion aller Gewässerlinien mit der Eigenschaft „ist Strom, Fluss, Bach, Graben oder Kanal“ zur Extrahierung aller relevanten Linien.

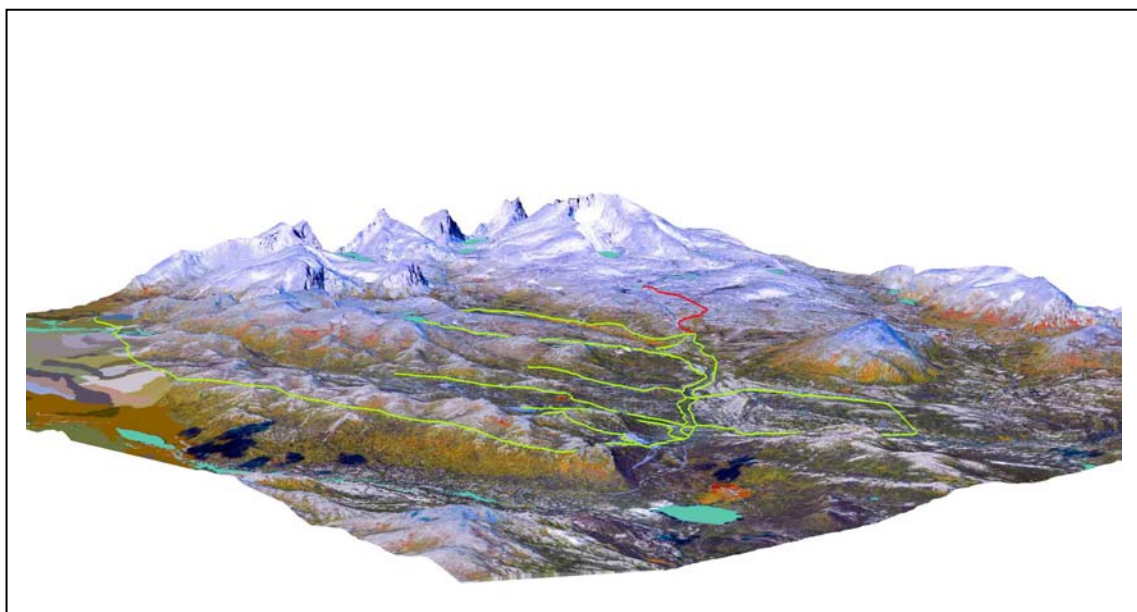
**Clip-Thema (Beschneidungspolygon)** zur Festlegung der räumlichen Ausdehnung des zu erstellenden TIN. Die TIN-Interpolation findet innerhalb dieses Polygons statt. Evtl. vorliegende Datenbestände außerhalb des Clip-Polygons werden demnach bei der Berechnung ignoriert.

Abb. 25: Vernetzung der Höhenlinien und Höhenpunkte



Quelle: eigene Darstellung

Abb. 26: Höhenmodell von Hjerkin Skytefelt



Quelle: eigene Darstellung

Um das bestehende digitale Höhenmodell unter Arc Gis Arc Scene 8.3 aufbauen zu können, mussten zuerst wichtige Flächen und Linien digitalisiert werden. Um ein möglichst exaktes Abbild des tatsächlichen Reliefs zu erhalten genügte es nicht, nur die Höhenpunkte aus der Topographischen Karte aufzunehmen. Eine komplette Aufnahme aller Höhenlinien des Untersuchungsraumes war nötig, um die Messfehler auf einem 5-Meter-Niveau zu halten. Zusätzlich mussten alle Gewässerflächen und Ihre Höhe über NN aufgenommen werden, um eventuelle Zeichnungsfehler nicht zuzulassen. So konnte jedem See seine Lage im Geländemodell exakt zugewiesen werden und eine „Schräglage“ in der Darstellung ausgeschlossen werden. Ebenfalls digital aufgenommen wurden die Gesamtfläche des Militärgebiets, die Ringstraße, das Wegenetz sowie so genannte „Hotspots“, Punkte mit besonderer touristischer Bedeutung.

In der Gesamtheit wurden 678 Höhenlinien, 295 Höhenpunkte und 371 Gewässer digitalisiert.

#### 6.4.2 GIS-Einsatz

Das Geographische Informationssystem kann sowohl zu Überwachungs- und Dokumentationszwecken, als auch zur interaktiven Nutzung durch Touristen im zukünftigen Informationszentrum herangezogen werden. Gerade der Einsatz zur Überwachung im Bereich eines angrenzenden Nationalparks bekommt eine immer größer werdende Bedeutung. So ist es zum einen möglich, bevorzugte Aufenthaltsorte und Zugbahnen von Tieren wie Moschusochsen und Rentierherden zu dokumentieren, um langfristig die touristische Nutzung an den Schutz dieser Tiere anzupassen, zum anderen können aber auch Gebietsveränderungen beispielsweise bei der Räumung von Munition oder der Einrichtung bestimmter Schutzzonen leichter durchgeführt werden.

Heute spielen die Geographischen Informationssysteme eine immer größere Rolle im Nationalpark-Management. Dabei übernehmen sie Aufgaben wie Forschungscoordination, Verwaltungsunterstützung und insbesondere die Besucherinformation.

Durch den Einsatz dieser modernen Techniken lässt sich die räumliche Dimension für den EDV-Einsatz erschließen. Dabei ist die entscheidende Neuerung, dass alle Informationen, die bislang nur auf analogen Karten dokumentiert wurden, sich in einem GIS zusammenführen lassen. Gerade die Systematik räumlicher Verteilungen,

Wechselbeziehungen und Prozesse in der Natur können damit schneller und leichter analysiert und in der Computerkartographie visualisiert werden.

Somit ist eine ideale Entscheidungsgrundlage für die Aufgaben und Ziele eines Nationalparks gegeben. Selbstverständlich ist ein solches Informationssystem immer nur so gut, wie die Daten die eingegeben werden und wie fachmännisch es im Nachhinein bedient und gepflegt wird.

Es gibt für den genannten Einsatz dieser Technologie eine logische Abfolge der Aufgaben, die dieses System übernehmen kann, wobei die Kosteneffizienz innerhalb der komplexen Organisation eines Nationalparks wohl der wichtigste Faktor sein dürfte.

Daher ergibt sich die folgende Aufgabenabfolge:

- Rahmenplanung mit den Zielen der Abgrenzung und Zonierung
- Multidisziplinäre Erforschung räumlicher Potentiale
- Errichtung und Interessenskoordination
- Verwaltung und Dokumentation
- Besucherinformation
- Laufende Weiterentwicklung

Dabei können selbstverständlich auch mehrere Schritte zeitgleich erfolgen. Entscheidend für den späteren Nutzen ist natürlich die allgemeine Vergleichbarkeit und Integrationsmöglichkeit für andere Karten- und Datenmodelle. Grundlage dafür sollten daher die Verwendung allgemeingültiger Karten wie die entsprechenden Katasterkarten sein (STROBL 1993, S. 73-77).

Im vorliegenden Fall bildete die bereits digital vorliegende TK25 die Datenbasis für alle weiteren Schritte.

Eine solche klar definierte Basis lässt dann auch interdisziplinäre Forschungsarbeiten zu, so dass deren Ergebnisse in das GIS integriert werden können. Für die Information von Besuchern bietet sich dann die Möglichkeit, interaktiv die verschiedenen Themen aufzurufen und zu betrachten.

Dabei ist hier bereits in einem frühen Stadium des Systemaufbaus die Möglichkeit gegeben, die Darstellung der Topographischen Karte im Maßstab 1:25.000 mit einem aktuellen Satellitenbild zu vergleichen.

Für den späteren Ausbau wäre die Einbeziehung von historischen und aktuellen Luftaufnahmen denkbar, da sich damit auf eine sehr anschauliche Weise Prozesse

und Entwicklungen der Landschaft vergleichen lassen. Besonders gut zu vergleichen sind dabei die Siedlungsentwicklung oder die Waldbedeckung bestimmter Regionen. Entscheidend ist allerdings, dass die Bilder entsprechend an die vorhandenen Daten angepasst sind und georeferenziert wurden. Nur wenn sie absolut Deckungsgleich sind, lassen sich aussagekräftige Schlüsse ziehen.

Zwar sind die Einsatzbereiche eines GIS für einen Nationalpark sehr stark von den zu setzenden Prioritäten und der jeweiligen Situation vor Ort abhängig, dennoch lassen sich aber einige allgemeingültige Aufgaben herausstellen:

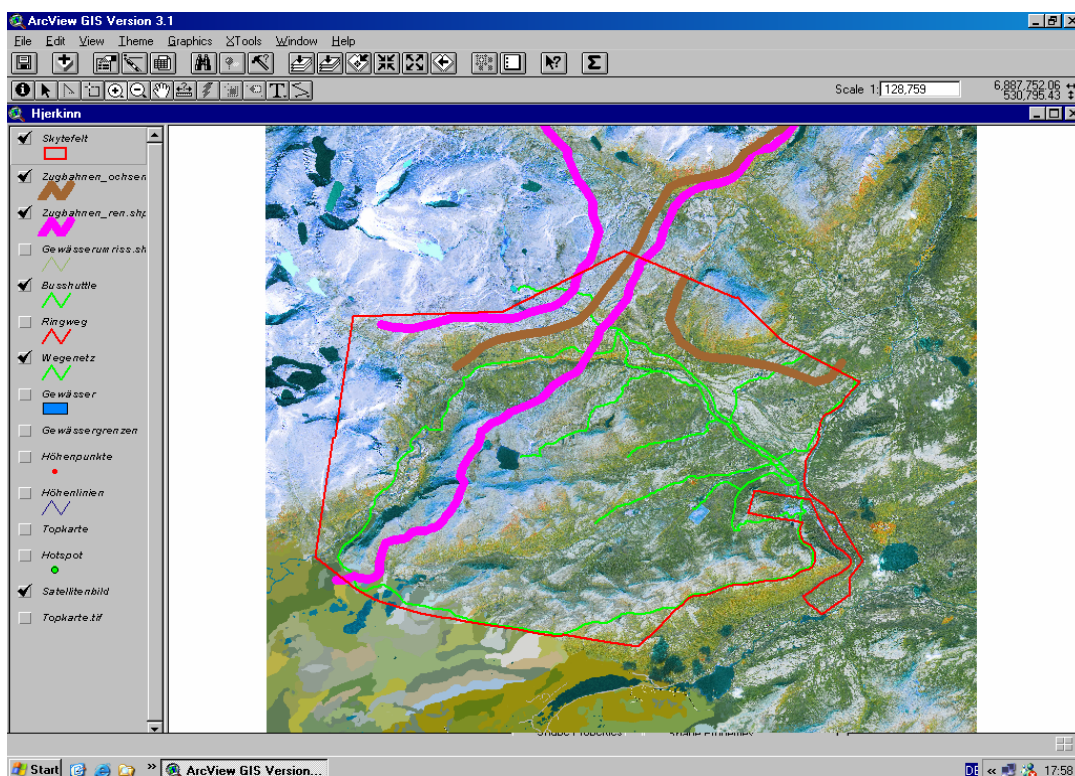
- Grundstücksbezogene Auswertungen (Förderung, Entschädigung, Grenzziehung)
- Bereitstellung eines einheitlichen räumlichen Bezugssystems und Grundkartenwerkes
- Konsistente Verfügbarmachung natur- und kulturräumlicher Planungsgrundlagen
- Unterstützung gutachterlicher Stellungnahmen und anderer Entscheidungsgrundlagen
- Interaktive Unterstützung von Besprechungen und Diskussionen
- Kartographische Dokumentation in Publikationsqualität
- Präsentation ökologischer Zusammenhänge, von Lebensräumen, Nutzungen und naturwissenschaftlichen Gesetzmäßigkeiten (Vorkommen, Ausdehnung, Abläufe) für Besucher
- Unterstützung von Fremdenverkehrsberatung
- Führung eines Datenspeichers zur Unterstützung projektorientierter Forschungsarbeiten im Nationalpark
- Überblicksartige Grundlageninformation (Regionalstatistik)
- Einheitlicher Bezugsrahmen für jegliche dokumentarische interpretierende, modellierende und prognostizierende sowie planende Tätigkeit.

Es gibt allerdings auch gewisse Probleme beim Einsatz der Geographischen Informationssysteme in Nationalparks. Häufig divergieren die Anforderungen aus Forschung, Verwaltung und Öffentlichkeitsarbeit so stark, dass eine Kompromisslösung gefunden werden muss (STROBL 1993, S. 73-77).

Auch die Erstreckung von Arbeitsgebieten über mehrere Gebietskörperschaften lassen Probleme aufkommen. Das vorliegende Beispiel zeigt schon jetzt, dass man sich bislang noch nicht einmal auf einen zentralen Verwaltungsort des Parks einigen konnte, nachdem dieser auf über 2000 km<sup>2</sup> erweitert worden war. Weitere Zusammenschlüsse mit anderen Nationalparks, wie etwa dem südlich angrenzenden Rondane-Nationalpark, werden diese Problematik weiter verschärfen. Auch die sehr heterogenen Ansprüche an Datengenauigkeit oder bestimmte Maßstäbe müssen in einem Kompromiss enden. Es ist zwar einfach zu sagen, man müsse alle Daten auf dem bestmöglichen Datenniveau erfassen und kann diese jederzeit auf ein niedrigeres Niveau herabsetzen, jedoch ist das auch eine Kostenfrage.

Sofern für dieses Projekt Mittel des Nationalparks zur Verfügung gestellt werden, wäre eine ständige Aktualisierung und eine intensive Pflege der Datenbanken sicher kein Problem.

Abb. 27: Screenshot aus Arc View



Quelle: eigene Darstellung

Die Abbildung zeigt eine Bildschirmansicht des Geographischen Informationssystems. Verschiedene Themen können hier jederzeit ein- oder ausgeblendet werden. In diesem Fall sind in pink und braun die typischen Zugbahnen von Moschusochsen

und Rentieren gezeigt, die rote Linie symbolisiert die Begrenzung des Militärgebiets und grün ist das vorhandene Wegenetz dargestellt.

Die verschiedenen Themenbereiche werden bei der Vorstellung dieses Informationssystems für eine spätere touristische Nutzung gesondert erläutert.

#### 6.4.3 Entwicklung einer Modellroute

Um die zu erwartende Anzahl von Besuchern auf dem Gelände von Hjerkin Skytefelt in geordnete Bahnen zu lenken, bietet sich die Einrichtung einer festgelegten Wanderstrecke auf bereits vorhandenen Wegen an. Der durch das Gelände führende Rundweg besitzt eine Streckenlänge von 42,4 Kilometern und ist somit eine ideale Tour für Besucher, die sich ca. zwei Tage im Gelände aufhalten möchten. Das Streckenprofil ist nicht zu anspruchsvoll, führt jedoch durch eine sehr abwechslungsreiche Landschaft und bietet einen Einblick in eine Natur, wie sie typisch für den Nationalpark ist. Da das Gelände wie schon beschrieben noch lange nicht frei von Munitionsresten ist, müssen entlang dieser Runde Möglichkeiten zur Übernachtung an Plätzen angeboten werden, die garantiert frei von Blindgängern und Munitionsresten sind. Durch die Anlage von mehreren Zelt- und Rastplätzen, kann sichergestellt werden, dass keine Besucher abseits der Wege campieren. Zeitgleich sollten sowohl im Infozentrum als auch auf der Strecke mit Hinweisschildern und Handzetteln auf richtiges Verhalten innerhalb des Geländes hingewiesen werden.

#### 6.4.4 Streckenverlauf

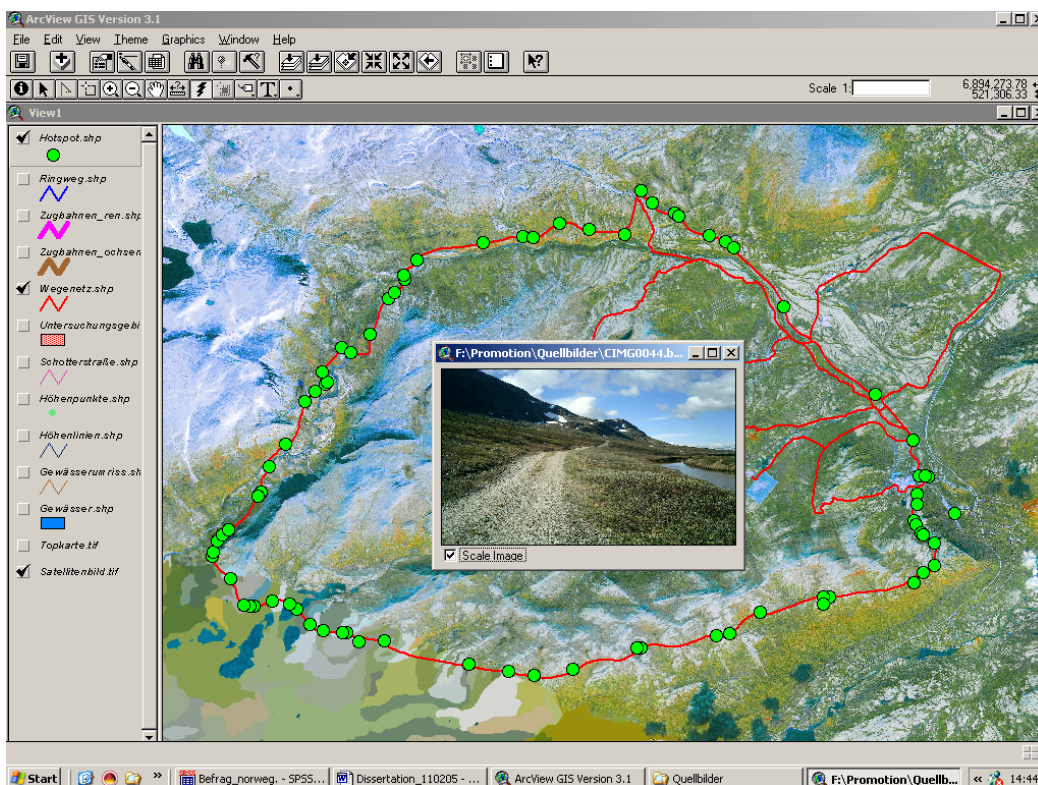
Der Verlauf dieser Route ist mit Hilfe von Kartierungen und Fotodokumentationen vor Ort untersucht und anschließend in das Geographische Informationssystem eingearbeitet worden. Insgesamt dokumentieren 76 Aufnahmen die markanten Stellen dieses Rundweges. Sie sind mit Hilfe grüner Punkte an der entsprechenden Position im Satellitenbild markiert und bieten die Möglichkeit, durch Anklicken ein Bildfenster zu öffnen, welches die jeweilige Stelle in der Landschaft zeigt.

Den späteren Ergänzungen oder Dokumentationen zu anderen Jahreszeiten lassen sich beliebig viele weitere Images der Bilddatenbank hinzufügen. So kann es beispielsweise sinnvoll sein, wenn verschiedene naturrelevante Themen kartiert, fotodokumentiert und in die bestehende Datenbank integriert werden. Sinnvoll sind zum

Beispiel botanische Kartierungen entlang der Wegstrecke, bei der die jeweilige Pflanzenart durch ein Bild hinterlegt wird und in der Datenbank gleichzeitig alle wichtigen Details beschrieben werden. Zu Tierdokumentationen ist eine Beschreibung der typischen Zugbahnen und Aufenthaltsorte, wie bereits in Teilen geschehen, ausreichend, da keine Tierart im Dovrefjell derart ortstreu ist, dass eine Punktkartierung gerechtfertigt wäre. Ein weiteres hochinteressantes Untersuchungsthema mit einer sehr ähnlichen Vorgehensweise wie bei einer botanischen Kartierung ist die Geologie der Region.

So bieten sich mehrere Möglichkeiten, wie man einen solchen Rundwanderweg naturwissenschaftlich untersuchen und den Besuchern in Form eines „Lehrpfades“ näher bringen kann.

Abb. 28: Fotodokumentation der Modellroute



Quelle: eigen Darstellung



## 6.5 Konkurrenzdruck zu anderen Parks

Betrachtet man die Aktivitäten der anderen Nationalparks in Norwegen im Hinblick auf ihre Öffentlichkeitsarbeit, Marketingstrategien aber auch auf die Beliebtheit bei den Besuchern, so kann man feststellen, dass es eine gewisse Konkurrenz untereinander gibt.

Selbstverständlich kann man die Parks mit ihren naturräumlichen Gegebenheiten keinesfalls miteinander vergleichen, doch gibt es einzelne Parameter, die auf alle Nationalparks zutreffen. Einer davon ist die Zufriedenheit der Besucher. In Einzelgesprächen wurden Touristen befragt, was sie von der jeweiligen Werbung eines Nationalparks und der Umsetzung von Infozentren halten. Dabei schnitt der Dovrefjell-Sunddalsfjella Nationalpark nicht so gut ab, wie andere kleinere Nationalparks. Die erhebliche Erweiterung des Gebiets macht den Park für die Besucher unüberschaubarer und ist für die Administration schwerer zu verwalten. Wenn die Eingliederung des Rondane-Nationalparks in den nächsten Jahren ebenfalls umgesetzt wird, besteht die Gefahr, dass ein derart riesiges Gebiet nicht mehr zu kontrollieren ist. Aus Sicht von Marketing-Strategen gibt es noch zahlreiche Verbesserungsmöglichkeiten. Die Tatsache, dass das einzige Informations-Heft über den Nationalpark nur auf Norwegisch erhältlich ist, zeigt, wo man handeln kann und muss.

## 6.6 Verkehrsproblematik

### 6.6.1 Entlastung der Parkplatzsituation

Die momentane Verkehrssituation innerhalb des Geländes von Hjerkin Skytefelt, als auch entlang der E6 an weiteren Zugangsmöglichkeiten zum Nationalpark, stellt sich völlig unkontrolliert dar. Zwar sind die Privatbesucher des Geländes um Hjerkin verpflichtet, bei der Wachstation ein Ticket zu erwerben, mit dem sie Zugang zum Gelände bekommen, jedoch findet anschließend keine Regelung des Parkens statt. Jeder Besucher kann überall entlang der 13 Kilometer langen Strecke bis Snøheim parken. Dass dabei an besonderen Tagen (Feiertagen, Urlaubszeit) chaotische Verhältnisse auftreten, ist eine logische Konsequenz. Bei einer Frequentierung von über 300 privaten PKW an nur einem Tag ist eine Steuerung zwingend erforderlich. Nur durch eine Sperrung dieser Straße für den privaten Individualverkehr und mit Hilfe

von Shuttlebussen lässt sich eine weitere Zerstörung der empfindlichen Naturregion vermeiden.

Auch wenn das Gelände seit Jahren militärisch genutzt wird, beschränkt sich diese Beeinflussung nahezu ausschließlich auf bestimmte ausgewiesene Zonen innerhalb des Gebietes.

### 6.6.2 Die E6 als wichtige Nord-Süd-Verbindung

Abb. 29: Übersicht - Mittelnorwegen



Quelle: Statens Kartverk, Geovekst, 2004

Die E6 gilt als die wichtigste Nord-Süd-Verbindung in Norwegen. Sie beginnt direkt in Oslo und zieht sich durch das gesamte Land bis hinauf zum Nordkap. Jegliche Urlauber fahren daher zwangsläufig auf dieser Straße, wenn sie Richtung Norden fahren und sich nicht abseits der Hauptstraße auf kleinen Nebenstrecken ausweichen wollen. Zusätzlich bewegt sich auch der gesamte nicht zu Schiff oder per Schiene transportierte Güterverkehr auf dieser Straße.

### 6.6.3 Die Eisenbahntrasse

Die Bahnverbindung zwischen Oslo und Bodø stellt nicht nur die wichtigste, sondern auch die einzige Schienenverbindung zwischen dem Norden und dem Süden des Landes dar. Die Frequenz, mit der die Züge hier verkehren, ist nicht mit der in

Deutschland zu vergleichen. Meist fahren nur etwa zehn Züge in jede Richtung, nur etwa die Hälfte sind auch tatsächlich Fernreisezüge.

Da der kleine Bahnhof von Hjerkinning jedoch von den meisten Zügen als Haltepunkt genutzt wird, liegt hier die Möglichkeit auf der Hand, im Programm der Bahn zum Beispiel speziell diesen ideal angeschlossenen Nationalpark zu bewerben.

Ob später einmal der Einsatz von Sonderzügen lohnt, muss sich auch erst nach einer gewissen Probezeit erweisen. Dass auch sehr kleine Bahnhöfe häufig von Norwegern als Ausgangspunkte für ausgedehnte Wander- oder Skitouren genutzt werden, zeigt das Beispiel von Finse, im Norden des Nationalparks Hardangervidda gelegen. Hier befinden sich neben einem kleinen Supermarkt und zwei Übernachtungsquartieren nur noch wenige Privathäuser. Dennoch ist dieser Ausstieg ein gerne genutzter Startplatz für Touristen im Sommer wie im Winter.

#### 6.6.4 Einsatz von Shuttlebussen

Der Einsatz der Shuttlebusse scheint zwingend notwendig zu sein, wenn man sich die momentane Verkehrssituation um das Einzugsgebiet von Snøhetta zu den jeweiligen Stoßzeiten betrachtet. Bislang können Besucher der Region durch den Kauf einer Durchfahrtsgenehmigung im Wert von 30,- NOK also ca. 4,- € mit ihrem privaten PKW bis fast an die Hütte von Snøheim heranfahren. Geparkt wird in der Regel wahllos im Gelände, so dass es zu einer erheblichen Belastung der Böden kommt. Nicht nur alte PKW die Öl verlieren, sondern vor allem die schweren Erosionsspuren von oftmals festgefahrenen Fahrzeugen schaden hier der natürlichen Fjell-Vegetation.

Somit sind der Einsatz der Busse und das Parken der PKW nahe der E6 die einzige sinnvolle Lösung.

## 6.7 Marketingstrategien

Da in den letzten Jahren der Umweltschutzgedanke immer mehr Einzug in die verschiedenen Bereiche des Tourismus gefunden hat und hier nicht mehr wegzudenken ist, müssen auch die modernen Marketingkonzeptionen dahingehend optimiert und ausgerichtet werden. Dabei erwächst die Umweltverträglichkeit aus der Summe der

Entscheidungen über Beschaffung, Leistungsbereitstellung, Integration des externen Faktors des Reisenden und Entsorgung/Recycling. Alle diese Funktionsbereiche müssen umweltverträglich denken und handeln. Durch ein solches Umweltmanagement lässt sich ein ökologisches Tourismusmarketing realisieren. In den Entscheidungen über eine kundenorientierte Leistungsgestaltung und Marktpositionierung gegenüber der Konkurrenz kann nicht nur die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit als alleiniges Ziel verfolgt werden. Eine Integration des Ziels „Senkung von Umweltbeeinträchtigungen“ in die Zielorientierung muss ebenso vollzogen werden, um auch die ökonomische Interessenlage wertmäßig zu legitimieren.

Eine Integration der Gestaltungsidee der Umweltverträglichkeit in Marketingkonzepten erfordert auch die Erkennung, Analyse und Umsetzung von Umweltanliegen. Dieser Forderung wird am ehesten entsprochen, wenn folgende funktionsübergreifende Strategieoptionen wahrgenommen werden.

- Strategie des externen Handelns. Um nicht in Interessenskonflikten aufgerieben zu werden, sind externe Kooperationsbeziehungen aufzubauen und zu realisieren. Die Marktgestaltung und –beeinflussung soll negative Konsequenzen vermeiden und die positiven fördern. Dabei können konkrete Handlungen auf Kompromisse, Vermeidung oder Anpassung ausgerichtet werden.
- Strategie der inneren Bereitschaft. Um eine externe Handlungsbereitschaft in Bezug auf Umweltverträglichkeit zu erreichen, ist das Marketingkonzept an Umweltanforderungen anzupassen und/oder ein spezifisches ökologisches Konzept aufzubauen. Das Leistungspotential der Bereitstellungsleistung sollte dabei ökologisch umgerüstet werden.
- Strategie der externen Flexibilität. Im Markt sollten Tourismusanbieter so positioniert sein, dass sie das Segment der „umweltverträglichen Touristen“ erreichen und bearbeiten können. Die Leistungspotentiale müssen aber auch so diversifiziert sein, dass eventuelle Abweichungen innerhalb der Marktentwicklung aufgefangen werden können. Dies bedeutet, dass eine völlige „Ökologisierung“ erst am Ende einer Entwicklung stehen darf. Man sollte demnach erst den Weg zur Diversifikation beschreiten und umweltverträgliche Angebote als Bestandteil einer Angebotspalette führen.

- Strategie der inneren Flexibilität. Tourismusanbieter sollen schnell und kompetent auf Umweltanliegen reagieren können. Dazu sollte innerhalb des Managements eine Stabsstelle für Umweltbelange eingerichtet werden, in der ein Umweltprojektteam funktionsübergreifend für eine Koordination umweltverträglicher Maßnahmen zuständig ist.
- Strategie der Umweltwahrnehmung. Systematische Beobachtung und Informationsgewinnung über alle Bezugsgruppen hinsichtlich ihres Ökologieverhaltens sind notwendig, um sich rechtzeitig auf Chancen und Risiken einzustellen.
- Strategie der Selbstwahrnehmung. Die gesellschaftliche Ausrichtung auf Ökologie muss intern gelebt werden. Intern sind Tourismusanbieter gehalten, sich und ihre Potentiale vor dem Hintergrund der Umweltverträglichkeit zu erkennen und zu überprüfen, um dann diesen Zielwert in die Unternehmenskultur einzubinden. (WÖHLER/SARETZKI 1999, S. 107 ff.)

### 6.7.1 Ökologische Kennzeichnung

Die ökologische Kennzeichnung von bestimmten Produkten zählt zu den marktkonformen, zugleich aber auch zu den administrativ sehr aufwendigen Instrumenten der Umweltpolitik. Dabei handelt es sich nicht um staatlich vorgegebene Zwänge wie bei Geboten und Verboten, sondern ihre Verwendung beruht völlig auf dem freiwilligen Gebrauch seitens des Produzenten. So gibt beispielsweise ein Umweltgütesiegel Auskunft über Umweltschädlichkeit oder Unschädlichkeit des jeweiligen Produkts und animiert den Konsumenten bzw. den Verbraucher zur Wahl umweltverträglicher oder umweltverträglich erzeugter Produkte. Somit trägt ein solches Gütesiegel zu Strukturveränderungen innerhalb der Wirtschaft hin zur Nutzung umweltverträglicher Produkte bei. Der Ausdruck „umweltfreundlich“ bezieht sich dabei auf diejenigen Produkte, die die Umwelt weniger stark belasten als andere demselben Zweck dienende Produkte (KAHLENBORN, W.; KRAACK, M.; CARIUS, A., 1999).

Die Umweltkennzeichnung im Tourismus lässt sich als eines der wichtigsten und wirkungsvollsten Instrumente der Umweltpolitik bezeichnen. Im Vergleich zu den Industrieprodukten sind die Produkte des Tourismus oftmals nicht greifbar. Ein Kurort, der mit reiner Luft, sauberem Wasser und wenig Lärm werben will, muss dies auch

glaubhaft machen und dokumentieren können. Hier ist der Tourist auf staatliche Vorgaben angewiesen. Nur wenn bestimmte Parameter erfüllt werden, dürfen von staatlicher Seite auch bestimmte Attribute vergeben werden.

Ein Beispiel ist etwa die Einführung der so genannten „Blauen Flagge“ zur Beurteilung der Wasserqualität an den Meeresküsten Dänemarks. Diese wurde Ende der 80er Jahre eingeführt und wird jedes Jahr nach einer eingehenden Wasseruntersuchung dem jeweiligen Strandabschnitt neu vergeben oder auch entzogen. Um den Besuchern die Vorgehensweise der Messungen näher zu bringen, werden an kleinen Informationstafeln die täglichen Messergebnisse erklärt und veröffentlicht. Dies erfolgt neben der Landessprache noch in Deutsch und Englisch. So bietet sich der Region, deren Badegewässer mit der blauen Flagge ausgezeichnet worden sind, die Möglichkeit, diese auch für ihre Marketingstrategien einzusetzen.

## **6.8 Finanzpolitische Instrumente im Tourismus**

Eines der wichtigsten Instrumente der Umweltpolitik ist das fiskalisch- markt-administrative Instrument, das vom Staat gesteuert wird und zur Korrektur und Verringerung der Entstehung externer Effekte dient. Mit Hilfe von öffentlichen Investitionen, Ökosteuern, ökologischen Subventionen, Gebühren und Beiträgen kann der Staat die Rahmenbedingungen im Umweltsektor nachhaltig beeinflussen. Der Staat wirkt im Sinne einer Kostenbeeinflussung und wirkt dabei vor allem auf die Preisgestaltung.

### **6.8.1 Öko-Steuer**

Durch die Öko-Steuer wird insbesondere eine Produktionsverteuerung von umweltschädlichen Produkten hervorgerufen. Dadurch werden die umweltbelastenden Produzenten gezwungen, genauer zu kalkulieren und ihre umweltschädliche Produktion umzustellen, so dass sie staatlich gefördert werden können. Die Öko-Steuer ist somit eines der effizientesten Mittel, um möglichst schnell einen Wandel in allen umweltschädlichen Produktionsbereichen herbeizuführen, sie hat jedoch den entscheidenden Nachteil, dass sie wirtschaftlich gesehen eher als Wachstumsbremse eingestuft werden muss.

Eine genaue Bemessungsgrundlage zur Erhebung dieser Steuer lässt sich gemäß der Verwendung von Produktionsfaktoren nach dem Maß der Produktion von umweltschädlichen Emissionen bzw. nach dem „Output“ bestimmen. Schwierigkeiten gibt es allerdings bei der exakten Festsetzung dieser Bemessungsgrundlage und der Bestimmung der Steuerhöhe.

### 6.8.2 Öffentliche Investitionen

Durch öffentliche Investitionen werden so genannte externe Effekte vermindert oder beseitigt. Dazu zählen die Einrichtung von Müllbeseitigungsplätzen und Reinigungsanlagen sowie zentrale Stationen zum Entleeren von chemischen Toiletten u. a. Diese sind jedoch nur dann sinnvoll, wenn der Staat die Behebung von Umweltschäden übernimmt und dadurch die touristische Entwicklung fördert, während gleichzeitig eine Abwanderung verhindert werden kann. Solche Umsetzungen müssen jedoch im Voraus gut abgewogen werden, da Umlagen von Kosten für derartige Investitionen auch schnell das Gegenteil bewirken können.

### 6.8.3 Öko-Subventionen

Subventionen sind im Allgemeinen Transferzahlungen, die von staatlicher Seite den Unternehmen gewährt werden, um Entscheidungen hin zu umweltfreundlicher Produktion gefördert werden sollen. Die Verhältnisse zwischen Produktionskosten und Einnahmen werden dadurch maßgeblich beeinflusst. Im Tourismussektor ist die Förderung von ohnehin umweltfreundlichen Produktionen sinnvoll. Generell sollten Subventionen nur als angemessenes Mittel zur Erleichterung von Anpassungsprozessen infolge veränderter Rahmenbedingungen angesehen und eingesetzt werden.

### 6.8.4 Gebühren und Beiträge

Per Definition haben Gebühren und Beiträge die Funktion, eine Gegenleistung für angebotene staatliche oder öffentliche Dienstleistungen zu sein. Die öffentliche Hand bedient sich der Gebühren und Beiträge als Instrumente staatlicher Tätigkeiten, wie Müllentsorgung, Wasseraufbereitung, Reinigungsmaßnahmen aber auch der Anlage

und des Betriebes von Parkplatz-Anlagen. Die Differenzierung von Parkgebühren nach zeitlichen, örtlichen und saisonalen Bedürfnissen ist in der Lage, einen Tourismusort erheblich zu entlasten. Durch eine Einforderung von sehr hohen Gebühren kann man die stärkere Nutzung des öffentlichen Personenverkehrs fördern und gleichzeitig die Umweltqualität des entsprechenden Ortes entscheidend erhöhen. Grundvoraussetzung ist allerdings das Vorhandensein einer entsprechend gut ausgebauten Verkehrsinfrastruktur im öffentlichen Verkehrsbereich.

## **6.9 Abzug des Militärs**

### 6.9.1 Altlastenproblematik

Die Belastung des Geländes von Hjerkin Skytefelt ist aufgrund der Jahrzehnte andauernden militärischen Nutzung als erheblich einzustufen. Da die verschiedenartigsten Munitionstests seit den 20er Jahren hier durchgeführt wurden, befinden sich noch zahllose Munitionsreste und Blindgänger im Boden. Experten des Kampfmittelräumdienstes schätzen die Zeitspanne, bis die letzten Blindgänger aus dem Permafrostboden gedrückt werden, auf bis zu 30 Jahre.

Im Laufe von rund 80 Jahren intensiver Nutzung von Hjerkin Skytefelt kam es zu einem Ausstoß von 1072 Tonnen Schwermetallen durch Munition, so der Projektleiter Odd-Erik Martinsen des Norsk Institutt for vannforskning (NIVA) und anderen unabhängigen Institutionen.

Diese teilen sich wie folgt auf:

770 Tonnen Kupfer

250 Tonnen Blei

30 Tonnen Ammonium

22 Tonnen Zink

Die Böden auf dem Gelände sind sehr kalkhaltig, wodurch die Projektile relativ unbeeinflusst im Boden liegen. So können auch nur relativ wenige Schwermetalle in Grundwasser und Seen gelangen (vgl. VORKINN, 2002, S.37ff).

Der Mitarbeiter Tod Faye-Schjøll hat Wasserproben aus dem Fluss Grøna entnommen und berichtet von keinen Verunreinigungen. Auch die Fische weisen keine er-



höhten Werte an Schwermetallen auf. Leicht erhöhte Werte sind eher auf die Ammonisierung der Böden zurückzuführen. Die Wasserqualität entspricht an allen Hauptwassertragenden Abflüssen Trinkwasserqualität.

Man schätzt die Kosten für die Altlastensanierung auf ca. 200 Millionen Kronen.

### 6.9.2 Organisation und Strukturierung des Projektmanagements

Allein in den letzten sieben Jahren kam es durch tief greifende politische Veränderungen in ganz Mittel- und Osteuropa zu bislang nie da gewesenen Formen des Truppenabbaus. Dabei sind weltweit mehr als 8.000 militärisch genutzte Flächen mit einer Größe von insgesamt über eine Million Hektar freigegeben worden. Diese zurückgelassenen Liegenschaften unterscheiden sich in ihrer Beschaffenheit und Struktur sehr stark voneinander. Zum einen gibt es die sehr isoliert stehenden Verwaltungs- und Nachrichtenanlagen sowie militärische Übungsareale, zum anderen gehören zu derartigen Konversionsflächen aber auch sehr gut ausgebaute Stützpunkte, die in Ihrer Struktur selbst versorgenden Städten gleichen.

Hjerkinn Skytefelt zeichnet sich durch seine sehr exponierte Lage direkt am Rande eines Nationalparks aus und besitzt nur sehr rudimentäre Infrastruktur.

Die Übernahme solcher Flächen stellt die Verantwortlichen in der Regel vor sehr große Herausforderungen. Zum einen müssen Umweltschäden meist sehr kostenintensiv beseitigt werden, zum anderen stellt sich die Entwicklung einer wirtschaftlich tragfähigen Anschlussnutzung meist sehr schwierig dar. Auch erweisen sich oftmals strittige Eigentumsfragen und die Ungewissheit über behördliche Zuständigkeiten etwa bei Verkauf oder Verpachtung von Teilflächen als nahezu unüberwindbare Hindernisse. Einflüsse auf die örtliche Ökonomie sind im vorliegenden Fall als eher gering einzustufen, da selten größere Truppen auf dem Gebiet stationiert waren und somit kaum Abhängigkeiten zwischen Militär und den zivilen Märkten entstanden sind.

Vergleichbare Standortschließungen sind in Westeuropa meist mit negativen sozioökonomischen Folgen verbunden, die sich generell in Arbeitsplatz- und Kaufkraftverlusten sowie geringeren Steuereinnahmen äußern. Um die mit der Freigabe der Flächen verbundenen Chancen für die Regionalentwicklung nutzen zu können, ist der Staat gehalten, im Rahmen seiner Planungshoheit; und das gilt auch für Norwegen,

umfangreiche und kostenintensive Planungs- und Managementleistungen zu übernehmen.

Folgende Aufgaben sind dabei vorrangig zu bewältigen:

- Beseitigung von Altlasten
- Verwertung und Anschlussnutzung
- Wertermittlung und Kaufpreisfindung (bei Veräußerung einzelner Areale)
- Finanzierung und Investorenakquisition

Man muss auch berücksichtigen, dass die Liegenschaftskonversion ein sehr komplexer Planungs- und Umnutzungsprozess mit einer Vielzahl von Beteiligten ist. Oft werden dabei die Kommunen und Gemeinden an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gebracht. Nicht allein deshalb sind alle Akteure aufgerufen, Kreativität, Kommunikations- und Kooperationsbereitschaft genauso einzubringen wie die Anwendung neuer Bewertungsmethoden, Organisations- und Vermarktungsformen, und die Anwendung innovativer Finanzierungsmodelle (BIEDENKAMP, A.; BAUMGARTNER, C., 1998).

Aus diesen Gründen wird es eine Patentlösung für die Anschlussnutzung militärischer Liegenschaften nie geben, da die Standorte viel zu heterogen sind, als dass ein bestimmtes Muster ohne Veränderungen auf alle Konversionsprojekte gleichermaßen angewendet werden könnte. Gerade bei Hjerkin Skytefelt ist es kaum möglich, einen Standort zu finden, der ähnliche Faktoren besitzt. Nicht allein die Lage auf dem norwegischen Fjell und die daraus resultierende Permafrost-Problematik machen diesen Standort schwer vergleichbar. Ähnliche Projekte etwa in Kanada haben zwar vergleichbare klimatische Bedingungen, sind jedoch aufgrund ihrer großen Ferne zu besiedelten Regionen nicht mit diesem Areal direkt zu vergleichen (BUTLER, R.W., 1980).

Trotzdem besteht durch einen kontinuierlichen Austausch von Erfahrungen und Ideen die Möglichkeit, von anderen Projekten zu lernen bzw. bei erfolgreicher Umsetzung in diesem Fall, gewisse Kriterien auf andere Orte zu übertragen. Es wurde versucht, gewisse Kernelemente und Handlungsabläufe herauszuarbeiten und diese für andere Gebiete vergleichbar zu machen. Ganz bestimmte Aspekte sind trotz aller Individualität der Standorte mehr oder weniger universell anwendbar.

Abb. 30: Einheitliche Faktoren zur Umsetzung von Konversionsprojekten



Quelle: eigen Darstellung

Die hier aufgeführten Faktoren müssen selbstverständlich in eine sinnvolle und umsetzbare zeitliche Reihenfolge gebracht werden. Erst wenn regionale Besonderheiten entsprechend berücksichtigt sind kann daraus ein schlüssiges Gesamtkonzept entwickelt werden. Wichtig ist jedoch auch, dass zunächst darüber entschieden wird, ob eine wirtschaftliche oder eine naturschützerische Folgenutzung angedacht ist. Für den jeweiligen Fall muss dann ein entsprechendes Konzept erarbeitet werden. Im Folgenden soll eine beispielhafte Vorgehensweise für den Fall einer wirtschaftlichen Neunutzung dargestellt werden. Naturschutzrelevante Themenbereiche werden hier berücksichtigt, jedoch ist es nicht das Ziel dieser Untersuchung, das Gebiet um Hjerkind Skytefelt als hermetisch abgeriegeltes Naturreservat zu betrachten und zu behandeln. Vielmehr sollen die Möglichkeiten zu einer langfristigen touristisch-wirtschaftlichen Nutzung aufgezeigt werden.

Viele Erfahrungen aus langjährigen Beobachtungen auf anderen militärisch genutzten Liegenschaften und deren Konversionsproblematik sollen in die Handlungsempfehlungen mit einfließen. Somit ist es vorrangiges Ziel, Handlungs- und Gestaltungsspielräume aufzuzeigen und Erkenntnisse darüber zu gewinnen, durch welche Handlungsweisen ein Konversionsprozess positiv beeinflusst werden kann und welche eher bremsend wenn nicht sogar schädigend Einfluss nehmen.

Zunächst ist eine Einteilung der Einflussfaktoren für die Maßnahmen eines Konversionsprozesses in Gruppen notwendig.

- Die erste Gruppe beinhaltet alle Faktoren, die als gegeben und unveränderbar betrachtet werden müssen.
- Die zweite Gruppe umfasst die Faktoren, die durch persönlichen Einsatz und den an dem Prozess beteiligten Akteuren beeinflusst werden können.
- Die dritte Gruppe umfasst alle Faktoren, die durch die Bereitstellung finanzieller und technischer Mittel veränderbar sind.

Diese Einflussfaktoren sind in ihrer Bedeutung für den Gesamtprozess sehr unterschiedlich. So können beispielsweise Aufwendungen von erheblichen Finanzmitteln einerseits sinnvoll sein und Prozesse erleichtern oder erst ermöglichen; einhergehend mit solchen Investitionen können sich aber Kommunen und Landkreise derart überschulden, dass die Sinnhaftigkeit dieser Bereitstellungen hinterfragt werden muss. Generell ist der zeitliche Ablauf zur Umsetzung eines Konzeptes dieser Art sinnvoller Weise in verschiedene Phasen einzuteilen.

Zunächst steht eine so genannte Sondierungsphase am Anfang, in der sich alle Beteiligten auf die Ziele und deren Umsetzbarkeit verständigen.

Eine sich anschließende Planungsphase umfasst alle Entwicklungen und Planungen die bislang erzielt wurden. Gleichzeitig wird eine vorläufige Bilanz gezogen, inwieweit Konzepte bestehen bleiben bzw. umgestellt und überarbeitet werden müssen.

Abschließend tritt die dritte Stufe, die Umsetzungsphase in Kraft. Jetzt werden die Konzepte verwirklicht.

Entscheidend für den Erfolg ist jedoch in erster Linie, dass es oftmals sehr unterschiedliche Ausgangsbedingungen auf verschiedenen Konversionsstandorten gibt, und somit nicht alle Maßnahmen universell anzuwenden sind. Hier werden jeweils Al-

ternativen dargestellt, die von Fall zu Fall mit den Besonderheiten des jeweiligen Standortes in Einklang gebracht werden müssen.

Jede Konversion eines militärischen Standortes wird von zahlreichen Faktoren beeinflusst, die in sehr unterschiedlichem Maß durch die an dem Projekt Beteiligten beeinflusst, ja sogar gesteuert werden können. Selbstverständlich existieren daneben auch Faktoren, die als gegeben hinzunehmen sind. Hierzu zählen die geographische Lage, die Standortfaktoren und die wirtschaftliche Gesamtsituation. Nun lassen sich die Standortfaktoren natürlich auch in gewisser Weise anthropogen beeinflussen, indem man beispielsweise für eine entsprechende Infrastruktur sorgt, jedoch sind hier eher die so genannten „weichen Standortfaktoren“, also die unveränderlichen Größen, wie Naturraum und dessen Attraktivität, gemeint.

Das Militärgelände im Bereich des Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark besitzt mit seiner Lage und seinen landschaftlichen Gegebenheiten einen solitären Charakter, der mit keinem anderen Konversionsstandort vergleichbar ist. Somit sind die hier erarbeiteten Maßnahmen und Projektvorschläge als nicht universell anzusehen, können jedoch durchaus auch in Teilen eine Übertragbarkeit für zumindest ähnliche Gebiete herangezogen werden.

Ein entscheidender Faktor für die Umsetzbarkeit dieses Konzeptes ist der bauliche Zustand der vorhandenen Wege und Gebäude, der bei den Gebäuden durchweg als hervorragend bezeichnet werden kann. Anders verhält es sich bei dem Zustand des Wegenetzes, die fast durchgängig ohne Befestigung eher als desolat bezeichnet werden muss. Damit einhergehend muss man jedoch auch den Anspruch betrachten, der an diverse Wege und Straßen gestellt wurde und in Zukunft gestellt wird. Da nur ein Straßenabschnitt zur dauerhaften Befahrung durch Shuttle-Busse genutzt werden soll, ist es eher unerheblich, wenn Teilbereiche des in Zukunft als Wanderweg angedachten Bereiches durch leichte Erosionsschäden als nicht fahrbar angesehen werden kann.

Wesentlich erschwerender kann sich der Bereich der Altlastensanierung und der Munitionsräumung erweisen. Wie bereits beschrieben setzt man für eine komplette Munitionsräumung des Geländes eine Dauer von rund 30 Jahren an. Der hierfür notwendige Etat wird einen Großteil der benötigten Gelder einnehmen, die das gesamte Projekt kosten wird. Eine Räumung dieser Munitionsreste ist jedoch auch dann von Nöten, wenn das Gelände zu einem Naturreservat umgewandelt werden würde, um eine langfristige Schädigung des Grund- und Oberflächenwassers nicht

zu riskieren. Somit können diese Kosten in den Bereich der Fixkosten einkalkuliert werden, die unabdingbar sind.

Im Vergleich zu siedlungsnahen Konversionsgebieten, haben siedlungsferne Gebiete den Vorteil, dass sie aufgrund ihrer Nutzungsbestimmungen und ihrer monokulturellen Nutzung meist große Areale besitzen, die aus Sicherheitsgründen als Sperrgebiete ausgewiesen wurden und somit außerhalb nahezu jeglicher menschlicher Einflüsse lagen. Diese Bereiche genießen nach umweltrechtlichen Gesichtspunkten eine besondere Schutzwürdigkeit, da hier zahlreiche Tier- und Pflanzenarten über Jahrzehnte die Chance hatten, sich ungehindert und vor allem unbeeinflusst zu entwickeln. Um diese Bereiche zu schützen müssen Nutzungseinschränkungen ausgesprochen werden und diese durch die regionale Umwelt- und Naturschutzgesetzgebung geregelt werden.

Auch die Art und Weise der militärischen Vornutzung ist direkt mit der Größe des Gebietes und seiner geographischen Lage verknüpft. Für eine zivile Nachnutzung hat dies einen beträchtlichen Einfluss. Im vorliegenden Fall eines Munitionstestgebietes ist eine Nachnutzung im Sinne von wirtschaftlicher Nutzung oder gar von Wohnnutzung nahezu ausgeschlossen. Das Gelände weist kaum infrastrukturelle Vorzüge auf und ist somit prädestiniert, um als Naturwanderareal und wie angedacht als „Schaufenster“ des Nationalparks mit einigen Übernachtungsmöglichkeiten, zu dienen.

Viele andere militärische Liegenschaften haben große Wohnanlagen aufzuweisen, die nach kurzem Umbau schon als Gewerbegebäude oder als zivile Wohnanlagen umfunktioniert werden können. Hier wird deutlich, dass eine Übertragbarkeit auf andere Gebiete immer nur sehr selektiv stattfinden kann. Auch ein Abriss von eventuell vorhandenen Bunkeranlagen kann sehr teuer und aufwendig sein, wenn im Anschluss eine Wohnnutzung vorgesehen ist. Für Hjerkin Skytefelt können solche Bunker und Kommandohütten als Informationsstandorte aber auch als Schutzhütten weitergenutzt werden, ohne dass hohe Kosten anfallen.

Während beim Abzug von Militär in Europa in der Regel ein Verlust von Arbeitsplätzen und auch von Kaufkraft einhergehen, kann man bei einem derart isoliert gelegenen Gebiet mit relativ wenig dauerhaft stationierten Soldaten diesen Faktor vernachlässigen. Es werden keine einschneidenden konjunkturellen Probleme erwartet.

Die „weichen“ Standortfaktoren bestehen wie schon erwähnt aus überwiegend subjektiven Faktoren. Für Hjerkin ist es die spezielle Lage auf der Hochebene und die

überwiegend unberührte Natur. Dazu zählen wie erwähnt aber auch Naturbesonderheiten wie der dritthöchste Berg Norwegens „Snøhetta“, die Sport- und Freizeitmöglichkeiten der Region, wie auch das Vorhandensein der Moschusochsen, die für zahlreiche Besucher der Hauptgrund ihres Aufenthaltes sind. Diese Standortfaktoren sind es auch, die durch gezielte Marketingstrategien einen wirtschaftlichen Wandel in einer Region hervorbringen können.

Oftmals können die auf ehemaligen Militärstandorten vorhandenen Gebäude und Einrichtungen eine zivile Neunutzung begünstigen, ohne dass aufwendige Baumaßnahmen erforderlich sind. Für Hjerkinn Skytefelt sind dies die jetzigen Kommando-Gebäude und Unterkünfte. Diese sind im Vergleich zu klassischen Kasernen, wie man sie etwa aus Deutschland kennt, nur eingeschossig und gleichen von Ihrem Baustil her einem gewöhnlichen Wohngebäude. Dadurch ist es relativ einfach und auch kostengünstig möglich, in diesen Gebäuden einfache Beherbergungsmöglichkeiten im Stil der klassischen Jugendherberge zu schaffen, ohne teure Neubauten zu benötigen.

Abb. 31: Kommando- und Verwaltungsgebäude



Foto: O. Schwenn

Abb. 32: Wohngebäude und Speisesaal



Foto: O. Schwenn

Diese Gebäude befinden sich in unmittelbarer Lage zur E6 und den geplanten Parkplatzbereichen. Auch zur Nutzung als Informationszentrum können bestehende Gebäude ohne größere Veränderungen genutzt werden. Da Hjerkins Skytefelt nahezu ausschließlich als Munitionstestgebiet und zu Schießübungen verwendet wurde, waren hier in der Vergangenheit nie Flugzeuge stationiert. Somit stellt sich auch nicht die Frage nach einer möglichen Verwendung der so genannten „Shelter“. Diese bunkerartigen Hangars für Kampfflugzeuge, wie man sie auf nahezu allen deutschen Militärbasen der Alliierten findet, dienen normalerweise für die unterschiedlichsten Investoren als Lagerhallen, Werkstätten bis hin zu Kneipen und Diskotheken.

Die Problematik der Munitionsräumung und Altlastensanierung, wie sie bereits in Kapitel 5.9.1 beschrieben wurde, stellt im Falle eines zivilen Verkaufs von Teilflächen, die Kommunen und das Land vor erhebliche Schwierigkeiten. Hier ist eine umfangreiche Munitionsuntersuchung frühzeitig erfolgt. Dennoch ist die Konzentration von Munitionsmaterial im Boden ungleich höher als auf anderen militärischen Liegenschaften, die nicht zu Schießübungen genutzt wurden. Schon die jetzigen Betreiber des Gebietes führen jährlich Räumungen durch, um zumindest gefährliche Blindgänger zu entfernen. Da es sich bei einer Nachnutzung aber in keinem Falle um Siedlungs- oder Gewerbeflächen handeln wird, ist eine zeitnahe vollständige Räumung



nicht zwingend erforderlich. Mehrere Untersuchungen ergaben eine Unbedenklichkeit für Grund- und Oberflächenwasser.

Die Lage der Munition im Gelände muss in den meisten Fällen auch nicht durch aufwendige Luftbildanalysen erfolgen, da Schießübungen aus Manövern immer nur an expliziten Plätzen durchgeführt wurden.

Heute ist das Gelände komplett vermessen und wurde im Rahmen dieser Studie digital aufbereitet, so dass ein flächendeckendes dreidimensionales Höhenmodell vorliegt. Mit Hilfe dieses Modells lassen sich auch Bergungen von Munition und Räumung von nicht mehr benötigten Bunkeranlagen wesentlich einfacher planen und koordinieren.

Eine herausragende Bedeutung bei der Prozessplanung haben die Einflussfaktoren, die gestaltungsfähig sind. Dazu zählen alle Planungs- und Entwicklungstools die auf einer Vermessung des Gesamtareals basieren. Diese sollte so exakt wie möglich durchgeführt werden. Den besten Überblick liefert eine Gesamtvermessung mit Gebäuden, Vegetation, Straßen- und Wegenetz und einer Höhenmessung.

### 6.9.3 Ablauf der Gesamtplanung

Die eigentliche Gesamtplanung setzt sich aus einer Reihe von Teilplanungen zusammen. Zunächst werden dabei so genannte informelle Struktur- und Rahmenpläne entwickelt, die später ein Großkonzept ergeben und Aufschluss über spätere Nutzungszusammenhänge ergeben sollen. Verbindliche Bebauungspläne, oder, wie im Fall Hjerkin, touristische Planungen, werden im Anschluss erstellt.

Eine sehr hilfreiche Möglichkeit, auch die regionalen Interessenvertreter mit einzubinden, lassen sich besonders nachhaltig durch Ideenwettbewerbe zu späteren Umsetzungen ermöglichen. Dazu ist allerdings erforderlich, dass die Art der Neunutzung bereits abgeklärt und beschlossen wurde. Zeitgleich muss die Suche nach Investoren verstärkt werden, um die nötigen Kostenplanungen starten zu können.

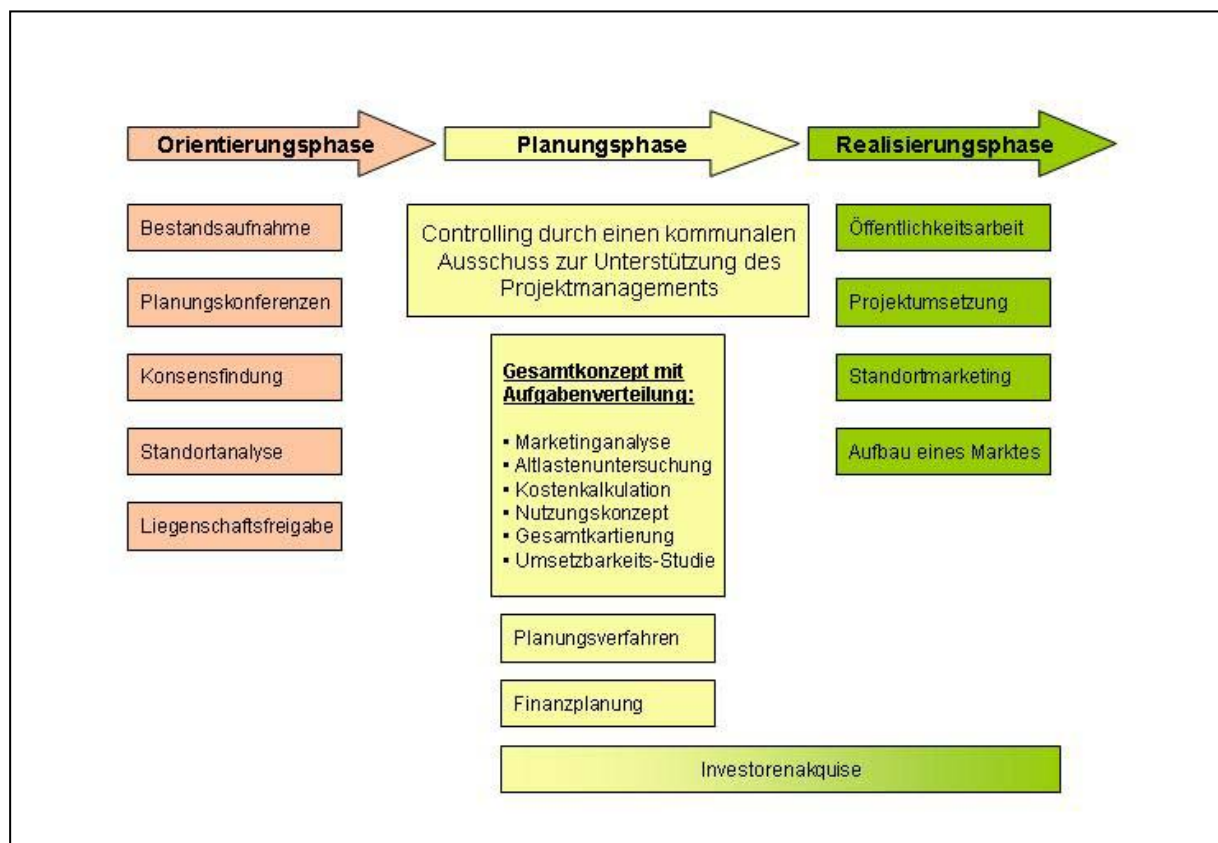
Nach der Erarbeitung dieser Grundlagen beginnt die Planung, in welcher Reihenfolge welche Schritte ausgeführt und umgesetzt werden.

Zur eigentlichen Flächenerschließung sind folgende Punkte zu berücksichtigen, wenn eine erfolgreiche Erschließung des Gebietes erfolgen soll:

- Planung von Straßen und Infrastruktur
- Flächenentsiegelung
- Altlastensanierung
- Grünflächenplanung (eher in stadtnahen Bereichen)
- Abbruch und Umbau sowie Renovierung von Gebäuden

Wichtigstes Element zur erfolgreichen Durchführung ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen dem Management und den Akteuren öffentlicher und privater Institutionen. Oft sind jedoch die Anforderungen, die an die Beteiligten gestellt werden, so unterschiedlich, dass es nicht möglich ist, an dieser Stelle einen allgemeingültigen Plan aufzustellen. Die Unterschiede zwischen siedlungsnahen Konversionsflächen und solchen, wie Hjerkin Skytefelt, das weit ab jeglicher Bebauungsbereiche auf dem norwegischen Fjell liegt, sind einfach zu groß.

Abb. 33: Ablauf des Konversionsprozesses



Quelle: eigene Darstellung

#### 6.9.4 Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen

Zahlreiche alte Arbeitsplätze im Bereich des Militärs lassen sich bei einer Umsetzung dieses Konzeptes erhalten. Fachpersonal, das das Gelände bestens kennt, kann nach einer Umschulung zum Nationalpark-Ranger viele wichtige Schlüsselpositionen besetzen.

Weitere Einbindungen von Busunternehmen, der Norwegischen Staatsbahn (NSB) aber auch von touristischen Anbietern über Gastronomiepersonal bis hin zu Ver- und Entsorgungsbetrieben sind unmittelbar zu erwarten.

### 6.10 Potenzialanalyse

Im Rahmen einer eingehenden Potenzialanalyse gilt es zunächst festzustellen, welche Potenziale das Gebiet von Hjerkin Skytefelt besitzt, was die unmittelbare Umgebung bietet und was die Besonderheiten des eigentlichen Nationalparks sind. Die naturräumliche Ausstattung von Hjerkin Skytefelt ist aufgrund der direkten Nachbarschaft zum Nationalpark nahezu identisch. Sowohl botanisch gesehen, als auch die besondere Fauna betreffend finden sich in beiden Gebieten die gleichen Arten. Wichtigstes Tier vom touristischen Standpunkt betrachtet ist natürlich der Moschusochse, dessen Bestand seit 1947 in ständigem Wachstum ist. Waren es bei der damaligen Auswilderung noch 23 Exemplare, lag die Zahl 2003 bereits bei ca. 170 Tieren. Ein Teil davon hat sich mittlerweile Richtung schwedische Grenze orientiert. Allein das urzeitlich anmutende Erscheinungsbild dieser Tiere lockt jedes Jahr Tausende Besucher in den Nationalpark. Mittlerweile finden kommerzielle Guidings von ausgebildeten Rangern und Naturführern statt, um die immer wieder stattfindenden Konfrontationen zwischen den Tieren und unvorsichtigen Touristen zu minimieren. Der Moschusochse ist also mittlerweile zu einem Markenzeichen des Nationalparks, ja der ganzen Region geworden und findet sich nicht zuletzt auf dem Emblem der Kommune wie auch in jedem Werbeprospekt wieder.

## 6.10.1 Problembereiche

### 6.10.1.1 *Wildcamping*

Betrachtet man die unterschiedlichen Problemfelder innerhalb des norwegischen Tourismus, so fällt zunächst auf, dass diese sehr unterschiedliche Ausprägungen haben. Zum einen gibt es die Problematik des Wildcampens, wodurch nicht nur erhebliche ökologische Auswirkungen auftreten, sondern auch wirtschaftliche Einbußen innerhalb der Campingbranche zu spüren sind.

Es gibt rund 1370 Campingplätze in Norwegen wodurch selbst in den Monaten Juni, Juli und August keine Überlastung bzw. eine Unterversorgung auftritt. Trotzdem werden diese Plätze auch nach eigenen Erhebungen immer häufiger gemieden. Bei Befragungen von Wildcampern entlang der E6 im Bereich des Dovrefjells wurden meist die übersteuerten Standgebühren oder der zu niedrige Standard angeführt. Auch müsse man sein Geld sparen, um teure Lebensmittel und den teuren Treibstoff finanzieren zu können. Sehr bezeichnend für die Gesamtsituation ist auch ein Beitrag im ADAC Campingführer von 1999: „Als eindeutig negativ sind auch im vergangenen Jahr wieder Wohnmobile aufgefallen, die die Liberalität der Behörden ausnutzten und trotz klarer Verbote Rastplätze und Landschaften zu Übernachtungszwecken aufsuchten; mit allen nur erdenklichen Nebenerscheinungen. Mehr Disziplin und ein größerer Respekt vor den Gefühlen der Gastgeber wären hier sehr angebracht“ (ADAC Campingführer, Band 2, 1999, S. 728).

Da die deutschen Campingtouristen neben den Holländern die größte Gruppe darstellen, sind auch deren Zahlen unter den Wildcampern mit am höchsten. So wurden nach Berechnungen einer norwegischen Untersuchungskommission im Jahr 2004 614.000 Übernachtungen allein von deutschen Urlaubern registriert und das obwohl die Zahl der deutschen Besucher in den vergangenen Jahren stark rückläufig war. Dieser Bereich weist mit Abstand die größte Dringlichkeit auf, da die norwegische Regierung bei anhaltender Problematik eine weitere Einschränkung des Jedermannsrechts angedacht hat (vgl. Kapitel 1.4.8) und sich damit auch selbst schadet. Auch die Aussage im Campingführer des ADAC für das Jahr 2005 zeigt, dass sich die Gesamtsituation weiter verschärft hat: „Für zunehmende Verärgerung sorgen allerdings auch in Norwegen solche Wohnmobilfahrer, die mit ihren Fahrzeugen die Parkplätze vor Banken, Kirchen oder Supermärkten zum Übernachten aufsuchen

und diese oft bis in den späten Vormittag des nächsten Tages hinein blockieren (ADAC Camping-Caravaning-Führer Deutschland und Nordeuropa, 52. Auflage, 2005, S. 736).

Die am häufigsten angeführten Gründe für wildes Campen waren der Preis auf Campingplätzen, die hohen Urlaubskosten in Norwegen im Allgemeinen, die Ungebundenheit und die Abenteuerlust sowie das Erlebnis, die Wildnis entdecken zu können. Hier ist der Punkt an dem ein Umdenken und vor allem ein anderes Verhalten der Reisenden herbeigeführt werden kann und muss. In vielen europäischen Ländern, auch in Deutschland, hat man die Problematik in den Griff bekommen, indem man angrenzend an bereits bestehende Campingplätze so genannte Kurzzeit-Stellplätze eingerichtet hat. Die Touristen haben die Möglichkeit ab 21:00 Uhr ihr Wohnmobil zu parken und können gegen Gebühr die Sanitäreinrichtungen des eigentlichen Platzes nutzen. Die eigentliche Standgebühr liegt in der Regel deutlich unter der des eigentlichen Campingplatzes und bietet den Nutzern zum einen die Möglichkeit auf überwachtem Gelände zu nächtigen und zum anderen nicht gegen inzwischen ausgesprochene Verbote zu verstoßen.

Eine andere aber mittlerweile auch weit verbreitete Möglichkeit bieten die so genannten „Park-and-Sleep-Plätze“. Hier liegt der entscheidende Vorteil, dass die Reisenden zu jeder beliebigen Tages- und Nachtzeit ihr Fahrzeug parken können und nur geringe Parkgebühren zu entrichten haben. Diese Plätze sind in der Regel nicht bewacht, besitzen aber zumindest Vorrichtungen, um den täglichen Müll zu entsorgen.

Andere Möglichkeiten sind unmissverständliche Verbote, die aber nicht auf Hinweisschildern an allen erdenklichen Haltebuchten und Plätzen aufzustellen sind. Empfehlenswert ist daher eine Broschüre, die direkt bei der Einreise, also an Verleihstationen am Flughafen, am Zollbereich der Fährhäfen und auch bei Grenzeinfahrten aus Nachbarländern dem Fahrer ausgehändigt werden. Diese müssen neben den Verboten auch die Konsequenzen, also die zu erwartenden Strafen bei Missachtung verdeutlichen, um die Denkweise der Touristen von Beginn an zu ändern. Noch ist Norwegen wie auch Schweden als eine Art Land der unbegrenzten Möglichkeiten bekannt, was sich jedoch sicher bald ändern wird. Ein weiterer Lenkungsversuch könnte es sein, eine Kurzform des gängigen Campingführers von Norwegen gratis herauszugeben, die alle Campingplätze des Landes und deren Besonderheiten zumindest stichwortartig aufzeigt. Finanziert werden kann eine solche Initiative über einen

Unkostenbeitrag der Campingplatzbetreiber, die in dieser jährlich erscheinenden Ausgabe gelistet sein wollen.

Eine weitere Möglichkeit beinhaltet die Idee der Einführung eines allgemeinen Campingausweises, wie er etwa in Schweden seit Jahren erfolgreich genutzt wird. Dieser ist ähnlich wie die Mitgliedskarte für deutsche Jugendherbergen bei der Einreise mit dem Campingmobil, dem Caravangespann oder beim Verleih eines solchen Fahrzeuges zu erwerben und muss während der Reise mitgeführt werden. Die Reisenden bekommen dann ab einer bestimmten Anzahl an Übernachtungen Vergünstigungen oder sogar Gratisübernachtungen, die dem jeweiligen Platzbetreiber aus den Einnahmen des Verkaufs dieser Ausweise erstattet werden. Somit kann bei einer Verkehrskontrolle das Mitführen des Ausweises kontrolliert werden und die Touristen sind deutlicher als bisher mit ihren Rechten und Pflichten konfrontiert und kontrollierbarer. Die Nutzung dieses Systems kann auch durch Kooperationen mit Fährgesellschaften, Fahrzeugvermietern und Airlines verbessert und leichter finanzierbar gemacht werden. Auf diesem Weg können verschiedene Seiten partizipieren und zur Problemlösung beitragen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Preisstruktur auf norwegischen Campingplätzen derzeit deutlich unter dem europäischen Durchschnitt liegt. Die Argumentationsgrundlage für diejenigen, die sagen, die norwegischen Platzgebühren seien zu hoch, sollte damit nicht mehr gegeben sein.

#### 6.10.1.2 *Konsumverhalten*

Bei der Untersuchung des Konsumverhaltens der Touristen wurde der Aussage nachgegangen, speziell die Camping-Urlauber und Wohnmobil-Reisenden würden einen Großteil der Lebensmittel für den täglichen Bedarf aus ihrem Heimatland mitbringen. Eine Befragung von Wohnmobil-Urlaubern auf dem Campingplatz „Maga-laupe Camping“ an der E6 bei Oppdal ergab, dass dieser Trend zwar nach wie vor Gültigkeit besitzt, sich jedoch in den letzten Jahren ein recht deutlicher Wandel vollzogen hat.

Noch vor 10 Jahren war Norwegen das Land, welches für seine nahezu unerschöpflichen Fischbestände bekannt war, so dass viele Deutsche speziell zum Zweck des Fischens hierher fuhren. Man belud in der Regel sein Fahrzeug und einen Anhänger mit Kühlboxen, die mit Lebensmitteln gefüllt waren, lebte in Norwegen von diesen

Reserven und füllte die geleerten Boxen im Anschluss mit selbst gefangenem Fisch und „exportierte“ diesen nach Deutschland.

In mehreren Punkten haben sich hier die Verhältnisse geändert. Zum einen bestehen aufgrund immer weiter zurückgehender Fischbestände seit Januar 2004 Exportbeschränkungen für Hobbyangler. Erstens dürfen Ausländer erst ab dem 1. Mai eines jeden Jahres fischen. Somit sind die Fische zumindest in der Laichzeit weniger stark gefährdet. Zum anderen dürfen nur noch maximal 15 Kilogramm Fisch aus Norwegen ausgeführt werden. Somit sind die teilweise sehr hohen Fangmengen, die nicht selten sogar in Deutschland verkauft wurden unterbunden worden. Des Weiteren hat sich die Preisstruktur sowohl in Norwegen als auch in Deutschland sehr stark verändert. Mit der Einführung des Euro wurden viele Produkte in Deutschland und in der EU teurer, auch wenn dies oftmals dementiert wird. Im gleichen Zuge verringerte Norwegen die Mehrwertsteuer für Lebensmittel und konnte somit in vielen Bereichen eine Annäherung an das Preisniveau innerhalb der EU erreichen.

Trotzdem hat Norwegen nach wie vor das Image eines überaus teuren Landes. Dies ist natürlich abhängig von der Art und Weise, wie man sich in Norwegen aufhält bzw. welche Ziele man verfolgt. Der Tourist, der generell große Strecken zurücklegt, um viel vom Land sehen zu können, klagt natürlich über hohe Treibstoffkosten. Zum Vergleich: 1 Liter Diesel kostet in Deutschland derzeit ca. 1,14 €, in Norwegen 1,45 €. Anfang 2005 hatten wir aber auch eine Phase, in der in Deutschland der Literpreis für Diesel bei 1,20 € und in Norwegen bei 1,25 € lag. Es ist unstrittig, dass in diesem Bereich Norwegen teurer ist als Deutschland, jedoch gibt es andere Bereiche, in denen das Verhältnis umgekehrt ist. Nimmt man etwa die Kosten für Wasser und Strom, so sind diese in Norwegen wesentlich günstiger als in Deutschland. Restaurants kann der Reisende in der Mittagszeit zu moderaten Preisen aufsuchen und auch die Eintrittsgelder für touristische Attraktionen bewegen sich in einem angemessenen Rahmen. Sehr hoch hingegen sind die Preise für frische Nahrungsmittel wie Obst und Gemüse. Die Kosten für alkoholische Getränke sind wesentlich höher als in Deutschland. Das reduzierte Kauf- und Konsumverhalten ist eine Folge der Mitnahme der Lebensmittel aus den Heimatländern, so dass für den Reisenden auch nicht die Notwendigkeit besteht, in den Lebensmittelgeschäften einzukaufen. Die Mitnahme der Güter ist das Resultat von falschen Vorinformationen bzw. durch das negative Image hohe Kosten begründet. Die Touristen kommen jedoch nicht mit allen Faktoren, die das Preisniveau eines Landes bestimmen, in Kontakt.

Nach wie vor gibt es viele Urlauber, die aufgrund eines falschen Images des Landes („schön aber teuer“) ihre Reise dahingehend planen, dass sie tatsächlich in Deutschland ihr Fahrzeug mit Lebensmitteln beladen, um in Norwegen Geld sparen zu können. Diesem Trend könnte man durch vernünftige Aufklärung, etwa durch Reiseveranstalter, Reisebüros und durch den ADAC sowie bei Fährgesellschaften entgegen treten. Ein derartiges Konsumverhalten ist natürlich nicht der Ökonomie und der Tourismuswirtschaft eines Landes förderlich. Auch hier müssten, wie bei den Einfuhrbestimmungen für zu verzollende Waren, deutliche Beschränkungen festgesetzt werden.

Nur so kann man verhindern, dass Urlauber Lebensmittel für drei bis vier Wochen mit sich führen, keine oder nur selten Restaurants besuchen bzw. lediglich Waren konsumieren, die sie auch in Deutschland zu einem entsprechenden Preis bekommen können.

Ziel muss es ebenso sein, die Gesamtzahl der Fahrzeuge zu reduzieren. Der Hauptkritikpunkt aller Befragten (67 %) bezog sich auf die hohen Kosten für einen Urlaub in Norwegen. Diese lassen sich nur durch eine bessere Auslastung der einzelnen Fahrzeuge deutlich senken. Zum einen sinkt der Kraftstoffverbrauch pro Kopf, zum anderen werden auf den meisten Campingplätzen nur Fahrzeuge und Zelte berechnet, die mitreisenden Personen bleiben jedoch unberücksichtigt. Dies gilt auch für die meisten Fährgesellschaften, die so genannte „Auto-Spar-Pakete“ anbieten, bei denen nur das Fahrzeug und der Fahrer berechnet werden, und bis zu vier Begleitpersonen frei sind.

Das bedeutet, dass entsprechend der Low-Cost-Hypothese (vgl. PREISENDÖRFER, 1999, S.79 ff.) durch die Verringerung der Kosten eine Verhaltensänderung erzielt werden kann.

### 6.10.1.3 *Verkehrsfluss*

Eine weitere Problemsituation hat sich bei den Untersuchungen immer wieder dargestellt, als die Frequentierung einzelner Streckenabschnitte betrachtet wurde. So wurde besonders deutlich, dass gerade entlang der E6, der Hauptverbindung zwischen Nord und Süd, ein besonders hohes Verkehrsaufkommen an Urlaubern zu beobachten war. Weiterhin ist besonders der Westen des Landes mit seinen Fjorden stark besucht. Bei Befragungen von Reisenden wurden die Ziele Oslo, Lillehammer,



Trondheim und Nordkap im Bereich der Nord-Süd-Achse als wichtigste Ziele benannt, während für das Fjordland, also die Küstenregion, die Städte Bergen und Ålesund sowie der Geirangerfjord und der Gletscher Jostedalbreen aufgezählt wurden. Für diese Bereiche ist eine sehr intensive touristische Nutzung zu verzeichnen. Neben großen Hotels sind hier auch zahlreiche Campingplätze und Hüttenanlagen angesiedelt. Jedes dieser wichtigen Besuchsziele besitzt mittlerweile auch ein Besucherzentrum, welches über die wichtigsten Fakten des jeweiligen Besuchszieles Auskunft gibt.

Der Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark liegt zwar auf einer dieser beiden Achsen, ist zurzeit jedoch nur eine von vielen Stationen, an denen Urlauber einen Stopp einlegen. Bei der Verfolgung des Zieles, die Besucher zu einem längerfristigen Stopp an die Region zu binden, darf die Konkurrenz innerhalb des eigenen Landes nicht unterschätzt werden.

Da viele Norwegenreisende die Individualität und die Einsamkeit während ihrer Reise schätzen gelernt haben, muss man versuchen, die Massierung in manchen Gebieten aufzulösen, um zu verhindern, dass das Image des Massentourismus sich allmählich ausbreitet. Schon jetzt beklagen sich viele Touristen, dass die Punkte ihrer Reise, die sie sich aus Reiseführern herausgesucht haben, vielfach zu überlaufen sind. Hierin liegt auch die Gefahr, wenn einzelne Gebiete zu sehr gepusht werden. Die Gleichverteilung durch gezielte Bewerbung bislang unterentwickelter Regionen kann hier Abhilfe schaffen.

Auch die Bedeutung des Norwegischen Fremdenverkehrsamtes in Hamburg als Informationslieferant für deutsche Reisende sollte nicht unterschätzt werden. Bei der Einrichtung der touristischen Infrastruktur in neuen Urlaubsgebieten müssen die aufgeführten „innovativen“ Campingplätze eingerichtet werden, damit diese neuen Regionen nicht nur zu Destinationen für die große Zahl von Wohnmobilreisenden werden, sondern auch in der Initialisierungsphase negative Erscheinungen, wie Wildcamping, verhindert werden.

Im Allgemeinen war festzustellen, dass rund zwei Drittel der Befragten das Land Norwegen in Teilabschnitten bereisen. Entweder wird der äußerste Norden bereist, wobei dann die Reiseroute meist zum Nordkap führt und die Lofoten bzw. die Vesterålen mit eingebunden werden. Ist eine solche Zielsetzung gegeben, so werden meist andere Ziele, wie etwa das Fjordland oder der Küstenbereich bei Ålesund, aus-

ausgelassen. Man möchte sich Zeit für den Norden nehmen und plant die übrigen Regionen auf einer anderen Reise mit ein.

Die andere Variante lässt den Norden außen vor und man bereist meist den Süden und den Südwesten des Landes. Dabei sind die gängigen Ziele wie bereits erwähnt die Städte Stavanger, Bergen, Ålesund und Trondheim, die den Besucher locken. Nur wenige Touristen haben genügend Zeit und Geld, um eine Reise von sechs Wochen und mehr unternemen zu können, auf der sie sich alle Punkte des Landes ansehen. Diese Form des „Rundreisetourismus“, der wahlweise mit dem Auto (Wohnmobil) oder Bus gemacht wird, ist seit Jahrzehnten unverändert beliebt und führt natürlich zu den oben genannten Problemen. Hier bietet sich die Möglichkeit, durch spezielles Marketing, aber auch durch anders strukturierte Zielsetzungen, den Reisenden an eine Örtlichkeit fester zu binden.

Es ist bei einigen Interviews in der Region Oppdal deutlich geworden, dass die Urlauber gerne länger bleiben würden, jedoch oftmals nicht wissen, dass die Region mehr als nur das spezielle im Reiseführer angepriesene Ziel zu bieten hat. Einige der Besucher waren regelrecht überrascht, als sie erfuhren, an welchen Naturerlebnissen durch Gletscher und Wasserfälle sie auf ihrer Fahrt vorbeigefahren waren. Die Form der Rundreise mit dem privaten Wohnmobil kann nach dem neuesten Stand der Forschungen über Reisemarketing und Ökonomie gewiss nicht zum nachhaltigen Tourismus gezählt werden. Dafür sind der Energiebedarf und die Umweltbelastung zu hoch und werden die ökonomischen Aspekte im regionalen Bereich zu wenig berücksichtigt.

Das Leitbild der Nachhaltigkeit sollte bei der Suche nach neuen und vor allem besseren Wegen stets im Mittelpunkt stehen. Das Reisen an sich wird immer mit negativen Einflüssen einhergehen, auch wenn man sich noch so sehr bemüht, diese zu reduzieren. Dennoch kann es gelingen zumindest eine Art Gleichgewicht bzw. Ausgleich zwischen negativen und positiven Folgen zu erzielen.

### 6.10.2 Veränderte Konzeptionen

Zunächst sollte man versuchen, neue Ideen und Konzeptionen bestmöglich an die kulturellen aber auch geographischen Belange des Landes Norwegen anzupassen. Es wird sicher zu nichts führen, wenn man versucht, in Norwegen den Individualtourismus zu verdrängen und dafür den Stationärurlaub im Hotel zu etablieren. Vielmehr

ist es ratsam, Kombinationen zu kreieren, die zum Beispiel das Eine mit dem Anderen verbinden. Viele der Befragten sagten, sie könnten sich durchaus eine Woche stationären Urlaub und die übrigen zwei Wochen als Rundreise vorstellen. Aber auch hier sind die Reiseanbieter gefragt und gefordert innovativer zu agieren. Der Urlauber kann dann unter verschiedenen Modulen, vergleichbar mit einem Bausatzprinzip, gewisse Teile des Landes mit einbinden, während der Anbieter die Unterkunftsvariationen bereithält. Somit wäre jeder Reisende zu einer eigenverantwortlichen Routen- und Reiseplanung angehalten und hat sich bereits im Vorfeld der Reise mit der jeweiligen Region auseinandergesetzt.

Durch den stationären Aufenthalt in einer bestimmten Region des Landes kann der Reisende Ziele erleben und entdecken, die abseits der üblichen touristischen Ziele entlang der Hauptreiserouten liegen. Dennoch muss er nicht auf diese verzichten. Bei einer sinnvollen Planung der An- und Abreise lassen sich viele solcher „gängigen“ Besuchsziele durch Zwischenstopps verbinden. Der Urlaub in seiner eigentlichen Form soll ja dem Reisenden die Möglichkeit bieten, sich zum einen zu erholen, zum anderen aber auch die Kultur des bereisten Landes kennen zu lernen. Diese Möglichkeit ist sicherlich nur sehr begrenzt gegeben, wenn man sich von allen angebotenen Übernachtungsmöglichkeiten fernhält und auch die Gastronomie meidet, indem man nahezu ausschließlich eigene mitgebrachte Lebensmittel konsumiert. Ökonomisch betrachtet ist gerade dieser Bereich für den Fremdenverkehrssektor von entscheidender Bedeutung. Dagegen gehört das Wildcampen (außerhalb von Campingplätzen bzw. außerhalb der speziell eingerichteten Übernachtungsplätze) zu einer sowohl ökologisch, als auch ökonomisch sehr bedenklichen Form der Übernachtung. Diese ist nur in seltenen Fällen spontan entstanden, etwa weil sich der Fahrer von einer langen Reise für einige Stunden erholen möchte, sondern ist meistens eine geplante Reiseform. In Anbetracht der immer größer werdenden Massen an Wohnmobilen, besonders auch aus Deutschland und den Niederlanden, muss damit gerechnet werden, dass weitere Einschränkungen, Verbote und Strafen zu erwarten sind. Dennoch werden Aufenthalte auf Campingplätzen meist nur als notwendiges Übel angesehen, da man alle paar Tage seine Vorräte an Frischwasser aufgefüllt und Chemietoiletten geleert werden müssen.

## 7. ERKENNTNISSE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

### 7.1 Gesamtkonzept

Vor dem Hintergrund der immer dringender erscheinenden Forderung, dass Schutzziele mit Formen einer nachhaltigen Nutzung produktiv und mit neuen Ideen verbunden werden müssen, soll dieses Konzept klären, ob mit Hilfe des Labels „Ökotourismus“ attraktive Einnahmequellen erschlossen werden können, die zum einen den wirksamen Schutz von Naturschutzkerngebieten fördert, zum anderen aber auch eine nachhaltige Entwicklung der Randgebiete solcher Schutzzonen sinnvoll unterstützt.

Dazu wurde zunächst erfasst, welche bisherigen Erfahrungen im Bereich des Ökotourismus gesammelt werden konnten und welche Auswirkungen verschiedene Maßnahmen auf das jeweilige Gebiet hatten.

Für den Nationalpark Dovrefjell-Sunndalsfjella wird die erfolgreiche Umsetzung der Planungen innerhalb der nächsten 5 – 10 Jahre von entscheidender Bedeutung sein. Der Konkurrenzdruck wird nicht nur innerhalb des Landes Norwegen und unter den verschiedenen Nationalparks immer größer, sondern wächst auch im Hinblick auf die weltweiten Entwicklungen im Bereich des Nationalparktourismus. Davon ausgehend, dass der Tourismus des Landes Norwegen weiterhin gleich bleibende Wachstumswerte aufweisen kann, muss man die Zielsetzung, die Touristenströme innerhalb des Landes besser zu koordinieren und zu lenken, unbedingt vorantreiben. Es wird immer schwieriger werden, die geforderte Individualität eines jeden Reisenden in vollem Maße zu berücksichtigen und gleichzeitig notwendige Schutzmaßnahmen durchzuführen. Kompromisse werden die kommenden Jahre prägen und auch dazu führen, dass parteipolitische Gegner immer häufiger gemeinsame Strategien entwickeln müssen. Solange jede Initiative ausschließlich eigene Interessen verfolgt, ohne die Belange der anderen Beteiligten zu berücksichtigen, werden die Ergebnisse unbefriedigend bleiben und dem Naturraum genauso wenig wie dem lokalen Wirtschaftsraum zuträglich sein können.

---

Das Gesamtkonzept für den Nationalpark Dovrefjell-Sunndalsfjella sieht daher folgende Agenda für die nächsten fünf Jahre vor:

- Seit 2003 fand eine umfangreiche Digitalisierung des Geländes von Hjerkin Skytefelt statt. Diese ist mittlerweile abgeschlossen und ermöglicht die Nutzung des 3D-Höhenmodells für das geplante Informationszentrum
- Zusammentreffen aller Beteiligten zur Vorstellung des Projektes
- Sperrung des Snøheimweges für den Individualverkehr und Einrichtung eines Busshuttles
- Beschilderung des Rundweges durch Hjerkin Skytefelt mit Informationstafeln und Anlage von Zeltplätzen entlang der Route
- Druck von Informationsbroschüren mit kostenlosen Wanderkarten in den Sprachen Norwegisch, Englisch, Holländisch, Französisch und Deutsch
- Bau des geplanten Großparkplatzes an der E6 und Umbau der vorhandenen Gebäude zu Übernachtungsgebäuden mit Fremdenzimmern und zu einer Informationszentrale
- Drucklegung des Nationalparkpasses
- Zusammentreffen der örtlichen Wirtschaftsunternehmen aus Gastronomie, Beherbergung, Transport und Verkehr, um die Einbringung von Leistungen für die Nationalparkbelange zu koordinieren
- 2010 Bestandaufnahme – was wurde wie realisiert und welche Änderungen sollen für die weitere Entwicklung vorgenommen werden.
- Einrichtung von speziellen Wohnmobilparkplätzen, die mittelfristig helfen sollen, die Wildcamping-Problematik in den Griff zu bekommen

In der Regel ist es sinnvoll, dass alle fünf Jahre eine weitere Bestandsaufnahme durchgeführt wird, um die erfolgreiche Umsetzung aller Planungen zu dokumentieren. Sollte sich dabei zeigen, dass verschiedene Maßnahmen nicht so ablaufen oder abgelaufen sind, wie es hätte sein sollen, muss entsprechend eingegriffen werden.

## 7.2 Ausblick

Insgesamt betrachtet bereiten die Entwicklungen der Nationalparkpolitik in Norwegen einige Sorgen. Bei einer immer größer werdenden Zahl von Touristen gewinnt die Steuerung aller Interessen mehr und mehr an Bedeutung. Immer weiterführende Zusammenlegungen von Nationalparks zu Parks mit Flächen jenseits der 2000 km<sup>2</sup> sind anscheinend im Trend, weisen allerdings auch die Verwaltungs- und Überwachungsmöglichkeiten sehr bald in ihre Grenzen. Viele kleine Parks benötigen zwar einen wesentlich höheren personellen Aufwand, lassen aber auch schnellere und effektivere Reaktionen zu.

Im Fall des Nationalparks Dovrefjell-Sunndalsfjella ist eine Steuerung über mehrere kommunale Grenzen hinweg schon von der administrativen Seite an diverse Schwierigkeiten gekoppelt. Wird aber wie geplant auch noch der Rondane Nationalpark mit eingegliedert, so ist das Areal derart groß, dass eine Überwachung, etwa von Wanderungsbewegungen von Moschusochsen oder Wildrenen kaum mehr möglich ist. Die Ideen und Ansätze der regionalen Interessensgruppen, mit Hilfe von Infozentren Umweltbildung und touristische Ziele zu verknüpfen, weisen in die richtige Richtung. Es wäre daher kaum zu verantworten, aus reinen wahlpolitischen Gesichtspunkten heraus sich über solche Initiativen hinweg zu setzen.

Der Gedanke der Nachhaltigkeit sollte hier an allererster Stelle stehen und danach auch gehandelt werden. Nur wenn alle politischen und auch privaten Kräfte an einem Strang ziehen, lassen sich bedeutende Projekte, die dringend benötigt werden, auch sinnvoll umsetzen.

Die Problematik des Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark ist auch in anderen Regionen Norwegens gegeben. Ziel muss es daher sein, Strategien und Ideen so in die Tat umzusetzen, dass sie in Zukunft auch übertragbar sind. Nur so wird es möglich sein, Landschaften in ihrer Unberührtheit zu erleben, und dieses Privileg auch weiteren Generationen zu bewahren.

In einer abschließenden Gesamtbewertung kann und muss man sagen, dass der Gedanke einer ökotouristischen Nutzung, wie sie anfangs definiert wurde (vgl. Kapitel 1.4, S.22 ff), hier nur sehr begrenzt zutrifft. Allein die Tatsache, dass nur unter sehr großem Aufwand sowohl finanzieller als auch personeller Art ein Gebiet geschaffen werden kann, das für eine, wie auch immer geartete touristische Nutzung dienen soll, lässt den ursprünglichen Wunsch, dieses Gebiet ökotouristisch nutzbar zu machen, nicht zu.

Dennoch kann man die zivile Nutzung des Gebietes derart gestalten, dass sie einer kompletten Sperrung eindeutig vorzuziehen ist. Die Chance, den Nationalpark auf diesem Weg zu entlasten, darf nicht ungenutzt bleiben. Für die Art der angedachten touristischen Nutzung trifft wohl am ehesten die Bezeichnung Naturtourismus zu. Auch hier müssen klar definierte Grenzen gezogen und Regeln aufgestellt werden, die den Besuchern erlauben, Natur zum „Anfassen“ zu erleben, ohne sie jedoch weiter auszubeuten und zu zerstören.

Die durchgeführten Untersuchungen haben ergeben, dass sowohl ökonomisch als auch ökologisch unglaublich große Potenziale in der Region stecken. Jetzt muss man versuchen dem Land Norwegen als Reiseland mit seinem ganz speziellen Flair gerecht zu werden und bewusst andere Strategien zu verwenden, als sie etwa in der Mittelmeerregion oder in den Alpen praktiziert werden. Große Hotelketten werden sich auch in Zukunft nicht in Norwegen etablieren können. Befragungen haben ergeben, dass sich fast 76% aller Norwegenreisenden auf traditionelle Hütten- und Campingplatzunterbringung berufen, wenn sie eine Reise nach Norwegen planen.

Diesen Trend haben auch die Zahlen des Statistischen Zentralamtes in Oslo bestätigt. Seit Jahren ist der norwegische Tourismus auf hohem Niveau und erlebte sogar in den letzten 10 Jahren einen deutlichen Aufschwung. Daran werden auch die immer häufiger werdenden Pauschalreiseangebote in südliche Regionen nichts ändern können. Auch wenn in den letzten beiden Jahren eine leichte Stagnation zu verzeichnen war, so ist das Potenzial für den Ausbau des Gebietes um Hjerkin Skytefelt groß genug, um auch die regionale Wirtschaft zu beleben.

Der Konkurrenzdruck der anderen norwegischen Regionen, gerade im Bereich des Fjordlandes und des Nordens wird größer, so dass innovative Projekte und Konzeptionen nötig sein werden, um das Gebiet des Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalparks nicht zur reinen Durchreisestation werden zu lassen.

---

Ein Versuch, das Gelände mit anderen Konversionsprojekten zu vergleichen, blieb aufgrund der einmaligen Gemengelage aus alpiner Region, der empfindlichen Tundra-Vegetation und der ausschließlichen Nutzung für Munitionstests und Abwurfmanöver, ohne Erfolg. Selbst in ähnlichen geographischen Breiten in Schweden oder Kanada und Alaska sind keine vergleichbaren Standorte vorhanden, die eine ähnliche, lang anhaltende militärische Vornutzung aufzuweisen haben. Einige Standorte besaßen zwar ähnliche klimatische Bedingungen, werden aber weiterhin militärisch genutzt und haben in sofern wenig Vergleichswerte bezüglich der Konversionsproblematik zu bieten.

Vergleichbare Lösungsansätze auf ostdeutschen Konversionsflächen sind auf die norwegische Fjellregion wiederum nicht übertragbar. Somit steht das Übungsgelände Hjerkin Skytefelt als bislang erstes Konversionsprojekt seiner Art im Rampenlicht der ökologischen Politik und wird sicher als Referenzmodell für weitere geplante Stilllegungen, etwa in Schweden oder Kanada, fungieren können.



**8. DANKSAGUNG**

## 9. QUELLEN

### 9.1 Literatur

- AAS, Ø.; VORKINN, M. (1991): Holdninger til fire tiltak som øker tilgjengeligheten til naturattraksjoner - en intervjuundersøkelse blant turister i Briksdalen, Nordfjord
- ADAC Camping-Caravaning-Führer Deutschland und Nordeuropa (1999): Band 2, S. 728, München
- ADAC Camping-Caravaning-Führer Deutschland und Nordeuropa (2005): 52. Auflage, S. 736, München
- ABERLE, G. (1996): Transportwirtschaft. Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen, München/Wien
- AGÖT (Arbeitsgruppe Ökotourismus) (1995): Ökotourismus als Instrument des Naturschutzes? Möglichkeiten zur Erhöhung der Attraktivität von Naturschutzvorhaben. Forschungsgebiete des Bundesministeriums für wissenschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
- ATTESLANDER, P. (1975): Methoden der empirischen Sozialforschung
- ATTESLANDER, P. (1975): Befragung
- BACKER, A. (1952): Dovrefjell, den norske turistforenings årbok 1952
- BAHRENSBERG, G.; GIESE, E.; NIPPER, J. (1990): Statistische Methoden in der Geographie
- BAMBERGER, K. (1999): SPSS für Windows. Eine Einführung anhand der Version 9.0. Regionales Rechenzentrum für Niedersachsen. Universität Hannover
- BASTIAN, K. (2001): Sami In: Nordis, Heft 1
- BATSTAD, K.R. (2001): Dagens ferdsel i Dovrefjellområdet sammenlignet med bruksområdet til villrein 1999 – 2000. Hovedoppgave, Natur-, helse- og miljøvernstudiet. Høgskolen i Telemark
- BECKER, C. (1999): Forschungsergebnisse zur nachhaltigen Tourismusedwicklung. Selbstverlag der Geographischen Gesellschaft Trier
- BENTHIEN, B. (1997): Geographie der Erholung und des Tourismus, Gotha
- BIEDENKAMP, A.; BAUMGARTNER, C. (1998): Vermarktung von Natur als strategischer Faktor im Tourismus
- BOO, E. (1990): Ecotourism – The Potentials and Pitfalls

- BØTTGER-RASMUSSEN, N. (1999): Aflys alderdommen – fremtidens ældre findes ikke.  
Fremtidsorientering
- BREIBY, M. A. (1993): Reiselivsundersøkelse i Suldal sommeren 1993. Norsk  
Vassdrags museum
- BRONNY, M.: Tourismusentwicklungen in Arktis und Antarktis. In: Geographische  
Rundschau Heft 4/1992
- BTE (Büro für Tourismus und Erholungsplanung) (1998): Erkundungsuntersuchung  
zum Kooperationspotenzial für nachhaltigen Tourismus / Ökotourismus bei  
Reiseveranstaltern
- BTE (1995): Wirtschaftliche Effekte touristischer Entwicklungsstrategien.  
Arbeitsmaterialien für einen umweltschonenden Tourismus
- BÜHL, A.; ZÖFEL, P. (1999): SPSS Version 8: Einführung in die moderne  
Datenanalyse unter Windows
- BUND/MISEREOR (1996): Zukunftsfähiges Deutschland, Basel/Boston/Berlin
- BUTLER, R.W. (1980): The concept of a tourism area cycle of evolution: application for  
management resources. Aus: Canadian Geographers 24
- BUTZIN, B. (1981): Entwicklungs- und Planungsprobleme in Nordeuropa, Paderborn
- CLAWSON, M.; KNETSCH, J. L. (1966): Economies of outdoor recreation. John Hopkins  
press, Baltimore. Her henta frå Flognfeldt, T. (1995): Areal sted og reiserute.  
Fagbokforlaget, Bergen
- DNT - Den Norske Turistforening, (1997): Reisemagazin S.1
- DIGEL W.; KWIATOWSKI G. (1987) Meyers großes Taschenlexikon
- DREYER, A.; KRÜGER, A. (1995): Sporttourismus: Management- und Marketing-  
Handbuch
- ELLENBERG, L.; SCHOLZ, M.; BEIER, B. (1997): Ökotourismus – Reisen zwischen  
Ökonomie und Ökologie
- ENEQUIST, G. (1974): Bevölkerung und Besiedlung In: SÖMME, A.: Die Nordischen  
Länder, Braunschweig
- ERIKSEN, T. H. (1996): Die Norweger und die Natur. In: Norwegen-Information, Hrsg.  
Königliches Außenministerium, Oslo
- FINGERHUT, D. et al. (1973): Arbeitsmethode zur Bewertung der Erholungseignung  
eines landschaftlichen Angebots für verschiedene Typen von Erholungssu-  
chenden. In: Landschaft und Stadt, 5, 161-171
- FREYER, W. (1995): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie

- GLÄßER, E. (1993): Norwegen, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt
- GRÜMER, K.W. (1993): Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Mobilität / Tourismus / Reisen. Aus: Hahn, H & Kagelmann, H.J. Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft
- GUNN, C. A. (1994): Tourism planning. Basics, Concepts, Cases. Taylor & Francis, Washington
- HAHN, H. & KAGELMANN, H. J. (Hrsg.) (1993): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen, München
- HAHN, H.; HARTMANN, K. D. (1973): Reiseinformation, Reiseentscheidung, Reisevorbereitung, Starnberg 1973
- HAUKELAND, J. V.; GRUE, B. (1994): Feriereiser i Norge. Regional fordeling av innenlandskferietrafikk 1992- 93. TØI- rapport 275 / 1994, Oslo
- HAEDRICH, G. (1998): Tourismus-Management und Tourismusmarketing
- HEISS, G. (1997): Leitfaden für Nationalpark-Managementpläne – Konzept zur Erstellung von Managementplänen für Nationalparke in Österreich, Wien
- HENKE, H. (1976): Untersuchung der vorhandenen und potentiellen Nationalparke in der Bundesrepublik Deutschland im Hinblick auf das internationale Nationalparkkonzept
- HENRIKSEN, T. (1995): Bærekraftig produksjon av naturbaserte reiselivsprodukter diplomoppgave, Høgskolen i Lillehammer
- HOLM, K. (1975): Die Befragung 1. Der Fragebogen – Die Stichprobe
- INSTITUT FÜR ENERGIE- UND UMWELTFORSCHUNG (1992): Kilometer-Bilanz – Personenverkehr, Heidelberg
- INSTITUT FÜR ENERGIE- UND UMWELTFORSCHUNG (1997a): Nachhaltiges Heidelberg. Für eine lebenswerte Umwelt, Heidelberg
- INSTITUT FÜR ENERGIE- UND UMWELTFORSCHUNG (1997b): Tourismusinduzierte Umweltwirkungen., Heidelberg
- JESCHOR, A. & BLEIEL, K.-H. (1989): Orientierung mit Karte und Luftbild
- JØRAANDSTAD, K. (1995): Analyse av de ressursmessige forutsetingene for ferie- og fritidsbetinga reiseliv i Hole kommune. Diplomoppgåve, Høgskolen i Lillehammer
- KAHLENBORN, W.; KRAACK, M.; CARIUS, A. (1999): Tourismus- und Umweltpolitik – Ein politisches Spannungsfeld, Berlin

- KAMFJORD, G. (1993): Reiselivsproduktet. En introduksjon til den regionale besøksindustrien. Reiselivskompetanse AS, Lillehammer
- KASPAR, C.: Die Tourismuslehre im Grundriss, Stuttgart 1996
- KLEIN, N. (1994): Erfolgskontrolle für Tourismuskonzepte – Erfolgsfaktoren als Richtlinien für Auftraggeber und Gutachter, Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, Heft 28, Trier
- KREILKAMP, E. (1998): Marketing für die Natur – Die Vermarktung von umweltfreundlichen Reiseangeboten
- KRIPPENDORF, J. (1984): Die Ferienmenschen: Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen
- LABONDE, H. (1996): Leben mit Rentier und Motorscooter. In: Nordis, Heft 6
- LESER, H. (1995): Geomorphologie
- LINDBERG, K. (1998): Economic Aspects of Ecotourism
- LINDEMANN, R. (1981): Sozioökonomischer Strukturwandel und Regionalplanung in Norwegen in der Nachkriegszeit. In: Butzin, B.: Entwicklungs- und Planungsprobleme in Nordeuropa, Münster
- MERTZ, P. (1997): Skandinavien Nationalparks
- MERTZ, P. (1998): Norwegen – Zwischen Oslo und Narvik
- MUNDT, J.W. (2001): Einführung in den Tourismus
- MÜLLERMEISTER, H.M. (1989): Sanft reisen – Pauschal reisen? Der sanfte Tourismus und der organisierte Tourismus. Aus: Steinecke, A. Tourismus – Umwelt – Gesellschaft: Wege zu einem sozial- und umweltverträglichen Reisen
- MYKLEBOST, H.: GLÄSSER, E. (1996): Das norwegische Nein zur EU In: Geographische Rundschau, Heft 5
- NEEF, E. (1983): Die Verluste der Anschaulichkeit in der Geographie und das Problem der Kulturlandschaft. In: Sitzungsberichte der Sächsischen Akademie der Wissenschaft zu Leipzig, Leipzig
- NINA forskningsrapport 21: 1-33. Lillehammer
- ØLNES, S. (1981): Turismens innverknad på transportkapasiteten. Seminar om Reiselivs forskning 23. september, 1981. Oppland Distriktshøgskole. Informasjonsserien Nr. 26
- PREISENDÖRFER, P. (1999): Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland, Opladen

- RUPPERT, K. & MAIER, J. (1970): Zum Standort der Fremdenverkehrsgeographie – Versuch eines Konzepts. Aus: Ruppert, K. & Maier, J. Zur Geographie des Freizeitverhaltens
- SCHRAND, A. (1993): Urlaubertypologien. In: Hahn & Kagelmann, München
- SCHÜTZE, J. K. (1998): Es gibt keinen Grund, das Reisen den Büchern vorzuziehen. In: Jahrbuch für Reise & Tourismusforschung, Köln
- SCHWARZ, M.-L. (2001): Gut entwickelt. In: Nordis, Heft 5
- SEELHOFF, J. (1994): Hytter. In: GEO Spezial Norwegen, Hamburg
- SOMBERT, K. & TOKARSKI, W. (1996): Freizeitwissenschaft in Deutschland - Bestandsaufnahme und Perspektive. In: Spektrum Freizeit, Heft 2/1996
- STATISTISK SENTRALBYRÅ – STATISTICS NORWAY (2005): Reiselivsstatistikk 2005, Oslo - Kongsvinger
- STEINBACH, J. (2003): Tourismus – Einführung in das räumlich-zeitliche System, München
- STEINECKE, A. (1990): Die Urlaubswelt im Buch: eine Übersicht über den Reiseführer-Markt. In: Bensberger Protokolle, 57
- STORSLETTEN, O. & SAKUMA, Y.: Die Stabkirchen Norwegens, Augsburg 1997
- STROBL, J. (1993): Nationalparkekommission der Universität Salzburg; Salzburger Geographische Materialien – Nationalparkforschungen an der Universität Salzburg – Informationstagung am 20.11.1991
- THUESEN, N. P. (2006): Norges Historie i Årstall. 4. Auflage, Oslo
- VESTER, H.-G. (1993): Crowding. In: Hahn/Kagelmann, München
- VIEGAS, A. (1998): Ökomanagement im Tourismus, München/Wien
- VORKINN, M.; BRÅTÅ, H.O. (2002): Kommunal arealplanlegging som rammebetingelse for utmarksbasert næringsutvikling. Aus: ØF-Rapport nr. 18/2002
- VORLAUFER, K. (1999): Tourismus und der informelle Sektor. Aus: Geographische Rundschau 51
- WEISCHET, W. (1995): Einführung in die Allgemeine Klimatologie
- WESSEL, K. (1996): Empirisches Arbeiten in der Wirtschafts- und Sozialgeographie, Stuttgart
- WOLD, B.; RYVARDEN, L. (1996): Jostedalsbreen, Oslo 1996
- WÖHLER, K.; SARETZKI A. (1999): Umweltverträglicher Tourismus: Grundlagen – Konzeption – Marketing

- 
- WÖHLER, K. (1994): Bedingungen ökologischer Verhaltenskonversion. Ergebnisse einer empirischen Studie „Auf die Bahn umsteigen“ aus institutionstheoretischer Sicht, in: Zeitschrift für angewandte Umweltforschung, 7. Jg., S. 512 - 525
- WTO - WORLD TOURISM ORGANISATION Hrsg. (1992): Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners, Madrid 1992

---

## 9.2 Persönliche Kontakte

JOHAN FR. SCHØNHEYDER, Quality Hotel Oppdal, 7341 Oppdal, (07.03.2003)

HEIDI STEEN, Oppdal Turistkontor, Tourist Manager, 7341 Oppdal, (07.03.2003)

ARILD HOEL, Oppdal Kommune, Verkehrsminister Norwegen, 7340 Oppdal,  
(07.03.2003)

SIGMUND RISE, Oppdal Steinsenter, 7340 Oppdal, (07.03.2003)

CARL S. BJURSTADT, Dovrefjellrådet, 6601 Sunndalsøra, (10.03.2003)

MAJOR ØVERBY, Kommandant Hjerkinns Skytefelt, 2661 Hjerkinns, (11.03.2003)

BJØRN MIDTSKOG, Dombås Turistkontor, 2659 Dombås, (11.03.2003)

KJELL O. SOLBAKKEN, Norsk Turistutvikling A.S., 2624 Lillehammer, (12.03.2003)

ODDGEIR ANDERSEN, NINA Norsk Institut for Naturforskning, 2624 Lillehammer,  
(12.03.2003)



### **9.3 Datenquellen**

Satellitenbild: SPOT 5 Satellite image map, acquired 23 Aug 2002.

Processed and delivered by Geodatasenteret AS, Norway.

SPOT® ©CNES 2002 ©Metria 2002 ©Statens kartverk 2004

Alle Fotografien aus eigenem Archiv

Dipl.-Geogr. Oliver Schwenn, Joppenholzstraße 9, D-67473 Lindenberg/Pfalz.

Email: [oliverschwenn@gmx.de](mailto:oliverschwenn@gmx.de)