

„Urbaner Ökotourismus als Konzept für nachhaltigen Städtetourismus in deutschen Großstädten?“

Masterarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Science

der Studienrichtung Nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung

an der Karl-Franzens-Universität Graz

vorgelegt von

Arne Nico KRAGE

am Institut für Geographie und Raumforschung

Begutachterin: MMag. Dr. Judith Pizzera

Graz, 2017

Zusammenfassung

In Entwicklungsländern und sehr ruralen Gebieten industrieller Staaten erhält der Ökotourismus als Entwicklungswerkzeug und als Mittel der Tourismus-Schadensbewältigung sehr viel Aufmerksamkeit. Beim wachsenden Städtetourismus wird erst langsam und nur sehr wenig in diese Richtung geforscht. Ökotourismus könnte eine Chance sein, mit etwaigen Schäden des Städtetourismus umzugehen und das Thema Nachhaltigkeit einzubringen.

Diese Masterarbeit beschäftigt sich daher mit dem Begriff des *urbanen Ökotourismus* im Untersuchungsgebiet deutscher Großstädte. Da der Begriff in der Wissenschaft nicht ausgearbeitet und nicht fest definiert ist, enthält die Arbeit einen großen Theorie-Teil. Es wird untersucht, in welcher Form der Begriff bereits in der wissenschaftlichen Literatur vorkommt. Anschließend wird über den deutschen Städtetourismus und Ökotourismus eine Definition mit Prinzipien eines urbanen Ökotourismus erarbeitet. Es folgen zwei Fallstudien in Leipzig und München als Beispiele für deutsche Großstädte, die mit den Informationen von statistischen Kennzahlen, teilstrukturierten Leitfadeninterviews und Literatur auf ihr Potential für einen urbanen Ökotourismus untersucht werden. Im empirischen Teil ist die Auswertung einer für diese Masterarbeit durchgeführten Online-Umfrage zu finden. Mit ihr wurde untersucht, ob die für den urbanen Ökotourismus in Deutschland benötigten Voraussetzungen für ein Interesse der potentiellen KundInnen gegeben sind.

Eine abschließende Diskussion kommt zum Fazit, dass ein derart definierter urbaner Ökotourismus, durch das Potential der untersuchten Großstädte und die positiven Ergebnisse der Umfrage, möglich wäre. Urbaner Ökotourismus wird jedoch noch nicht beworben und es müssten einige Schritte der Tourismus-Verantwortlichen der Destination getan werden, damit der urbane Ökotourismus realisiert werden kann.

Abstract

Ecotourism has gotten a lot of attention as a way to deal with damages brought by tourism and as a development tool in developing countries and rural areas of industrial countries. With the rise of city tourism in Europe this is not the fact. Although ecotourism might be a chance to deal with possible damages by the city tourism and to bring in the topic of sustainability. That is why this master thesis deals with the term *urbaner Ökotourismus (urban ecotourism)* in the investigation area major German cities. The term has not been well elaborated nor defined yet. Therefore, the theoretic part of this thesis is rather large. Scientific literature is studied to look for use of the term. German city tourism and ecotourism are theoretically analyzed to come up with principals of an urban ecotourism for a definition of the term. As an example for major German cities, Leipzig and Munich are used as case studies to analyze them for potential for urban ecotourism. The empiric part is an evaluation of the results of an online survey made for this master thesis. It was used to investigate if potential customer fulfill preconditions to be interested in urban ecotourism.

The conclusion after a quick discussion comes to the result that an urban ecotourism is possible because of the potential of the researched cities as well as the positive results from the survey. But the idea is not yet marketed and the tourism authorities of the destinations have to do some steps in this direction.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	10
2. Städtetourismus	13
2.1 Definition.....	13
2.2 Städtetourismus in Deutschland.....	15
2.3 Schäden im Zuge des deutschen Städtetourismus	20
2.3.1 Ökonomie	21
2.3.2 Ökologie	22
2.3.3 Sozial und kulturell.....	23
2.4 Nachhaltiger Tourismus als Thema in Deutschland	25
3. Ökotourismus	30
3.1 Entstehung und Definitionen	30
3.2 Einordnung im Feld des nachhaltigen Tourismus.....	35
3.2.1 Naturnahe und nachhaltige Tourismusformen.....	35
Responsible.....	36
3.2.2 Beziehungen zueinander	37
4. Ökotourismus in urbanen Räumen in Literatur und Öffentlichkeit	39
4.1 Wissenschaft	39
4.2 Politik.....	44
4.3 Medien und freie Wirtschaft.....	44
5. Urbaner Ökotourismus	46
5.1 Hindernisse eines urbanen Ökotourismus.....	46
5.2 Argumente für einen urbanen Ökotourismus.....	46
5.3 Mögliche Aktivitäten während eines urbanen Ökotourismus.....	48
5.4 Natur.....	49
5.4.1 Flora	49
5.4.2 Fauna	54
5.5 Definition und Prinzipien eines urbanen Ökotourismus	56
6. Fallstudien.....	57
6.1 Leipzig	57

6.1.1 Die Stadt.....	57
6.1.2 Faktoren der Stadt Leipzig.....	59
6.1.3 Umland.....	62
6.1.4 Tourismus.....	63
6.1.5 Potential für urbanen Ökotourismus.....	66
6.1.6 Zwischenfazit.....	73
6.2 München.....	73
6.2.1 Die Stadt.....	73
6.2.2 Faktoren der Stadt München.....	74
6.2.3 Umland.....	77
6.2.4 Tourismus.....	77
6.2.5 Potential für urbanen Ökotourismus.....	82
6.2.6 Zwischenfazit.....	88
6.3 Vergleich.....	89
6.4 Zwischenfazit.....	90
7. Methodik.....	91
7.1 Theorie.....	91
7.2 Empirie.....	93
8. Befragung.....	97
8.1 Filterfragen.....	97
8.2 Internet und Smartphones.....	99
8.3 Ökologische Aspekte während eines Städteurlaubes.....	102
8.4 Naturverständnis.....	106
8.5 Zustimmung zu Ökotourismus in einer Großstadt.....	109
8.6 Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs.....	111
8.7 Deutschland und Österreich im Vergleich.....	113
8.8 Bilderbewertung.....	117
8.9 Wohnortgröße.....	121
8.10 Alter.....	123

8.12 Zwischenfazit	127
9. Fazit	130
11. Literaturverzeichnis	134
12. Anhang.....	147
12.1 Interviews.....	147
12.1.1 Interview mit Susi Wieschollek (Leipzig)	147
12.1.2 Interview mit Ralf Zednik (München)	148
12.2 Fragebogen	151
12.2.1 Fragen	151
12.2.2 Ergebnisse.....	158
12.3 Abbildungen in vergrößerter Darstellung	162
12.3.1 Abb. 35: Grünflächen in Leipzig	162
12.3.2 Abb. 52: Grünflächen in München	163

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Städtetourismusformen	15
Abb. 2: Gästeankünfte und Übernachtungen in Deutschland 2010 – 2015.....	16
Abb. 3: Top 10 Urlaubsaktivitäten Inländer TouristInnen in Deutschland ab einer Übernachtung 2015.....	17
Abb. 4: Top 10 Großstädte Deutschland nach Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen 2015.....	17
Abb. 5 Top 10 Großstädte Europa nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben einschließlich Camping 2015	17
Abb. 6: Unterkunftsart der Inländer TouristInnen in Deutschland ab einer Übernachtung 2015).....	18
Abb. 7: Anreiseformen von einheimischen TouristInnen in Deutschland, Hauptverkehrsmittel ab einer Übernachtung 2015	18
Abb. 8: Anreiseformen von europäischen TouristInnen in Deutschland, alle Reisen europaweit nach Deutschland 2014 mit Veränderung zu 2013	19
Abb. 9: Definitionen von Ökotourismus.....	34
Abb. 10: Eigenschaften von hard und soft Ökotourismus nach Weaver.....	35
Abb. 11: Überschneidungen vom nature-based tourism und seinen Unterkategorien nach Lawton und Weaver	38
Abb. 12: 19 Indikatoren für urbanen Ökotourismus für die Delphi Technik.....	41
Abb. 13: Begriffe, welche mit Natur in der Stadt verbunden werden	52
Abb. 14: Jeweilige Zustimmung für die Wichtigkeit bestimmter Grünflächen in Städten.....	53
Abb. 15: Dachbegrünung in Basel, Schweiz	53
Abb. 16: Dachbegrünung in Linz, Österreich	53
Abb. 17 Dachbegrünung in Chicago, USA.....	53
Abb. 18: Begrünte Wände des Jean-Nouvel-Museum am Quai Branly in Paris, Frankreich..	53
Abb. 19: Tiere in deutschen Städten.....	55
Abb. 20: Gebiet der Metropolregion Mitteldeutschland	57
Abb. 21: Leipzigs Lage in Deutschland.....	57
Abb. 22: Sehenswerte Gebäude Leipzigs.....	59
Abb. 23: Museen in Leipzig	60
Abb. 24: Gewässer in Leipzig.....	61
Abb. 25: Grünflächen in Leipzig.....	62
Abb. 26: Ankünfte der Stadt Leipzig 2016 nach Herkunft.....	63
Abb. 27: Jährliche Ankünfte und Übernachtungen in Leipzig 2001 – 2016	63
Abb. 28: Jährliche Ankünfte in Leipzig 2012 – 2016	63

Abb. 29:: Jährliche Übernachtungen in Leipzig 2012 – 2016	64
Abb. 30: Gäste in Leipzig 2016 nach Unterkunftsarten	64
Abb. 31: Durchschnittliche Übernachtungsdauer in Tagen in Leipzig 2016 nach Unterkunftsarten	64
Abb. 32: Betriebe und Betten in Leipzig 2016 nach Unterkunftsarten	64
Abb. 33: Leipziger Tourismus Logo	66
Abb. 34: Der Grüne Ring Leipzig	69
Abb. 35: Grünflächen in Leipzig	70
Abb. 36: Neuseenland Seen	72
Abb. 37: Pfade im Leipziger Umland	73
Abb. 38: Sehenswerte Bauten und Plätze in München	74
Abb. 39: Staatliche und städtischen Theater in München 2014 – 2015	75
Abb. 40: Ausgewählte Museen, Sammlungen und Galerien in München 2015	75
Abb. 41: Gewässer in München 2016	76
Abb. 42: Parks in München	77
Abb. 43: Ankünfte und Übernachtungen München 2013 - 2016 nach In- und Ausland sortiert	78
Abb. 44: Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Gästen in München 2016 nach Herkunftsland und Kontinent sortiert	80
Abb. 45: Ankünfte München 2016 nach Herkunft	80
Abb. 46: Übernachtungen München 2016 nach Herkunft	80
Abb. 47: Gastgewerbe Betriebe München 2007, 2010, 2013, 2016	80
Abb. 48: Bettenanzahl München 2007, 2010, 2013, 2016 nach Gastgewerbe Betrieben	81
Abb. 49: Deutsche Gesetze für geschützte Naturgebiete	84
Abb. 50: Schutzgebiete der Stadt München	85
Abb. 51: Grünzüge der Region München	87
Abb. 52 Grünflächen in München	88
Abb. 53: Für den Urbanen Ökotourismus interessante Bodennutzung des Leipziger Stadtgebiets	90
Abb. 54: Für den Urbanen Ökotourismus interessante Bodennutzung des Münchener Stadtgebiets	90
Abb. 55: Quellen der im Fragebogen verwendeten Bilder	95
Abb. 56: Geschlecht der TeilnehmerInnen	98
Abb. 57: Nationalität der TeilnehmerInnen	98
Abb. 58: Alter der TeilnehmerInnen	98
Abb. 59: Größter Wohnort	98
Abb. 60: Internetverwendung für Reiseplanung	99

Abb. 61: Häufigkeit der Internetverwendung für Reiseplanung	99
Abb. 62: Internetverwendung während des Urlaubs	100
Abb. 63: Häufigkeit der Internetverwendung während des Urlaubs.....	100
Abb. 64: Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub	101
Abb. 65: Häufigkeit der Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub.....	101
Abb. 66: Persönliche Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während einen Urlaubs.....	102
Abb. 67: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden	103
Abb. 68: Gebiete, welche Natur in der Stadt darstellen.....	104
Abb. 69: Bereitschaft bei nur geringem Preisaufschlag die nachhaltige statt der günstigen Unterkunft zu wählen.....	104
Abb. 70: Kauf von lokalen Produkten während des Urlaubs	105
Abb. 71: Kauf von lokalen Produkten während einen Städteurlaubs.....	105
Abb. 72: Natur bewerten in einem Bild	108
Abb. 73: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Anfang der Befragung	110
Abb. 74: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Ende der Befragung	110
Abb. 75: Zustimmung zu Ökotourismus in der Großstadt, Unterschied zwischen der ersten und letzten Frage	110
Abb. 76: Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs ...	111
Abb. 77: Bereitschaft bei nur geringem Preisaufschlag die nachhaltige statt der günstigen Unterkunft zu wählen sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs	112
Abb. 78: Kauf von lokalen Produkten während des Urlaubs sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs .	112
Abb. 79: Kauf von lokalen Produkten während des Städteurlaubs sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs ...	113
Abb. 80: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Anfang der Befragung sortiert nach Nationalität.....	114
Abb. 81: Persönliche Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während einen Urlaubs.....	114
Abb. 82: Bereitschaft bei nur geringem Preisaufschlag die nachhaltige statt der günstigen Unterkunft zu wählen sortiert nach Nationalität.....	114
Abb. 83: Kauf von lokalen Produkten während des Urlaubs sortiert nach Nationalität	115
Abb. 84: Kauf von lokalen Produkten während eines Städteurlaub sortiert nach Nationalität	115

Abb. 85: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden sortiert nach Nationalität	116
Abb. 86: Gebiete, welche Natur in der Stadt darstellen sortiert nach Nationalität.....	117
Abb. 87: Bild 1 Fuchs auf Gehweg	118
Abb. 88: Bild 2 Toronto Park.....	118
Abb. 89: Bild 4 Kanal Leipzig.....	118
Abb. 90 Bild 8 Brachfläche Leipzig	118
Abb. 91: Bild 10 Wildschweine Berlin	118
Abb. 92: Bild 11 Park Wiesbaden	118
Abb. 93: Natur bewerten in Bild 2, wenn vorher Park als Natur bezeichnet	118
Abb. 94: Natur bewerten in Bild 11, wenn vorher Park als Natur bezeichnet	118
Abb. 95: Natur bewerten in Bild 8 sortiert danach, ob Brachfläche vorher als Natur bezeichnet wurde oder nicht.....	119
Abb. 96: Natur bewerten in Bild 1 sortiert nach Wohnortgröße	119
Abb. 97: Natur bewerten in Bild 1 sortiert nach Wohnortgröße	120
Abb. 98: Natur bewerten in Bild 4 sortiert nach Wohnortgröße	120
Abb. 99: Natur bewerten in Bild 4 sortiert nach Wohnortgröße	120
Abb. 100: Natur bewerten in Bild 10 sortiert nach Wohnortgröße	121
Abb. 101: Natur bewerten in Bild 10 sortiert nach Wohnortgröße	121
Abb. 102: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Anfang der Befragung sortiert nach Wohnortgröße.....	122
Abb. 103: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden sortiert nach Wohnortgröße	122
Abb. 104: Gebiete, welche Natur in der Stadt darstellen sortiert nach Wohnortgröße.....	123
Abb. 105: Internetverwendung für Reiseplanung sortiert nach Alter	124
Abb. 106: Häufigkeit der Internetverwendung für Reiseplanung sortiert nach Alter.....	124
Abb. 107: Internetverwendung während des Urlaubs sortiert nach Alter.....	125
Abb. 108: Häufigkeit der Internetverwendung während des Urlaubs sortiert nach Alter	125
Abb. 109: Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub sortiert nach Alter	126
Abb. 110: Häufigkeit der Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub sortiert nach Alter	126
Abb. 111: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden sortiert nach Alter	127

1. Einleitung

Der Tourismussektor wächst weltweit (Zimmermann 2006, S. 171), auch in Deutschland (siehe Abb. 2). Besonders der Städtetourismus in Europa hat zugelegt und Deutschland ist ebenso davon betroffen. Begünstigt wird diese Entwicklung durch die neuen günstigen Reisemöglichkeiten: Billigflieger, FlixBusMeinFernbus und Spartickets der Bahnen. Diese Angebote und günstige Unterkünfte zu finden, wurde den Kunden durch das Internet vereinfacht. Reisen können nun viel schneller und flexibler gebucht sowie Informationen eingeholt werden. Die Deutschen verreisen wieder mehr im eigenen Lande und auch die deutschen Großstädte sind ein beliebtes Ziel (siehe Abb. 4). Dieser Trend wird ebenfalls durch Billigflieger, das neue Fernbusangebot und Spartickets der Bahnen bestärkt.

Ein parallel auftretender Trend ist, dass die Kunden immer mehr Produkte kaufen, die mit *öko*, *grün* und *nachhaltig* betitelt sind. Dies ist bei Lebensmitteln, Kleidung aber auch beim Reisen der Fall. Die Industrie ist auf den Trend aufgesprungen und es gibt mittlerweile die Gefahr, dass die Begriffe sehr weitgefasst verwendet werden und dadurch ihre Bedeutung verwaschen wird.

Das neue Interesse der Kunden an nachhaltigen Reisen wird an den steigenden Touristenzahlen im Ökotourismus deutlich. Dieser wird jedoch fast ausschließlich in Entwicklungsländern oder sehr ruralen Gebieten der Industrieländer angewandt. Hauptsächlich, um Schäden des Tourismus vorzubeugen oder entgegen zu wirken. Doch auch in deutschen Großstädten entstehen Schäden und Gefahren durch Tourismus. Die Literatur behandelt dieses Thema eher stiefmütterlich, jedoch werden auf den ersten Blick bereits Probleme deutlich wie z.B. der CO²-Ausstoß von Autos und Billigfliegern sowie Feinstaub und Lärmemissionen.

Wieso also nicht das Ökotourismus-Konzept an urbane Gebiete anpassen?

Allen Ökotourismus-Definitionen ist gemein, dass sie Natur und nicht urbane Gebiete voraussetzen sowie vor allem auf Entwicklungsländer und sehr rurale Gebiete der Industrieländer ausgerichtet sind. Es kommt daher die Frage auf, warum überhaupt der Begriff Ökotourismus genommen werden sollte und nicht ein allgemeinerer, weniger definierter Begriff wie z.B. *grüner Städtetourismus* oder *nachhaltiger Städtetourismus*. Ein allgemeinerer Begriff erhöht die Gefahr, dass der Begriff zu offen und weitläufig ist und entfremdet werden könnte (Stichwort greenwashing). Mit dem Ökotourismus gibt es ein sehr gut erforschtes Konzept mit bereits erarbeiteten Prinzipien und Praxisuntersuchungen, an denen sich orientiert werden kann. Außerdem sollte der Begriff *Öko* die KundenInnen ansprechen. Es ist ein einfacher Begriff, mit dem jeder etwas anfangen können sollte, auch wenn man nicht in die Richtung der Nachhaltigkeit interessiert ist.

Es lohnt sich daher, in diese Richtung zu forschen und die Möglichkeiten zu untersuchen, angefangen bei den größten Gegenargumenten wie den Naturgebieten: Auch Städte haben Natur, wenn auch modifizierte, zu bieten.

In stark urbanisierten Ländern wie Deutschland könnte das Naturverständnis sich zusätzlich verändert (liberalisierter) haben, da durch die lange Siedlungsgeschichte auch jegliche Fläche als Kulturlandschaft zu bezeichnen ist. Ein weiterer Fokus im Ökotourismus ist die lokale Kultur und deutsche Großstädte haben sowohl ein großes Hochkultur-Angebot als auch eigene Geschichte durch das hohe Alter.

Diese beiden Faktoren sowie die vermehrten Möglichkeiten des Internets für Kunden sich zu informieren, sind genug Gründe, sich mit der Idee eines Ökotourismus in urbanen Gebieten zu beschäftigen. Dieser Ökotourismus müsste an die städtischen Gebiete angepasst werden und könnte als urbaner Ökotourismus betitelt werden.

Hieraus ergeben sich die folgenden Forschungsfragen dieser Arbeit:

Gibt es ein Konzept für urbanen Ökotourismus und wird es angewandt?

Wie kann ein urbaner Ökotourismus definiert werden?

Haben deutsche Großstädte Potential für urbanen Ökotourismus?

Würden mögliche Kunden auf einen urbanen Ökotourismus ansprechen?

Die Arbeit beschäftigt sich mit einer wenig erforschten Thematik und einem keineswegs fest definierten Begriff, daher gibt es einen sehr ausführlichen Theorieteil. Anfangs wird auf den Städtetourismus in Deutschland eingegangen: Wie er definiert ist, welche Trends er aufweist, welchen Schäden durch ihn entstehen und eine Betrachtung, wie es um den nachhaltigen Tourismus in Deutschland gestellt ist. Es folgt eine Untersuchung des Ökotourismus, wie er entstand, wie er definiert ist und welche Unterarten es gibt. Urbaner Ökotourismus ist die Verschmelzung von Ökotourismus und Städtetourismus, daher müssen beide Themen vorher deutlich geklärt werden, bevor sich mit der Idee des urbanen Ökotourismus beschäftigt werden kann.

Zuerst wird geschaut, wo der urbane Ökotourismus oder zumindest artverwandte Konzepte Erwähnung finden. Es wird vor allem auf die Wissenschaft eingegangen, aber auch die Politik und die Medien bzw. die Wirtschaft.

Abschließend kann der urbane Ökotourismus direkt behandelt werden. Es werden Hindernisse und Argumente für den urbanen Ökotourismus abgewogen und eine Definition mit Prinzipien des Konzeptes entwickelt.

Mit einem definierten urbanen Ökotourismus kann das Potential für eine Anwendung im Untersuchungsgebiet geschehen. Dies geschieht durch zwei Fallstudien in deutschen Großstädten, und zwar Leipzig und München. Diese Untersuchung erfolgt mit Literatur, statistischen Kennzahlen und Informationen aus Leitfadeninterviews mit fachbezogenen Personen aus den beiden Städten.

Es wird die Geschichte, das Image der Stadt, die für einen Tourismus wichtigen Faktoren der Stadt z.B. Infrastruktur, Grünflächen und Kultur sowie die Tourismus Kennzahlen und das Marketing betrachtet. Hieraus wird das Potential für urbanen Ökotourismus erschlossen.

Nach einer Erläuterung der angewandten Methoden in dieser Arbeit folgt die Empirie. Es wurde eine Online-Befragung durchgeführt, um das Potential für urbanen Ökotourismus bei den potentiellen Kunden zu untersuchen. Es wird jede Frage einzeln ausgewertet sowie einige Fragen mit einer zweiten verkreuzt, um eine genauere Untersuchung vorzunehmen.

Aus den Erkenntnissen und Ergebnissen der vorhergegangenen Schritte folgt das Fazit, in dem die Erkenntnisse aus der Empirie sowie der Theorie zusammengeführt und diskutiert werden.

2. Städtetourismus

2.1 Definition

Urbane Siedlungen und Städte haben BesucherInnen schon immer aus verschiedensten Gründen wie z.B. das Handeltreiben, das Besuchen von Verwandten sowie aus religiösen oder juristischen Gründen oder auch fürs Vergnügen bzw. die Freizeitgestaltung angezogen. Die Motivationen, warum Menschen Städte besuchen ist noch vielfältiger geworden, ebenso die Art der Anreise und die Art der Unterkunft. Dementsprechend ist es nicht verwunderlich, dass es verschiedene Definitionen zum Städtetourismus gibt.

Obwohl das Phänomen des Städtetourismus keineswegs neu ist, wurde dieser Tourismuskategorie erst in den 1970er Jahren im deutschsprachigen Raum im Zuge der Freizeit- und Tourismusforschung mehr Beachtung geschenkt. Inspiriert wurde dies durch die anhaltende Verstärkung Deutschlands (Landgrebe et. al. 2005, S. 9).

Viele Definitionen stammen daher aus der Zeit der späten 80er oder frühen 90er Jahren des letzten Jahrhunderts. Die Definition von Leser *„Reise in eine historisch oder kunstgeschichtliche bedeutsame oder durch ihre natürliche Lage, ihre Einkaufsmöglichkeiten oder ihr Freizeitangebot attraktive Stadt zum Zweck eines relativ kurzfristigen Aufenthalts (in der Regel 1-4 Tage). Städtetourismus wird als Individual- oder Geschäftsreise, häufig im Rahmen einer Rundreise, durchgeführt und findet häufig an Wochenenden statt.“* (Leser et. al. 1997, S. 876) und die Definition von Seitz *„die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus Reise und Aufenthalt von Personen ergeben, die für länger als 24 Stunden in Städte reisen, welche für sie weder hauptsächlich Wohn noch Arbeitsort sind“* (Seitz 1983, S. 15) sehen es beide als notwendig an, dass die BesucherInnen in der Stadt übernachten und mehr als 24 Stunden verweilen. Die Definition von Altherr *„[...] jede Form des Aufenthalts von Fremden in einer Stadt, die entweder das Gesamterlebnis Stadt oder ein geschäftliches Ereignis zum hauptsächlichsten Ziel hat, ob mit oder ohne Übernachtung.“* (Altherr et. al. 2003, S. 46) hingegen sieht eine Übernachtung nicht als notwendig an und bleibt mit dem Ausdruck *Fremder* auch relativ vage, wer als BesucherIn gelten kann.

Da für diese Arbeit die Auswirkungen der TouristInnen auf die Städte als Auslöser für die etwaige Notwendigkeit eines urbanen Ökotourismus betrachtet werden, finden sowohl die TouristInnen mit als auch ohne Übernachtung Einzug in das Verständnis von Städtetourismus dieser Arbeit. Als mögliche KundenInnen eines urbanen Ökotourismus können jedoch nur Gäste mit Übernachtung angesehen werden. Zum einen ist der Ökotourismus im klassischen Sinne auf übernachtende Gäste und nicht durchreisende BesucherInnen ausgerichtet, zum anderen ist die Unterbringung der Gäste im Ökotourismus ein großer Faktor z.B. bei der Schonung von Ressourcen und muss daher in die Überlegung beim Entwickeln eines neuen Ökotourismus Konzeptes mit einbezogenen werden.

Seitz nennt einen anderen wichtigen Punkt: Es gibt Gründe, die bestimmte Gruppen regelmäßig in die Stadt führen, wie z.B. Facharztbesuche, Geschäftspartner, nahe Verwandte, Einkaufsmöglichkeiten oder der Arbeitsplatz. Die Regelmäßigkeit führt dazu, dass die Stadt für diese Personen einen Wohn- und oder Arbeitsort darstellt. Daher werden diese Gruppen vom Verständnis eines/einer StädteTouristInnen für diese Arbeit ausgeschlossen.

Auch die Größe einer Stadt wirkt sich auf das touristische Potential aus. Laut der amtlichen Statistik der Bundesrepublik Deutschlands sind vier Gruppen zu unterscheiden: Die Landstadt mit 2.000 bis 5.000 EinwohnerInnen, die Kleinstadt mit 5.000 bis 20.000 EinwohnerInnen, die Mittelstadt mit 20.000 bis 100.000 EinwohnerInnen und die Großstadt mit mehr als 100.000 EinwohnerInnen (Gabler Wirtschaftslexikon). Diese Arbeit bezieht sich auf Großstädte, da diese durch ihre Bekanntheit das größte touristische Potential haben.

Ein ebenfalls wichtiger Faktor, der in den Definitionen genannt wird, ist die Dauer eines Urlaubsaufenthaltes. Städtereisen sind generell eher kurz und nur wenige Tage lang (Landgrebe et. al. 2005, S. 15). Dies beeinflusst die Anforderungen und Auswirkungen auf die Destination im Vergleich zu längeren Urlauben wie sie z.B. bei einem Badeurlaub am Meer üblich sind. Auch beeinflusst die kurze Verweildauer von zwei bis vier Tagen, dass urbane Destinationen vor allem am Wochenende, verlängerten Wochenenden oder Feiertagen die höchsten BesucherInnenzahlen aufweisen.

Urbane Destinationen sind im Allgemeinen besser erschlossen und weisen eine Infrastruktur auf, die BesucherInnen eine große Auswahl an Anreisemöglichkeiten bietet. Zudem sind vor allem in Großstädten verschiedenste Kategorien von Unterkünften zu finden. Im direkten Umland kann gezeltet oder ein Ferienhaus angemietet werden, es gibt Hotels verschiedenster Preisklassen von Hostels bis zu Luxushotels, private Ferienwohnungen oder sogar kostenlose Unterkünfte durch Schlafmöglichkeiten, wie durch online Plattformen wie couchsurfing.com¹. Insbesondere Großstädte bedienen eine große Anzahl an Funktionen und bieten eine Vielzahl an Angeboten. Die Größe ermöglicht das Ansiedeln von Freizeitangeboten jeglicher Art und sogar Spartenbereiche der Freizeitwirtschaft haben hier die Chance einen genügend großen KundenInnenstamm zu finden. In Städten können kulturelle Angebote wie z.B. die Oper genauso gefunden werden wie auch Betriebe z.B. Bars, die eher der leichten Unterhaltung dienen. Diese Fülle an künstlichen Attraktionen und teilweise auch natürlichen Attraktionen wie z.B. das Umland bzw. teilweise natürliche Attraktion wie ein historischer Stadtkern führt zu einer viel höheren Anzahl an Angeboten als z.B. bei einem Strandurlaub (Landgrebe et. al. 2005, S. 10).

¹ BenutzerInnen können anderen BenutzerInnen online ihr Sofa zum kostenlosen Übernachten anbieten

Durch die Angebotsvielfalt sind im Städtetourismus zahlreiche Unterkategorien gegeben (siehe Abb. 1), die von den verschiedenen Reismotiven und Anlässen herrühren.

Städtetourismus:			
Übernachtungstourismus:		Tagestourismus:	
Beruflich bedingt:	Privat bedingt:	Beruflich bedingt:	Privat bedingt:
Geschäfts-/	Städtebesuchs-/	Tagesgeschäftsreisever-	Tagesausflugsverkehr/
Dienstreiseverkehr/	Städtereiseverkehr/	kehr	Sightseeingtourismus
Geschäftstourismus	Städtetourismus i.e.S.		
i.e.S.			
Tagungs- und Kongress-	Verwandten- und Be-	Tagungs- und Kongress-	Tagesveranstaltungsver-
tourismus	kanntenbesuche	besuche	kehr
Ausstellungs- und Mes-		Ausstellungs- und Mes-	Einkaufsreiseverkehr/
setourismus		setourismus	Shoppingtourismus
Incentivetourismus			Abendbesuchsverkehr

Abb. 1: Städtetourismusformen
(Quelle: Eigene Darstellung, Daten Landgrebe et. al. 2005, S. 10)

Zusammenfassend bedeutet Städtetourismus im Sinne dieser Arbeit, dass jemand eine Stadt für wenige Stunden oder Tage besucht, der diese Destination nicht regelmäßig als Wohn- oder Arbeitsumfeld erlebt und vor Ort ein vielfältiges Angebot an Unterkünften, Infrastruktur und Freizeitangeboten findet.

2.2 Städtetourismus in Deutschland

Deutschland als Tourismusstandort ist sehr beliebt und konnte seine BesucherInnen Zahlen die in den letzten Jahren steigern (siehe Abb. 2), was auf die sehr guten Voraussetzungen zurückzuführen ist: Das Land ist international bekannt und die großen Städte wie Berlin, Frankfurt, München und Hamburg sind weltweit ein Begriff. Einzelne Sehenswürdigkeiten wie der Kölner Dom, Schloss Neuschwanstein oder das Münchener Oktoberfest sind auch weit über die Grenzen des Landes bekannt. Hierdurch werden auch internationale Gäste angesprochen. Mit seiner Lage mitten in Europa und umgeben von neun Nachbarländern, ist Deutschland auch für europäische Reisende oder BesucherInnen in Europa sehr gut gelegen. Die gute Infrastruktur mit großen Flughäfen, dem gut ausgebauten Schienennetz sowie der weltbekanntesten Autobahn begünstigt und erleichtert die Anreise von ausländischen wie auch einheimischen Gästen. Der hohe Entwicklungsstandard ist ebenfalls von Vorteil, da er Übernachtungen verschiedenster Preisklassen bietet und auch gut ausgebildetes Personal mit internationalen Sprachkenntnissen vorhanden ist.

Der hohe Entwicklungsstandard begünstigt viele künstliche Attraktionen, während zeitgleich auch natürliche Angebote für TouristInnen vorhanden sind, da das große Land mehrere Naturräume wie z.B. das Meer, die Alpen und das Mittelgebirge zu bieten hat.

Außerdem wirkt die Tatsache für das deutsche Tourismusangebot begünstigend, dass es über das gesamte Gebiet verteilt Großstädte mit jeweils eigenen touristischen Potentialen gibt.

Der Travel & Tourism Competitiveness Index 2015 des World Economic Forum ordnet Deutschland als Tourismusstandort weltweit auf Platz drei ein (Deutscher Tourismusverband 2015, S. 10).

Bei EuropäerInnen ist Deutschland seit 2010 durchgängig das zweitbeliebteste Reiseziel (BMW 2015, S. 5). Für die Reise sind Städtereisen die häufigste Motivation (33%) und das mit Ausnahme von Rundreisen (24%) sogar mit großem Abstand zu den anderen Beweggründen (BMW 2015, S. 16).

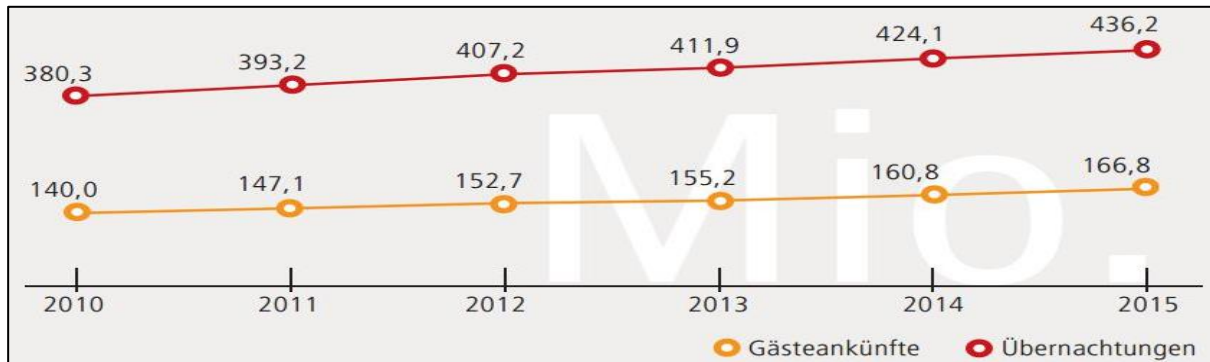


Abb. 2: Gästekünfte und Übernachtungen in Deutschland 2010 – 2015
(Quelle: DTV 2015, S. 4)

Das eigene Land ist bei den Deutschen immer noch das beliebteste Reiseziel (DTV 2015, S. 15). Einheimische machten 2014 mit 79% bei den Ankünften in Deutschland und 82% bei Übernachtungen in Deutschland den weitaus größten Anteil aus (Statistisches Bundesamt 2015, S. 611). Die Top 10 Urlaubsaktivitäten der einheimischen UrlauberInnen (siehe Abb. 3) zeigen, dass der Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten noch vor dem Aufenthalt in der Natur (z.B. Strand) steht. Sieben von den zehn Aktivitäten (siehe Abb. 3) sind ohne Frage in jeder deutschen Großstadt möglich. Der Städtetourismus in Deutschland hat also einen hohen Stellenwert. Bei der Städtetourismus Unterkategorie *Tagungen und Messen* ist Deutschland sehr gut aufgestellt.

Es gab 2015 in Deutschland 164 Messen mit 173.000 AusstellerInnen und 9,81 Mio. BesucherInnen. Bei den internationalen Kongressen stand Deutschland 2014 mit 659 weltweit sogar auf Platz zwei, hinter den USA (DTV 2015, S. 21).

Berlin gefolgt von München hat die meisten BesucherInnen (siehe Abb. 4) von den Großstädten in Deutschland und finden sich sogar unter den Top 10 der europäischen Städte wieder (siehe Abb. 5).

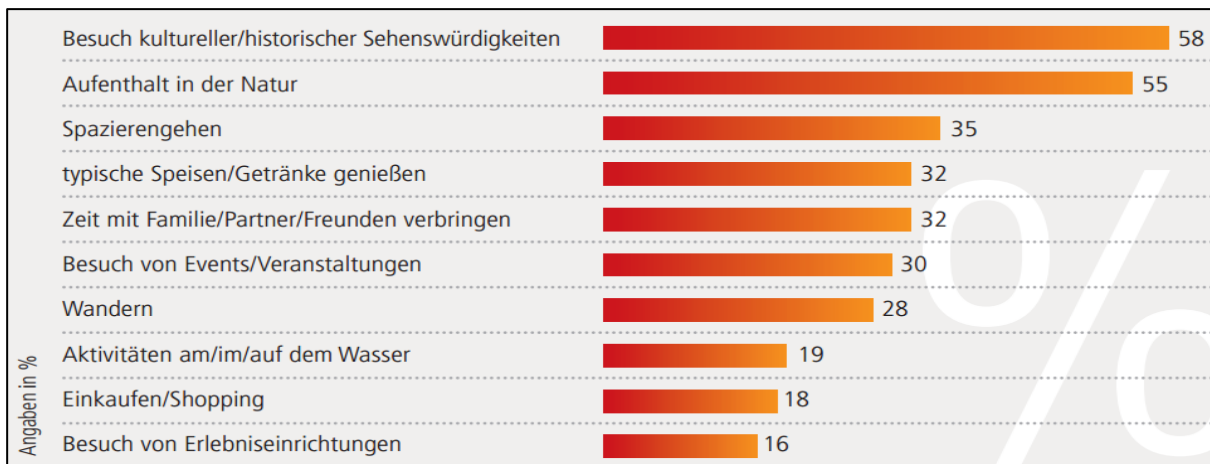


Abb. 3: Top 10 Urlaubsaktivitäten Inländer TouristInnen in Deutschland ab einer Übernachtung 2015
(Quelle: DTV 2015, S. 20)

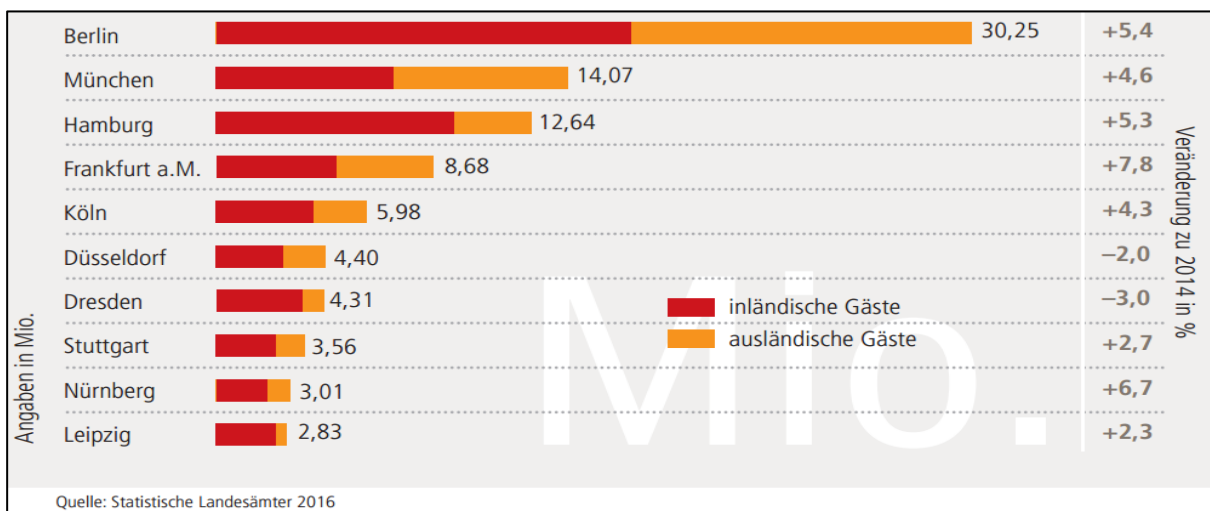


Abb. 4: Top 10 Großstädte Deutschland nach Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen 2015
(Quelle: DTV 2015, S. 8)

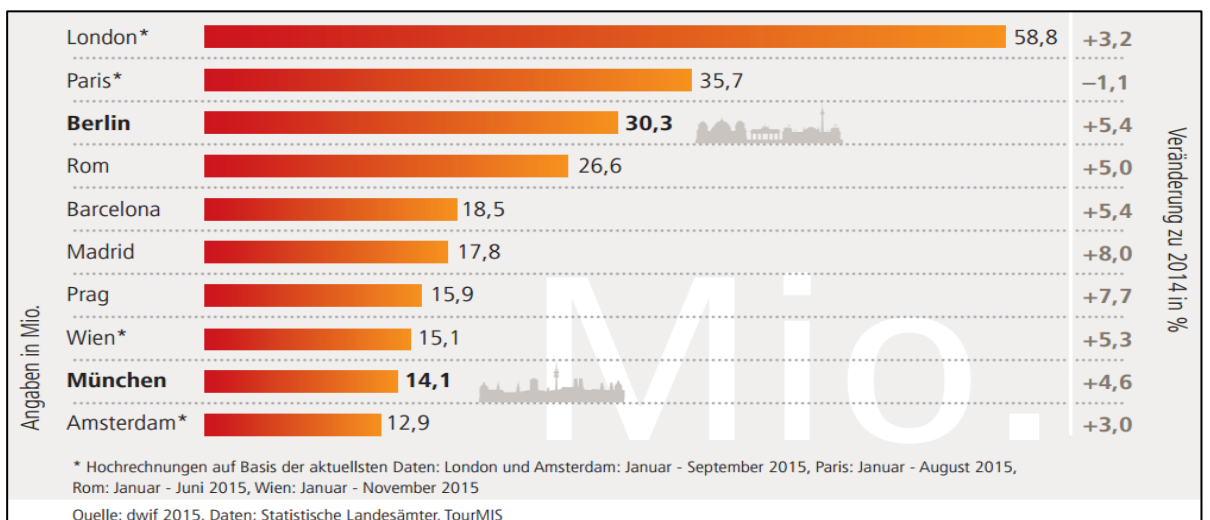


Abb. 5 Top 10 Großstädte Europa nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben einschließlich Camping 2015
(Quelle: DTV 2015, S. 12)

Bei den Unterkünften machen Hotels (und Unterkategorien davon), fast die Hälfte der Unterkunftswahl aus (siehe Abb. 6).

Bei der Anreise von einheimischen TouristInnen dominiert der PKW nach wie vor und es folgt nur mit weitem Abstand die Bahn (siehe Abb. 7). Bei europäischen Gästen dominiert der PKW ebenfalls, hat aber einen wesentlich geringeren Anteil während das Flugzeug einen wesentlich größeren Anteil einnimmt (siehe Abb. 8).

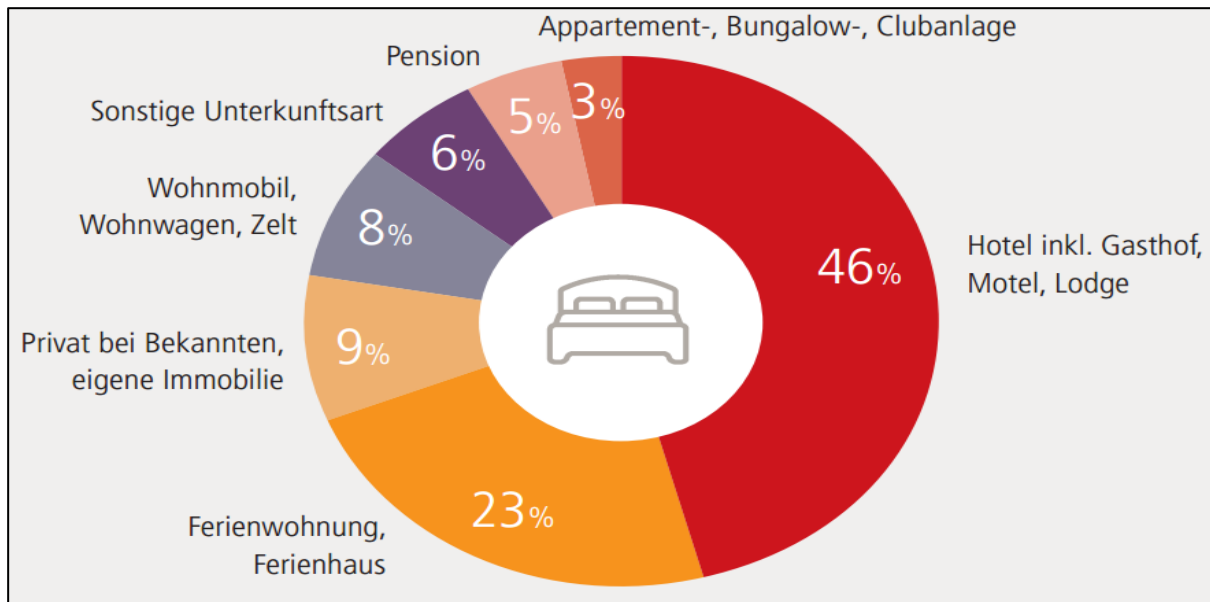


Abb. 6: Unterkunftsart der Inländer TouristInnen in Deutschland ab einer Übernachtung 2015 (Quelle: DTV 2015, S. 18)

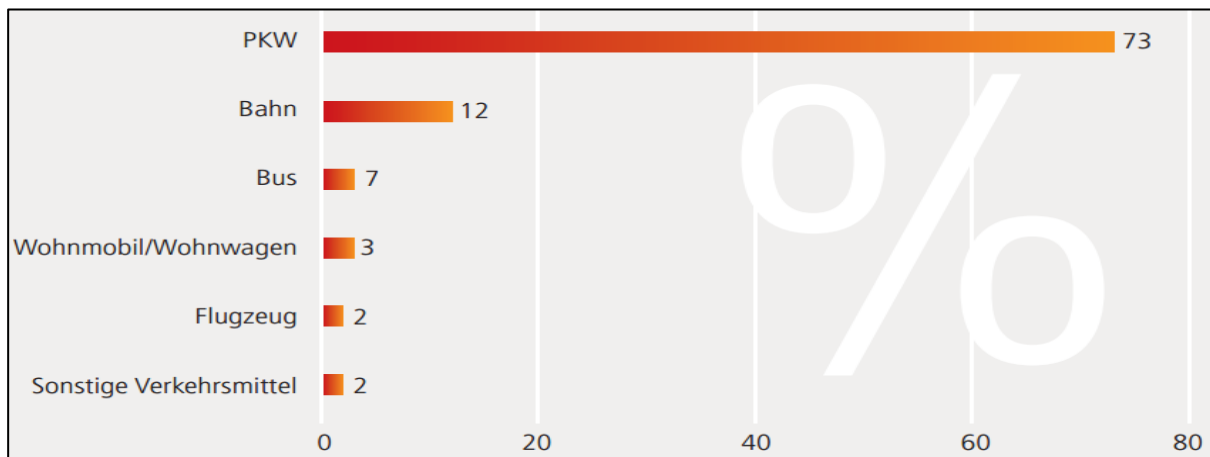


Abb. 7: Reiseformen von einheimischen TouristInnen in Deutschland, Hauptverkehrsmittel ab einer Übernachtung 2015 (Quelle: DTV 2015, S. 19)

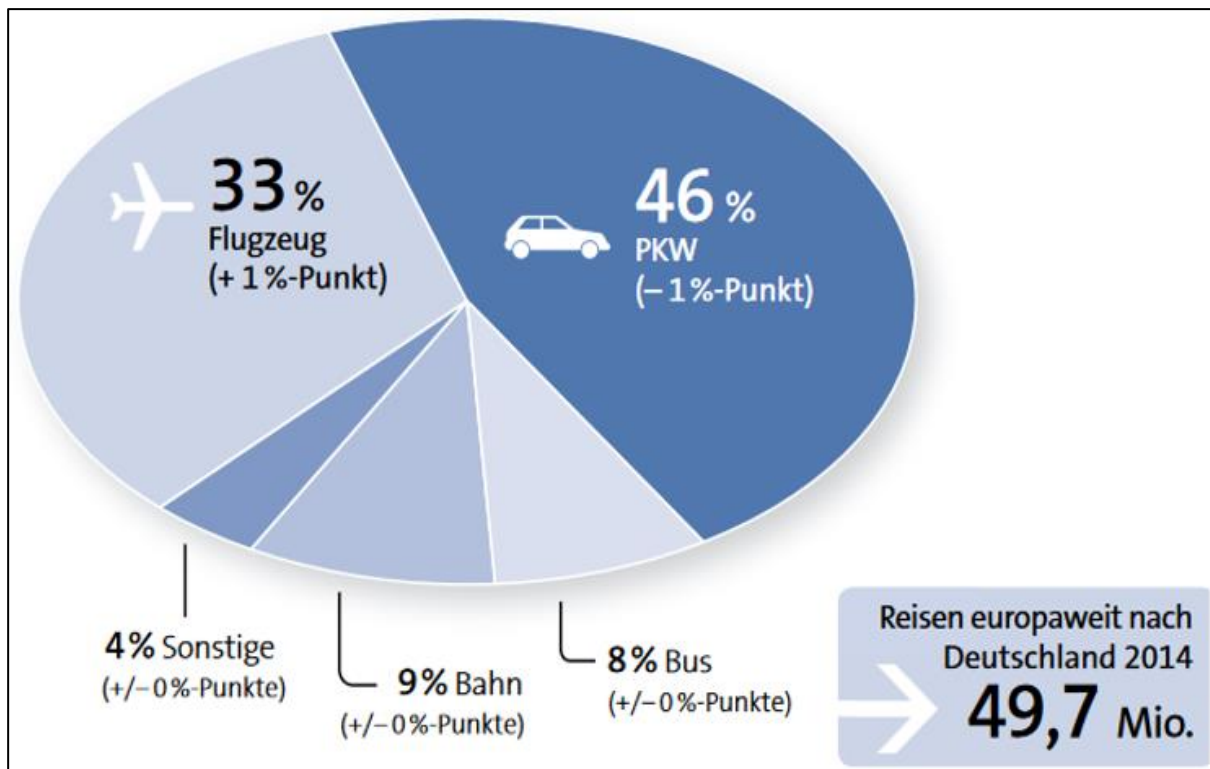


Abb. 8: Anreiseformen von europäischen TouristInnen in Deutschland, alle Reisen europaweit nach Deutschland 2014 mit Veränderung zu 2013
(Quelle: BMWI 2015, S. 17)

Der Städtetourismus kann deutlich als Trend im Tourismussektor der letzten Jahre bezeichnet werden, der von der Wirtschaftskrise nur sehr kurzzeitig negativ beeinflusst wurde. Dies ist wiederum anderen Trends zu verdanken, die den Städtetourismus begünstigen. In den letzten Jahren ist in westlichen Ländern die Stundenanzahl für Freizeit immer mehr angestiegen und zusätzlich geht der Trend zu mehreren Reisen über das Jahr verteilt statt einem einzigen langen Urlaub. So gibt es wesentlich mehr Kurz- und Tagesreisen sowie Zweit- und Dritturlaube (Deutsches Institut für Urbanistik 2011).

Der Städtetourismus mit seiner durchschnittlichen geringeren Aufenthaltsdauer profitiert von dieser Entwicklung.

Das Phänomen mehrerer Urlaube statt dem einen Sommerurlaub ist vielleicht auch der Entwicklung geschuldet, dass die Gesellschaft reiselustiger erscheint. Es wird nicht mehr nur eine geringe Auswahl an Zielen getroffen, sondern es werden möglichst viele verschiedene Ziele anvisiert. Einige Orte gelten informell in der Gesellschaft geradezu als Pflichtziele. Besonders europäische Städte sind in den letzten Jahren wieder populärer geworden. Städte wie Paris, Rom, Kopenhagen, London oder Berlin werden von vielen mindestens einmal besucht. In Europa könnte dieser Trend von dem neuen Gefühl der Zusammengehörigkeit durch die Europäische Union herrühren sowie deren Auswirkung der einfachen Grenzüberquerung und deren Auswirkungen wie grenzübergreifende Regionen sowie einer verbesserten intra- bzw. internationalen Infrastruktur.

Begünstigt werden diese Reisen vor allem durch den Trend der preiswerteren Anreise. Die Flüge sind wesentlich günstiger geworden und es gibt seit einigen Jahren Fluglinien, die sich auf Billigflüge ohne viel Komfort spezialisiert haben, wodurch die großen Fluggesellschaften zu Sonderangeboten, wie günstigen Flügen von einer europäischen Großstadt zur nächsten, gezwungen wurden. Noch jünger ist das ausgiebige Fernbus-Angebot in Europa durch z.B. *MeinFerb* bzw. *FlixBus*, das vor allem große Städte sehr günstig anfährt und zwar europaweit. Auch hier wurde Druck auf die traditionellen AnbieterInnen ausgeübt. In Folge dessen stiegen diese nun ebenfalls in das Geschäft ein, wie z.B. die ÖBB (Österreichische Bundesbahn) mit ihrer neuen *Hellö* Fernbus-Linie, oder dem Anbieten von Sonderpreisen wie die ÖBB mit der Sparschiene sowie die Deutsche Bahn mit ihrem 29 Euro-Sparpreis-Angebot.

Das Internet und seine Ausweitung über Apps auf Smartphones hilft dem Städtetourismus ebenfalls. TouristInnen können nun unabhängiger, alleine und viel schneller sowie flexibler ihre Reisen planen und buchen, was Kurztrips einfacher gestaltet. Die Fernbus Tickets beispielsweise können spontan direkt über das Handy gebucht und storniert oder umgebucht werden bis kurz vor der Abfahrt. Verbindungen sind selbst unterwegs mit Apps solcher und anderer Reise Firmen schnell herausgesucht. Neue Unterkunftsformen wie Couchsurfing oder Airbnb² sind durch das Internet erst in diesem Ausmaß möglich geworden. Auch Mitfahrgelegenheiten für günstige Reisen im PKW zu finden ist durch das Internet nun jederzeit möglich. Das Internet bietet ebenso Gelegenheit, sich über mögliche Ziele zu informieren und Städten einen Auftritt zu verschaffen. Auf Facebook oder Instagram wird für einige Städte kostenlose Werbung gemacht, wenn Nutzer ihre Urlaubsfotos und Erlebnisse von Städtetrips teilen. Selbst auf Internetseiten wie 9gag.com, die eher auf belustigende Posts amüsante sind, posten BesucherInnen immer wieder Fotos von potentiellen Reisezielen, die dann von einer weltweiten Community gesehen werden.

Mehrere und kürzere Urlaube, eine neue Reiselust der Gesellschaft, die neuen Reise Angebote sowie das Internet sind Trends und Hilfsmittel die den Städtetourismus fördern.

Deutsche Städte sind international, europaweit und im Inland als Tourismusdestination gut aufgestellt.

2.3 Schäden im Zuge des deutschen Städtetourismus

Schäden als negative Aspekte des Tourismus wurden vor allem durch den Massentourismus in Entwicklungsländern erstmals deutlich und von der Wissenschaft untersucht. Mittlerweile gibt es eine aufgeklärtere Sicht auf die Auswirkung von Tourismus und es werden sowohl die Potentiale als auch die negativen Effekte vom Tourismus anerkannt und erforscht. Vor allem die Auswirkungen von Tourismus in Entwicklungsländern wird in der Forschung thematisiert.

² Online-Plattform, wo private AnbieterInnen ein Bett, Zimmer oder ihre ganze Wohnung zwischenvermieten können

Bei Abhandlungen zu negativen Auswirkungen vom Tourismus lässt sich deutlich herauslesen, dass die AutorInnen vor allem Entwicklungs- und Schwellenländer im Hinterkopf hatten. Aus der Erkenntnis, dass Tourismus auf Zielländer im Entwicklungs- oder Schwellenstatus starken Einfluss hat, entstand auch der Wunsch der Wissenschaft nach alternativen Konzepten zum Massentourismus zu suchen wie nachhaltigen Tourismus und Ökotourismus. Diese Konzepte beziehen sich daher auch meist auf Länder dieses Entwicklungsstandes.

In diesem Kapitel sollen nun die negativen Einflüsse von städtischem Tourismus in Großstädten in Industrieländern aufgezeigt werden, da sich die vorliegende Arbeit mit deutschen Großstädten als Zielort beschäftigt.

2.3.1 Ökonomie

Die positiven wirtschaftlichen Einflüsse des Städtetourismus liegen auf der Hand. Die TouristInnen bringen Geld in die Stadt und sowohl der Einzelhandel als auch das Gastgewerbe profitieren hiervon. Zentren stark besuchter Städte könnten ohne die verstärkte Kaufkraft von TouristInnen wesentlich weniger Geschäfte unterhalten. Hierdurch entstehen auch Arbeitsplätze. Über steuerliche Abgaben profitiert die Stadt und erhält Einnahmen, die wiederherum für die BürgerInnen und die Stadtentwicklung genutzt werden können. Auf Grund der erhöhten NutzerInnenanzahl wird der Nahverkehr ausgebaut und die Infrastruktur verbessert, besonders zu den touristischen Höhepunkten, so fahren die neusten Straßenbahnen meist den Hauptbahnhof oder die Messe an (Schmude et. al. 2015, S. 96).

Es gibt jedoch auch negative bzw. kritisch zu betrachtende Einflüsse.

Der Großteil der geschaffenen Jobs ist im unteren Verdienstbereich der Dienstleistungen angesiedelt: Gastronomie, Reinigungsarbeiten oder Verkauf. So kann argumentiert werden, dass keine Jobs im oberer Gehaltsklasse geschaffen werden, die zur alleinigen Versorgung einer Person bzw. Familie ausreichen. Einnahmen gehen vor allem an den privaten Sektor und damit an den Kommune vorbei, da TagestouristInnen ohne Übernachtungen keine TouristInnen-Abgaben zahlen.

Des Weiteren sind vor allem in Großstädten immer wieder die gleichen internationalen Hotelketten mit Hauptsitz vertreten und so gehen Gelder an den Sitz dieser Firma in anderen Städten bzw. Ländern und vorbei am Standort.

Manche Geschäfte oder Dienstleistungen stellen sich direkt auf die Kundschaft von außerhalb ein, Einheimische könnten sich in der Folge unerwünscht fühlen.

An touristisch wertvollen und stark frequentierten Plätzen sind Preise für Produkte oft überdurchschnittlich hoch. Die TouristInnen sind bereit diesen Preis zu zahlen, da sie sich im Urlaub befinden, wo man sich etwas gönnt. Einheimische werden so aber in günstigere Stadtgebiete verdrängt und fühlen eventuell keine Verbindung mehr zu bekannten Plätzen ihrer Wohnstadt, da sie sich dort aus besagtem Grunde so gut wie nie aufhalten.

Auch steigen die Mietpreise an solchen Orten und Einzelhandelsflächen sowie Wohnraum werden verknappt, da tourismusorientierte Firmen den Raum nutzen (Schmude et. al. 2015, S. 97). Airbnb-Wohnungen nehmen vermehrt Platz ein und verstärken eine Wohnknappheit für AnwohnerInnen. Es kann zur Gentrifizierung kommen. Einheimische werden dadurch aus der eigenen Stadt verdrängt. In Venedig leben heute nur noch ein Drittel so viele Einwohner in der Altstadt wie 1950 (Arte 2017).

2.3.2 Ökologie

Im Städtetourismus ist es etwas schwieriger, die von TouristInnen verursachten Schäden zu erkennen, da sie anders als beim Massentourismus in Naturgegenden nicht in der Überzahl sind, sondern in der Menge der StadtbewohnerInnen und regulären BesucherInnen untergehen. Während im Naturtourismus oft erst neue Trampelpfade von den TouristInnen geschaffen werden, ist in der Stadt die Infrastruktur im Allgemeinen bereits schon ausgebaut und wird nun nur noch stärker verwendet. Bestimmte Verhaltensmuster sind jedoch bei TouristInnen anders als bei BewohnerInnen. Daher lassen sich Einflüsse der TouristInnen, wie auch vom Tourismus im Allgemeinen, durchaus erkennen.

Städte mit großem touristischen Potential verwenden einen großen Teil der Gelder, um die Stadt als Destination ansehnlicher zu machen. Einige Grünflächen wurden vor allem mit dem Ziel der optischen Aufwertung für den Tourismus angelegt und Naturdenkmäler innerhalb der Stadt oder im Umland werden besonders geschützt, um sie für den Tourismus zu erhalten. Viel größer sind jedoch die negativen Auswirkungen.

Landschaftszersiedelung ist zwar im Naturtourismus ein größeres Problem, aber auch für Städte stellt es eine Gefahr dar. Besonders am Stadtrand werden neue Flächen für große Hotels oder Ferienwohnungen erschlossen und es werden Straßen für diese angelegt bzw. bestehende Infrastrukturen müssen ausgebaut werden. Dadurch kann es vor allem im Umland zur Verunstaltung des Landschaftsbildes oder sogar Landschaftszerstörung kommen. Im Zuge der Bebauung kommt es zu einer Flächenversiegelung z.B. für Parkplätze, die auch in der Innenstadt gebraucht werden (Schmude 2015, S. 98).

Der vermehrte PKW-Verkehr führt zu Lärm-Emissionen und verschmutzt die Luft, vor allem mit dem Gas CO₂ (Schmude 2015, S. 98). Der Flugverkehr führt ebenso zur örtlichen Verschlechterung der Luftqualität (Müller 2007, S. 112).

Ähnlich wie im Naturtourismus können auch in Städten die TouristInnen die Flora und Fauna durch das Niedertrampeln oder Pflücken von Pflanzen sowie die Lärmemissionen gefährden.

*Littering*³ oder auch *Vermüllung*, ist ein großes Problem in Städten im Allgemeinen. TouristInnen haben noch weniger Bezug zu den Orten als Einheimische, da sie ihn nicht als eigenen Wohn- und langfristigen Alltagsraum wahrnehmen und neigen daher vielleicht eher dazu Abfall unrechtmäßig zu entsorgen. Besonders vielbesuchte Orte laufen Gefahr zu vermüllen. Der Erzherzog-Johann-Brunnen in der Grazer Altstadt z.B. ist jeden Tag mit Müll gefüllt. In solchen Gebieten wird der Müll jedoch auf Grund der Ansehnlichkeit in der Regel täglich oder zeitnah entfernt. An abgelegenen Orten wie dem direkten Umland, z.B. an Rastplätzen, Bänken sowie Aussichtsplattformen oder Grünflächen im Stadtgebiet ist dies oft nicht der Fall und so kommt es zu einem negativen Einfluss auf die lokale Ökologie.

Nicht direkt auf die Destination, sondern auf das weltweite Klima bezogen, ist natürlich der CO₂ Ausstoß im Zuge der An- und Abreise sowie der Verkehr im Zuge des Aufenthaltes ein großes Problem. Vor allem bei Einheimischen, aber auch internationalen TouristInnen ist im deutschen Städtetourismus der PKW als Fortbewegungsmittel sehr beliebt (siehe Abb. 7 und Abb. 8) und diese nutzen zum jetzigen Zeitpunkt noch fast ausschließlich fossile Brennstoffen, die in CO₂ umgewandelt werden. Die Flugzeuge haben einen enormen CO₂-Ausstoß und werden durch den genannten Trend der Billigflüge auch für Kurzstrecken (siehe 2.2 Städtetourismus in Deutschland) genutzt, wodurch der gesamte Ausstoß in Summe stark gestiegen ist. Ein Flug von Helsinki nach Paris beispielsweise stößt 1,26 Tonnen CO₂ aus, was erst recht viel wirkt, wenn man bedenkt, dass ein Mensch aus Moldawien in einem Jahr durchschnittlich 1,3 Tonnen CO₂ ausstößt durch seinen Verbrauch bzw. ein Franzose 5,6 Tonnen CO₂ (Fischer 2014, S. 29). Die zentrale Rolle des CO₂ im Treibhauseffekt bedingt, dass die Folgen des Tourismusverkehrs sich global auswirken und eine Erwärmung des Weltklimas trifft somit auch den Standort Deutschland (Müller 2007, S. 123). Wetterextreme wie Hitzewellen können hierdurch zahlreicher werden und Städte nehmen durch ihre Flächen mit niedriger Albedo viel Sonnenenergie auf und erhitzen sich stark im Sommer. Die starke Bebauung führt zu einem schlechten Durchlüften der Stadt und stickiger Luft. Andere Wetterextreme wie starke Regenfälle treffen Großstädte ebenfalls, weil die Versiegelung der Stadtfläche die Wassermassen nicht schnell genug absickern lässt.

2.3.3 Sozial und kulturell

Die erhöhte BesucherInnenfrequenz durch TouristInnen kann sich sehr positiv auf das Angebot einer Stadt auswirken, was den BewohnerInnen zu Gute kommt. Kulturelle Einrichtungen wie z.B. das Theater oder auch Freizeitangebote wie ein Vergnügungspark sind abhängig von einer großen Anzahl potentieller BesucherInnen und können nur so erhalten werden.

³ Der Akt unbedacht oder mit Absicht Abfall an öffentlichen Plätzen, Verkehrswegen oder Parks liegen zu lassen oder unordnungsgemäß wegzuschmeißen sowie für Verunreinigungen dieser Plätze zu sorgen (BAFU 2011, S. 24),

Dessen sind sich die StadtbewohnerInnen jedoch nicht immer bewusst und fühlen sich manchmal vielleicht sogar von den TouristInnen gestört, weil diese Angebote bzw. Attraktionen zu Stoßzeiten durch TouristInnen besetzt und für die StadtbewohnerInnen nicht mehr zugänglich sind. Ebenso wird der öffentliche Nahverkehr in seinen Einnahmen durch die TouristInnen zwar unterstützt, es kann die Einheimischen aber stören, wenn bestimmte Linien überfüllt sind. Auch bekannte Plätze einer Stadt werden zu bestimmten Zeiten von TouristInnen derart eingenommen, dass StadtbewohnerInnen diese meiden. Ganze Innenstädte können zu den Tourismushochzeiten so überfüllt sein, dass sie von den EinwohnerInnen nicht mehr als Lebensraum, sondern nur noch als eine Kulisse für TouristInnen wahrgenommen werden. Beispiele hierfür sind die Innenstadt von Bad Ischl zur Sommerzeit, die Leipziger Innenstadt zur Buchmesse im März oder Dubrovnik mit Beginn des Frühsommers. Bestimmte Sightseeing Plätze einer Stadt können von den StadtbewohnerInnen durch TouristInnengruppen und Souvenirläden verfremdet wahrgenommen werden, so dass diese gänzlich gemieden und nicht mehr als Teil der Lebenswelt wahrgenommen werden. Und auch Freizeitgebiete, wie z.B. der Park können so stark von den TouristInnen besucht werden, dass es zu Nutzungskonflikten mit den StadtbewohnerInnen kommen kann, die diese Grünfläche eigentlich als Regenerationsfläche nutzen. So ist der Mur Radweg im Süden der Stadt Graz an bestimmten Sommertagen z.B. von FahrradtouristInnen derart stark befahren, dass ein entspanntes Spaziergehen dort schwierig wird. (Schmude et. al. 2015, S. 102)

Die BesucherInnen werden damit als negativ angesehen, da sie Plätze für sich einnehmen und zu einer Art Störfaktor in anderen Stadtgebieten werden. Auch die mitunter andere Kultur oder andere Sprache der TouristInnen können ein Gefühl hervorrufen, dass manche StadtbewohnerInnen als befremdlich empfinden.

Einige Gruppen von TouristInnen verstärken diese Antisymphathien durch ihr Verhalten. Party-UrlauberInnen fallen durch lautes und respektloses Verhalten auf. Als im Sommer 2014 in Barcelona drei Italiener nackt durch die Stadt liefen, gingen die folgenden Tage zahlreiche Einheimische auf die Straße und protestierten spontan für Maßnahmen gegen die Problematik mit den betrunkenen TouristInnen (Ashifa 2014). Seitdem gibt es eine Protestbewegung, die unter anderem Graffiti mit Slogans wie „*Go Home Tourist*“ und „*Tourist respect or die*“ verwendet (Arte 2017). Die Stadtregierung zog Konsequenzen daraus und erließ in diesem Jahr eine Verordnung, welche das Stadtgebiet in Zonen einteilt, in denen je nach Gebiet keine neuen oder nur wenigen neue Unterkünfte entstehen dürfen (The Local).

Eine jede Tourismusdestination steht in Konkurrenz mit anderen Destinationen und muss daher mit Alleinstellungsmerkmalen werben. Neben Sightseeing Objekten und Attraktionen sind das auch kulturelle Eigenheiten der Stadt bzw. Region. Hier kann es aber dazu kommen, dass ein populärer Teil der Kultur herausgenommen und für die Vermarktung kommerzialisiert wird (Schmied et. al. 2009, S. 21).

Dadurch wird der Kultur kein Respekt gezollt und Bräuche oder Traditionen können stark verändert werden. Das Oktoberfest wäre ein Beispiel, wo eine Tradition dermaßen vermarktet und von den TouristInnen angenommen wurde, dass Einheimische es nicht mehr wiedererkennen und teilweise beschämt oder genervt sind, darauf angesprochen zu werden.

Solche kulturellen Eigenheiten einer Region werden genutzt um diese zu vermarkten. Durch die eben beschriebene Verzerrung von Kultur kann es nun zu einem falschen Bild nach außen kommen mit dem sich die Einheimischen nicht identifizieren.

Der Respekt vor der Kultur und der richtige Umgang damit ist wichtig, um keine Verfremdung zu erzeugen oder die Einheimischen gegen die TouristInnen aufzubringen. Dieser mögliche Konflikt zwischen den Kulturen wird in der Forschung vor allem in Entwicklungsländern gesehen (Schmude 2015, S. 102). In europäischen Städten sind die Bewohner seit langem dem Tourismus und BesucherInnen aus aller Welt ausgesetzt und auch die BewohnerInnen selbst in Großstädten bestehen heutzutage aus einem breiten Mix an Kulturen. Zudem sind StadtbewohnerInnen traditionell offener gegenüber Neuem und anderen Kulturen. Trotzdem kann es auch hier zu Problemen kommen, wenn heimische Normen missachtet werden oder z.B. eine Vielzahl der BesucherInnen aus einem bestimmten Kulturkreis kommen und dadurch sehr prägend sind.

Die Kultur vor Ort muss von den TouristInnen also sehr respektvoll behandelt werden. Kriegs- und Opferdenkmäler beispielsweise sollten nicht von TouristInnen für belustigende Selfies verwendet werden, da dies Einheimische verletzen könnte. Ein Beispiel wäre das Holocaust-Denkmal in Berlin auf dessen Steinen die TouristInnen herumspringen und so dem Denkmal keinen Respekt zollen (Sächsische Zeitung 2014) und bei online Plattformen wie Instagram Fotos davon mit unpassenden Hashtags darunter posten (Brehl 2013). Ein Blog widmete sich diesen Instagram-Posts unter dem Hashtag *yolocaust* und ersetzte den Hintergrund mit Bildern von Konzentrationslagern, um aufzuklären (Yolocaust).

Das Betreten oder Erklimmen von Denkmälern für Fotos ist auch in anderen Städten ein Problem, wie z.B. beim Völkerschlachtdenkmal in Leipzig. Ein solches Verhalten gefährdet zudem die Struktur der Denkmäler und kann diese beschädigen.

2.4 Nachhaltiger Tourismus als Thema in Deutschland

Der Trend zu grünen und fairen Produkten hat sich schon seit Längerem von Nahrungsmitteln und Bekleidung auf Dienstleistungen übertragen. Auch im deutschen Tourismusmarkt ist das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger geworden.

In einer Erhebung von 2014 für das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit zeigten 31% der Befragten, dass für sie ökologische Verträglichkeit ein wichtiger Faktor ist und 38% gerne sozialverträglich verreisen wollen. Die selbe Befragung sagt aus, dass 28% der deutschen Bevölkerung (19,4 Millionen) sich für ökologisch und sozial verträgliche Urlaubsreisen interessieren.

Die Gruppe setzt sich dabei aus allen sozialen Schichten zusammen, wobei es einen Schwerpunkt bei Personen oberer sozialer Milieus (höhere Bildung, höherer Berufsstand, höheres Einkommen) gibt (FUR 2014, S. VI).

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung zum Beispiel nennt nachhaltigen Tourismus als ein Werkzeug, um die lokale Wirtschaft zu fördern, einhergehend damit Arbeitsplätze zu schaffen, Infrastrukturen auf- und auszubauen sowie Naturschätze zu schützen (BMZ). Als Einsatzgebiet werden aber Entwicklungsländer und nicht-europäische Länder genannt.

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit hingegen nennt eine intakte Natur und Landschaft als ein attraktives Angebot für den Tourismus und plädiert daher für einen schonenden Umgang mit den Naturräumen und den Ressourcen durch das richtige Reise- und Freizeitverhalten. Um diese Schutzfunktion des Tourismus auszuüben, muss dieser auf ein nachhaltiges Wirtschaften ausgerichtet sein und daher auf Ressourceneffizienz sowie Klimaschutz setzen. Und zwar in Deutschland, da es das von den Deutschen meistbesuchte Land ist und der Tourismus in Deutschland einer der umsatzstärksten und wachsenden Wirtschaftszweige ist. (BMUB1)

Im Zuge dessen gibt es von staatlicher Seite in Deutschland viele Projekte, die dahingehend unterstützt werden. Auf der Internetseite *naturtrip.org*, welche von der nationalen Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit gefördert wird, werden naturbezogene Ausflugsziele der Umgebung angezeigt, die mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln vom Standort der BesucherInnen gut zu erreichen sind (BMUB2). Zusammenarbeitet wird auch mit dem Ö.T.E.e.V. (ökologischer Tourismus in Europa e.V.), welcher den nachhaltigen Tourismus in Europa alleine oder mit weiteren Organisationen als Partner einzelner Projekte bestärken möchte. (Ö.T.E. e.V.). Eingerichtet wurde vom gleichen Ministerium auch eine Internetseite namens *zero-impact-camps.de*, die sich vor allem an junge Reisende wendet. Hier kann der ökologische Einfluss einer Reise errechnet werden und es werden Links aufgeführt, die zu Internetseiten führen, welche ein Werkzeug für die Gestaltung einer nachhaltigeren Urlaubsreise sein können. Wichtig zu nennen ist auch die DEHOGA Energiekampagne. Hier werden in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband Tipps für den Hotellerie- und Gastronomiebetrieb gegeben, wie Förderung und Technik eingesetzt werden können, um energieeffizienter zu sein und Klimaschutzmaßnahmen aufzubauen (BMUB3). Hinzu kommen weitere Aktionen wie thematische Tagungen z.B. zum nachhaltigen Tourismus in den Alpen (BMUB1). Erstmals 2012/13 und nun erneut 2017 vergibt die Bundesrepublik einen Preis für die nachhaltigste Tourismusregion in Deutschland (Bundeswettbewerb). Die ausgezeichneten Regionen sollen sich durch folgende Faktoren hervorheben:

Effizient mit Ressourcen umgehen, sich dem Schutz der Biodiversität sowie des Natur- und Kulturerbes verpflichten, die Nachhaltigkeitsprinzipien fest in ihrer Strategie verankert haben und diese in Angeboten sowie Initiativen umgesetzt haben (Bundeswettbewerb). Bei dem ersten Wettbewerb gewann die Uckermark, die unter anderem mit 85% klimaneutralen Betten auffiel (Deutschland). Im Jahre 2017 sind unter den Finalisten unter anderem die Nordseeinsel Juist, die Stadt Celle und das Biosphärengebiet Bliesgau (Bundeswettbewerb).

Auch wenn nicht ausschließlich für den Tourismus gedacht oder dafür errichtet, unterhält der deutsche Staat viele Gebiete, die als ideales Ausflugsziel für nachhaltigen Tourismus zu sehen sind. Diese Gebiete haben besondere Auflagen, was den Umgang mit der Landschaft und der Natur betrifft und zielen darauf ab, diese zu konservieren und zu schützen bzw. wiederaufzubauen. Das sind die 17 Biosphärenreservate (15 von der UNESCO anerkannt), die 16 Nationalparks, die über hundert Naturparks sowie das Grüne Band, welches das ehemalige innerdeutsche Grenzgebiet bezeichnet (BMUB4).

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit weißt ebenfalls auf nachhaltigen Tourismus als wichtigen Faktor hin, fokussiert dabei aber auch Deutschland mit der Begründung, dass es für deutsche TouristInnen das beliebteste Reiseziel ist und Tourismus eine wichtige Rolle beim Schutz von Natur, Landschaft, Umwelt und Ressourcen spielen kann (BMUB1). Auf der Internetseite ist zudem ein PDF Dokument, das gemeinsam mit anderen deutschen Tourismus Organisationen veröffentlicht wurde und Nachhaltigkeit mit den drei Dimensionen (Ökonomie, Ökologie und Sozial) erklärt. Weiter zeigt es Projekte von nachhaltigem Tourismus von der EU (Europäische Union) auf und gibt Rat, wie Nachhaltigkeit in touristische Projekte integriert werden kann. Das Dokument scheint mehr an öffentliche TouristInnen-Organisationen gerichtet zu sein und weniger an die freie Wirtschaft, da es sehr stark auf öffentliche Partizipation eingeht sowie die Wichtigkeit anderer Konzepte hervorhebt, wie die richtige Kommunikation und Nachhaltigkeit.

Ein staatlicher Einfluss auf die freie Wirtschaft könnte sein, dass der Staat den Verkehr stark beeinflusst. So ist der öffentliche Zugverkehr staatlich beeinflusst, da die Bundesrepublik Deutschland immer noch Alleineigentümer der Deutschen Bahn AG ist. Wobei die Deutsche Bahn AG durch ihre Privatisierung marktwirtschaftliche Ziele priorisiert verfolgt und wenig in Anspruch genommenen Strecken in Urlaubsgebieten teilweise streicht (Becker, S. 234). Preise für Flugtickets werden durch Steuern mitreguliert und der Markt für Fernbusse wurde erst 2013 in Deutschland geöffnet (Focus 2012).

Der NABU (Naturschutzbund Deutschland) als einer der größten Akteure im Naturschutz in Deutschland informiert ebenfalls über interne Projekte oder solche, die von ihm unterstützt werden und nachhaltigen Tourismus zum Thema haben, allerdings erneut in Entwicklungsländern und nicht Deutschland (NABU).

Der staatliche Einfluss liegt stärker auf der regionalen Ebene. In Deutschland sind alle 13 Bundesländer (die drei Stadtstaaten sind in sich nicht unterteilt) in Unterregionen unterteilt, welche jeweils ein staatlich finanziertes Zentrum für die Regionalentwicklung haben. In den letzten Jahren ist diesen Zentren die Bedeutung der Vermarktung der Regionen und von Marketing, um die Region für InvestorenInnen und neue EinwohnerInnen attraktiver zu machen, klarer geworden. Das Marketing beeinflusst, wie eine Region von außen und damit eben auch von TouristInnen gesehen wird. Alle Maßnahmen zum Naturschutz einer Region spielen somit auch in der Wahrnehmung der TouristInnen eine Rolle. Es gibt keine gesonderten Regeln für Nachhaltigkeit im Tourismus, aber Nachhaltigkeit hat sich in der deutschen Raumordnung als Konzeption durchgesetzt und so werden für Tourismusprojekte die Grundsätze und Zielsetzungen der Landes- und Regionalplanung verwendet (BMUB3).

Auf der lokalen Ebene haben die meisten großen Städte eine Organisation gegründet, die sich mit dem Tourismus beschäftigt und entscheidet, welche Faktoren und Ressourcen der Destination angepriesen, beworben und genutzt werden.

Neben diesen Einflussfaktoren des Staates in Deutschland ist der Tourismussektor ein Teil der freien Wirtschaft und funktioniert nach dem Prinzip des Angebots und der Nachfrage. Ökotourismus wird in Deutschland durchaus stark beworben, allerdings vor allem für Destinationen außerhalb Deutschlands - vorwiegend in Entwicklungsländern. Die Nachfrage nach nachhaltigem Tourismus wird mit anderen Strömungen zusammen gemischt wie dem Trend nach fairen, grünen und biologischen Produkten und einem großen Trend in Deutschland sich grün und nachhaltig zu verhalten. Ökotourismus-Angebote innerhalb Deutschlands sind eher spärlich vorhanden. Womöglich, weil diese Form des Tourismus eher in großen, naturbelassenen Gebieten angeboten wird und Deutschland davon wenige hat, da es eines der am dichtest besiedelten Länder Europas ist. Das Land wurde vor tausenden von Jahren erstmals besiedelt und hat daher je nach Definition wenig bis gar keine unberührte Natur zu bieten.

Immerhin existieren deutsche Internetseiten wie *atomsfair.de* und *myclimate.org/de* welche Tipps und Ratschläge geben, wie man eine Reise weniger schädlich gestalten kann. Andere Internetseiten führen buchbare Angebote für nachhaltigen Tourismus auf der abwechselnd *Öko*, *Sanft*, *Grün* oder *Bio* genannt wird. Einige Beispiele sind: *weltweit-urlaub.de*, *biohotels.de*, *ecoferien.de*, *oekoportal.de*, *bio.de*, *bio-natur-urlaub.de* und *green-travel.de*. Die Internetseiten ähneln sich in ihrem Aufbau: Auf der Startseite wird die Wichtigkeit von grünem, nachhaltigem oder Ökotourismus erklärt (hierbei liegt die Konzentration auf dem ökologischen Aspekt), die Farbgebung weist vor allem Grüntöne auf und die verwendeten Bilder zeigen großartige Naturlandschaften. Die restliche Internetseite listet vor allem Angebote fürs Reisen auf. Die Offerten sind dabei nicht nach Qualität, Nachhaltigkeit oder Prinzipien sortiert, sondern nach Preis und Destination. Interessanterweise sind die Anfahrt und Aktivitäten vor Ort selten inkludiert.

Es werden lediglich mögliche Aktivitäten in Nähe der Destination aufgelistet, wobei diese nicht an nachhaltigen Tourismus-Konzepten orientiert sind, sondern lediglich typische Attraktionen wie Strände, Museen, Zoos oder Berge sind. Der Fokus der Internetseite liegt stark auf der Auflistung von buchbaren Unterkünften. Die BesucherInnen können dabei nicht erkennen, warum diese Unterkünfte in die Auflistung mit aufgenommen wurden, also warum diese öko, sanft, grün oder nachhaltig sein sollten.

Eine kleine Ausnahme sind die Internetseiten *ostsee24.de* und *nordsee24.de*, welche zumindest einen Bereich aufweisen, wo darüber informiert wird, wie man umweltfreundlicher Anreisen kann und die Internetseite. *viabono.de*. Viabono ist ein 2002 gegründeter Verein, der 18 Vollmitglieder wie z.B. den ADAC, den DTV sowie den deutschen Naturschutzring und mehrere weitere Partnerorganisationen hat. Der Verein möchte nachhaltigen Tourismus fördern und das Angebot erweitern (Viabono2). Hierfür unterhält er die Internetseite., auf der Unterkünfte und Unternehmungen nach Regionen sortiert gesucht werden können. Aufgezeigt werden in der Suche nur Betriebe, die den Ansprüchen des Viabono-Zertifikats entsprechen. Dadurch wissen die BesucherInnen der Internetseite, welchen Standards die AnbieterInnen entsprechen, zumindest, wenn sie die Ansprüche hierfür auf der Internetseite durchlesen. Die Ansprüche bestehen dabei aus Fragen nach Maßnahmen, welche in einem Fragebogen ausgefüllt werden und Kennzahlen aus den vier Bereichen Abfall, Energie, Lebensmittel und (Ab-)Wasser enthalten (Viabono1).

3. Ökotourismus

3.1 Entstehung und Definitionen

Die ersten Gedanken in Richtung ökologischem Tourismus kamen 1965 auf (Baumgartner 2008, S. 12). Diese vermischten in den folgenden Jahrzehnten mit dem allgemeinen Gedanken an Nachhaltigkeit im Tourismus. International kam es Mitte der 1980er zu ersten angesehenen Definitionen von Ökotourismus, wie der vom mexikanischen Forscher Hector Ceballos-Lascuáin, welche zwei Kernelemente enthält: Das Reisen an eine Natur basierte Destination und die Wertschätzung dieser (siehe Abb. 9). Während der 1980er wurde Ökotourismus vor allem als small-scale angesehen (Lawron und Weaver, S. 41). Im Jahre 1990 kam eine weitere wichtige Definition von der ersten Ökotourismus-Organisation *TIES (The International Ecotourism Society)* hinzu: „*Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people.*“ (Honey 2008, S. 6) und erweiterte das Verständnis von Ökotourismus um den Faktor des Wohlbefindens der einheimischen Bevölkerung. Das Verständnis von Ökotourismus als Urlaub in Schutzgebieten erweiterte sich zu Urlaub in naturnahen Gebieten und wurde dann um die soziale Komponente erweitert (Baumgartner 2008, S. 12). Nicht nur die Natur stand im Fokus, sondern auch die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung. In den 1990er Jahren kamen zahlreiche Definitionen zum Ökotourismus auf und legten unterschiedliche Schwerpunkte fest bzw. zeigten ein unterschiedliches Verständnis der Thematik (Viabono2).

Allen Definitionen gemein ist, dass als Destination eine Naturlandschaft vorausgesetzt wird, ähnlich dem nature-based tourism, welcher sogar vom australischen *Commonwealth Department of Tourism* als Grundlage des Ökotourismus genannt wird. Die Definitionen aus den frühen 1990er Jahren von *Cater*, dem *Commonwealth Department of Tourism* und *Valentine* bleiben beim Natur-Begriff und bringen *education* (Aufklärung, Wissenserweiterung, Lernen), *low impact* (wenig schädlich, so wenig Einfluss wie möglich) und *benefits* (Geld) als Begriffe ein. Es soll die örtliche Natur so wenig wie möglich beschädigt bzw. beeinflusst werden, sich über diese informiert und über Natur sowie Naturschutz gelernt und aufgeklärt werden, als auch Geld für Naturschutzprogramme zusammengebracht werden. Spätere Definitionen greifen den Gedanken aus der Definition von *Ceballos-Lascuáin* auf und erwähnen nach der Natur auch die lokale Kultur als Begriff. Diese soll je nach Definition auch geschützt und wahrgenommen werden sowie finanziell von dem Tourismus profitieren. Als dritter Faktor kann Nachhaltigkeit genannt werden. Auch wenn nur selten direkt erwähnt, wie in der Definition des *Commonwealth Department of Tourism*, ist sie in so gut wie allen Definitionen indirekt vorhanden, durch den geforderten behutsamen, fördernden Umgang mit der Natur und der lokalen Kultur (siehe Abb. 9).

Ähnlich unterteilt Weaver den Ökotourismus in drei Teile: *attractions* (Sehenswürdigkeit), *interaction* (Interaktion) und *sustainability* (Nachhaltigkeit) (Weaver 2008, S. 192f).

Diese drei Teile gruppieren sehr gut die Faktoren, welche als Anforderungen in den verschiedenen Definitionen immer wieder angeführt werden.

Attraction erfasst die Sehenswürdigkeit, also die Motivation, warum eine Destination bereist wird. Weaver führt hier zwei Kriterien an, einmal nature-based (Natur) und für manche Definitionen auch cultural (lokale Kultur). Bei der Natur kann die Sehenswürdigkeit sowohl das gesamte örtliche Ökosystem wie z.B. der Regenwald sein oder aber ausgewählte Komponenten, wie z.B. eine Tierart wie z.B. Elefanten, eine Pflanze oder einzelne Vorzüge einer Landschaft wie z.B. Gesteinsformationen. Bei der Kultur können örtliche Bräuche, Sprachen und Architektur als Sehenswürdigkeit dienen. (Weaver 2008, S. 192 und 193)

Interaction meint den Umgang der TouristInnen mit der Destination. Die Motivation für die Anreise sollte sein, etwas zu lernen und sein Wissen über die genannten attractions zu erweitern. (Weaver 2008, S. 193)

Sustainability meint ökologische und soziokulturelle Nachhaltigkeit. Der Aufenthalt soll derart gestaltet werden, dass dieser möglichst nachhaltig und wenig schädlich für die Destination in Form von örtlicher Kultur und Natur ist. (Weaver 2008, S. 193 und 194)

Je nach Intensivierung der drei Teile kann von hard oder soft Ökotourismus gesprochen werden. Hard beschreibt Reisen, die vor allem in kleinen Gruppen und an sehr unberührten Orten mit wenig Service stattfinden, aber mit viel Interesse der Reisenden. Soft beschreibt das Gegenteil bzw. die abgeschwächte Version und umfasst Reisen mit größeren Gruppen, die eher ein moderates Interesse an der Natur und Kultur vor Ort mitbringen und einen gewissen Komfort erwarten (Lawton und Weaver 2000, S. 40).

Weaver hat für beide Seiten Kriterien aufgeführt (siehe Abb. 10), welches einer idealen Aufteilung in zwei gegensätzlichen Gruppen entspricht. In der Praxis, wie aber auch im theoretischen Verständnis von Ökotourismus, ist der Übergang fließend. Das Verständnis geht im wissenschaftlichen Bereich weit auseinander und spiegelt sich in den zahlreichen Definitionen wieder, welche zusätzlich unterschiedliche Begriffe verwenden, von denen viele wie *benefits*, *low impact*, *sustainable*, *education*, *nature-based*, *ecologically*, *fair* und *green* ebenfalls jeweils unterschiedlich definiert und wahrgenommen werden.

International kommt erschwerend hinzu, dass sich der Ökotourismus teilweise aus unterschiedlichen Richtungen entwickelt hat. So z.B. als Alternative zum Massentourismus und damit als Antwort auf die Probleme, welche Tourismus in Entwicklungsländern verursachte oder als Werkzeug für die nachhaltige Entwicklung. Im angelsächsischen Raum wurde Ecotourism anfangs immer wieder mit dem *nature-based tourism* gleichgesetzt (Lawton und Weaver 2000, S. 38), international wurde in den 1990er Ecotourism als Sonderform des *sustainable tourism* angesehen, als Lösung für den Verlust an Biodiversität. In Deutschland kommt *Sanfter Tourismus* dem Konzept am nächsten.

Der Tourismus in Deutschland war bereits relativ nachhaltig bzw. wurde in die Richtung weiterentwickelt, da die Tourismus-AnbieterInnen die Wichtigkeit von sauberen Landschaften für ihre Wirtschaft erkannten und freiwillig Konzepte des Sanften Tourismus anwandten (Strasdas und Rein 2015, S. 30). Die internationale Zusammenarbeit dürfte dann den Begriff Ökotourismus als Übersetzung von *ecotourism* in die deutschsprachige Forschung gebracht haben und wurde daraufhin weiterentwickelt.

Im Zuge dieser Arbeit wird das Ecotourism Verständnis von Martha Honey als Grundlage für das Ökotourismus-Verständnis dienen. Diese beruft sich in ihrer Arbeit auf die Definition von TIES (The international Ecotourism society), eine 1990 gegründete gemeinnützige Organisation, welche Öffentlichkeitsarbeit für Ecotourism betreibt. Ecotourism wird definiert als „responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and involves interpretation and education“ (TIES). Unterstützt wird diese Definition durch folgende Prinzipien (TIES):

- *“Minimize physical, social, behavioral, and psychological impacts.*
- *Build environmental and cultural awareness and respect.*
- *Provide positive experiences for both visitors and hosts.*
- *Provide direct financial benefits for conservation.*
- *Generate financial benefits for both local people and private industry.*
- *Deliver memorable interpretative experiences to visitors that help raise sensitivity to host countries, political, environmental, and social climates.*
- *Design, construct and operate low-impact facilities.*
- *Recognize the rights and spiritual beliefs of the Indigenous People in your community and work in partnership with them to create empowerment.”*

Martha Honey meint, dass Ecotourism einen ganzheitlicheren Ansatz hat, indem die TeilnehmerInnen versuchen Respekt zu zeigen, lernwillig sind und sowohl die Umwelt, als auch die lokale Bevölkerung begünstigen wollen. Erkennbar wird authentischer ecotourism aus ihrer Sicht anhand von sieben Eigenschaften (Honey 2008, S. 17-19):

Involves travel to natural destinations: Die Reise sollte an Natur-Destinationen stattfinden. Diese sind entweder nur leicht oder gar nicht besiedelt und liegen meist in einem Gebiet mit besonderen Naturschutzauflagen wie z.B. einem Naturschutzpark.

Minimize impact: Schädliche Einflüsse des Tourismus durch Unterkünfte, Wege und die benötigte Infrastruktur sollen minimiert werden. Möglichkeiten hierfür sind die Benutzung recycelter und lokaler Materialien sowie die Wiederverwendung leerstehender Gebäude. Erneuerbare Energien, das ständige Recycling und die richtige Abwasser- und Abfallentsorgung sind wichtig. In der Architektur sollte darauf geachtet werden, dass Gebäude nicht zu sehr aus der lokalen Landschaft herausstechen. In der nicht materialistischen Kategorie ist es wichtig, das Verhalten der TouristInnen so zu regeln, dass sie dem Ökosystem möglichst wenig Schaden zuführen.

Builds environmental awareness: Sowohl die TouristInnen als auch die lokale Bevölkerung sollten weitergebildet werden. Beide Gruppen sollten schriftlich Verhaltensregeln erhalten, damit der negative Einfluss auf die Umwelt minimiert werden kann. Die TouristInnen sollten zusätzlich z.B. durch Lesematerial über die Destination aufgeklärt werden, um die örtliche Kultur möglichst wenig zu stören. Wichtig hierfür sind auch gut ausgebildete Guides. Um die Weiterbildung der lokalen Bevölkerung über ihr Gebiet zu gewährleisten, sollten diesen reduzierte Eintrittspreise gewährt werden, wie auch kostenlose bildungsorientierte Touren für z.B. Studierende.

Provides direct financial benefits for conservation: Der Ökotourismus hat viele Möglichkeiten für den Umweltschutz, Forschung und Weiterbildung Geld zu sammeln. Dies sollte durch Park-Eintrittsgelder, Spenden sowie Steuern und Abgaben von Hotels, Fluglinien und Flughäfen geschehen.

Provides financial benefits and empowerment for local people: Nicht nur die Zufriedenheit der Gäste steht im Vordergrund beim Ökotourismus, sondern auch das der lokalen Bevölkerung. Die Bevölkerung sollte an den Vorteilen durch den Tourismus wie z.B. eine verbesserte Infrastruktur, bessere Wasserqualität, ein breiteres Freizeitangebot und Kliniken teilhaben. Zusätzlich muss sie finanziell am Gewinn durch den Tourismus beteiligt werden und nicht nur in der Rolle der BeobachterInnen oder Angestellten das lokale Tourismusgeschäft wahrnehmen. Zum einen sollte versucht werden lokale ArbeiterInnen weiterzubilden, anstatt Fachkräfte einzufliegen, zum anderen sollten Einrichtungen des Tourismus entweder ganz oder zumindest in Partnerschaft mit der lokalen Bevölkerung geführt werden und nicht nur von ausländischen Investoren. Firmen und Einrichtungen wie Autoverleihe und Hotels, die im Besitz der örtlichen Bevölkerung sind, sollten bevorzugt Verwendung finden. Des Weiteren muss die Macht über die ökonomische und politische Kontrolle mehr in Richtung der lokalen Bevölkerung, den Kommunen gerückt werden.

Respect local culture: Tourismus bringt weltweit oft unangenehme Nebenerscheinungen wie schwarze Märkte, Prostitution und Drogenhandel. Im Ökotourismus soll dies verhindert werden und der Einfluss auf die lokale Bevölkerung und die lokale Kultur möglichst gering bleiben. Dies ist natürlich nicht einfach, da im Ökotourismus oftmals eher abgelegene Gegenden bereist werden, in denen die AnwohnerInnen relativ wenig Erfahrung in der Interaktion mit Fremden haben und durch das Geld der Reisenden eine Art Machtverschiebung ausgelöst wird. Reisende im Ökotourismus sollten sich daher bereits vor der Ankunft über Bräuche, Kleiderordnung und andere soziale Normen informieren.

Supports human rights and democratic movements: Tourismus als globale Wirtschaft, die zwangsweise Menschen verschiedener Kulturen und Länder zusammenbringt, trägt nicht automatisch zum internationalen Verständnis und Weltfrieden bei.

Massentourismus begünstigt in der Regel die Regierung des Ziellandes unabhängig davon, ob es eine demokratische Regierung ist oder nicht und weder die Reisenden noch die TouroperatorInnen interessieren sich für diese Thematik, außer ziviler Ungehorsam schlägt in Attacken auf die TouristInnen über.

Weitere Definitionen von Ökotourismus	
Cater, E. (1992): Profits from Paradise, In: Geographical Magazine, März 1992	„Any form of tourism which is based on the natural ecological attraction of a country, ranging from snorkelling off coral reefs to game viewing in savanna grasslands.“
Commonwealth Department of Tourism (1992): Australian National Ecotourism Strategy, Canberra.	„Nature-based tourism that involves education and interpretation of the natural environment and is managed to be ecologically sustainable.“
Ceballos-Lascurain, H. (1987): The Future of Ecotourism. In: Mexico Journal, Jänner 1987, S. 13–14.	„Tourism that consists of travelling to relatively undisturbed or uncontaminated natural areas with the specific objective of studying, admiring and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations.“
Ecotourism Society – TIES (1994)	„Purposeful travel to natural areas to understand the culture and natural history of the environment, taking care not to alter the integrity of the ecosystem, while producing opportunities that make the conservation of natural resources beneficial to local people.“
Fennell, D. (1999): Ecotourism. Routledge.	„A sustainable form of natural resource based tourism that focuses primarily on experiencing and learning about nature, and which is ethically managed to be low impact, non-consumptive, and locally orientated (control, benefits and scale). It typically occurs in natural areas, and should contribute to the conservation and preservation of such areas.“
Ross, S., Wall, G. (1999): Evaluating Ecotourism: the Case of North Sulawesi, Indonesia. Tourism Management, Vol. 20, Nr. 6, S. 673–682.	„Ecotourism can contribute to both conservation and development and involves, as a minimum, positive synergistic relationships between tourism, biodiversity and local people, facilitated by appropriate management.“
Valentine, P. (1993): Ecotourism and Nature Conservation. Tourism Management, Vol. 14, Nr. 2, S. 107–115.	„That kind of tourism which is: (a) based on relatively undisturbed natural areas, (b) non-damaging, non-degrading, (c) a direct contributor to the continued protection and management of the natural areas used, (d) subject to an adequate and appropriate management regime.“

Abb. 9: Definitionen von Ökotourismus
(Quelle: Baumgartner 2008, S. 13)

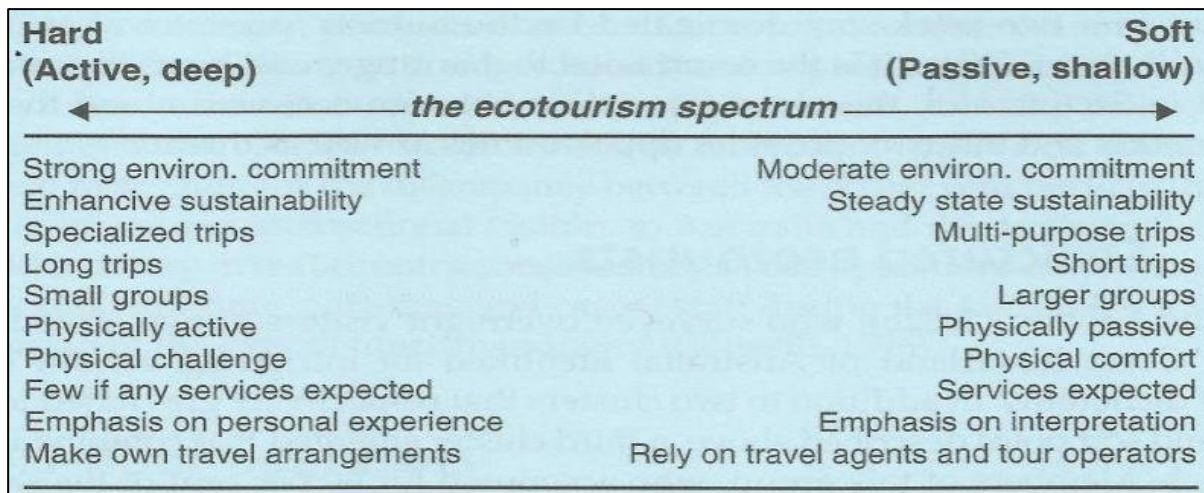


Abb. 10: Eigenschaften von hard und soft Ökotourismus nach Weaver
(Quelle: Weaver 2008, S. 195)

3.2 Einordnung im Feld des nachhaltigen Tourismus

Besonders seit der Jahrtausendwende sind viele Begriffe und Konzepte im Tourismus dazugekommen, aber auch vorher gab es bereits eine weite Bandbreite. Ökotourismus befindet sich in einem Bereich des Tourismus, der seit der Jahrhundertwende im Trend ist und stark weiterentwickelt wurde, sowohl in der Forschung, als auch in der Wirtschaft. Daher gibt es viele Tourismusformen, die sich mit dem Ökotourismus überschneiden oder diesem ähneln. Zum besseren Verständnis und zur Vorbeugung von Missverständnissen sollen hier nun die wichtigsten Tourismusformen, welche den Ökotourismus umgeben, aufgezählt, kurz definiert und ihre Verbindung zum Ökotourismus näher beleuchtet werden.

3.2.1 Naturnahe und nachhaltige Tourismusformen

Nature-based tourism

Dieser Terminus ist sehr weit gefasst und setzt Natur als Reiseziel voraus, beachtet dabei aber nicht den Umgang mit dieser. Als Reiseziel dürfen nur von der Natur bereitgestellte Attraktionen dienen wie etwa Strände, Wälder, Tiere oder Landschaften allgemein, weshalb dieser damit hauptsächlich den Städtetourismus ausschließt (Fischer 2014, S. 40).

Nature Tourism

Nature-based tourism bei dem zusätzlich der Umgang mit der Natur beachtet wird. Es gilt ein schonender Umgang mit der Natur grob nach dem Prinzip, sehen ist wichtiger als anfassen. Beispiele für Tätigkeiten sind Wandern, Fotografieren und Erkunden. (Fischer 2014, S. 40 und 41)

Conservation tourism

Urlaub in Naturschutzgebieten wie beispielsweise ein National Park, der mit den Einnahmen hilft, die Destination zu finanzieren. Kann auf Grund seiner Fokussierung auf Naturschutz als Unterkategorie des Ökotourismus gesehen werden. (Fischer 2014, S. 48 und 49)

Geotourism

Vor allem in den USA verbreitet und durch das Magazin *National Geographic* gefördert, legt dieses Tourismus-Konzept Wert auf kulturelle wie auch ökologische Verantwortung. Ressourcen sollen erhalten und Biodiversität gefördert werden. Gleichzeitig soll das lokale Erbe respektiert und TouristInnen mit Interesse an der Landschaft angesprochen werden. (National Geographic)

Responsible tourism

Aus der Nachhaltigkeitsdiskussion auf dem UNO Weltgipfel 2002 in Johannesburg hervorgegangen stellt dieses Tourismus Konzept folgende Ansprüche (Zimmermann 2016, S. 193):

- Minimierung der negativen ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen
- Größerer ökonomischer Profit für die lokale Bevölkerung
- Partizipation der lokalen Bevölkerung
- Beitrag zum Schutz des Natur- und Kulturerbes und damit Erhalt der Biodiversität
- Intensiver Kontakt mit der lokalen Bevölkerung für Verständnis der kulturellen, sozialen und ökologischen Besonderheiten
- Zugang für Menschen mit besonderen Bedürfnissen

Alternative tourism

Jeglicher Tourismus, der sich vom allgemeinen Massentourismus unterscheidet. Die Zahl der TouristInnen einer Gruppe ist hier deutlich geringer als beim Massentourismus. (Fischer 2014, S. 35)

Sanfter Tourismus

Im deutschsprachigen Raum ist der sanfte Tourismus teilweise ein Konkurrenz-Konzept zum Ökotourismus mit gegenseitigen Überschneidungen. Ähnlich dem Ökotourismus gibt es auch zum Sanften Tourismus zahlreiche unterschiedliche Definitionen, seit er in den 1970er entworfen und in den 1980er weiterentwickelt wurde. Da der Ökotourismus als Übersetzung des Ecotourism mit seinem Verständnis Ende des 20. Jahrhunderts vor allem in Entwicklungsländern und unberührten Naturlandschaften verortet wurde, während gleichzeitig Tourismus in Deutschland als wenig schädlich kategorisiert wurde, war der Sanfte Tourismus im deutschen Gebiet ein beliebtes Konzept als Alternative zum Massentourismus. Das Konzept wird dafür auf zwei Arten genutzt, entweder um Schäden von Tourismusstandorten zu reduzieren bzw. rückgängig zu machen oder um neue Tourismusangebote weniger schädlich zu entwickeln (Baumgartner 2008, S. 11).

Die Merkmale des Sanften Tourismus klingen den des Ökotourismus nicht unähnlich: Einfach, ursprünglich; an lokale Erfordernisse angepasst; extensiv und schonend; still, ruhig, langsam; sozial und kulturell verträglich; ökologisch, umweltfreundlich; wenig technisiert und motorisiert (Zimmermann 2016, S. 186 und 187).

Nachhaltiger Tourismus

Das Konzept entspringt der nachhaltigen Entwicklung, die in dem Brundtland-Report von 1987 definiert wird: Den Bedürfnissen der heutigen Generation entsprechen, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen. Für den nachhaltigen Tourismus gibt es zahlreiche Definitionen, aber eine der anerkanntesten stammt von der United Nations World Tourism Organization: „*Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities.*“ (World Tourism Organization). In der Ausführung sollte auf politisches Führungspotential, aktive Partizipation aller beteiligten AkteurInnen sowie Monitoring und ständiges Weiterentwickeln geachtet werden, um den Auflagen des Umwelt & Entwicklungs Forum von 1998 gerecht zu werden: Ethisch und sozial gerecht und kulturell angepasst; ökologisch tragfähig; wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig; langfristig ausgerichtet (international gerecht) (Zimmermann 2016, S. 187).

Nischen-Tourismusformen und neue Trends

Mit der steigenden Beliebtheit von alternativen Tourismus-Formen als Gegensatz zum Massentourismus, sind in den letzten Jahren immer neue Tourismus-Formen entwickelt und angeboten worden, die versuchen Nischen zu füllen. Viele können auf Grund ihrer schonenden Philosophie, die auf dem Gegensatz zum klassischem Massentourismus beruht als Unterformen vom Ökotourismus bedacht werden: **Adventure tourism** versucht sportliche Aktivitäten in Natur Destinationen mit örtlicher Kultur zu verbinden und so die örtliche Wirtschaft zu unterstützen. **Agritourism** oder **agro-tourism** lässt die TouristInnen an Aktivitäten in der Agrarwirtschaft wie z.B. der Ernte teilhaben und soll die örtliche Agrarwirtschaft unterstützen. **Culinary** oder **gastronomic tourism** dreht sich, wie der Name schon vermuten lässt, um Genusslebnisse, örtliche Gastronomie und Aktivitäten rund um die Gastronomie. Er kann die finanziellen Erträge der lokalen Wirtschaft steigern sowie landwirtschaftliche Diversität fördern. **Orange Tourism** umfasst Aktivitäten, die TouristInnen die lokale Kultur erleben lassen, wie z.B. Festivals und Kulturrouten. **Sharing Tourism** gilt als Überbegriff für jegliche Trends, die sich mit dem Teilen, Handeln und Austauschen beschäftigen. Revitalisiert wurde dieser Trend durch die Möglichkeiten der neuen Technologien. Gemeint sind Unterkunft, Waren, Essen, Trinken, Mobilität und Dienstleistungen. **Wellness Tourism** ist mehr auf ein individuelles Erlebnis fokussiert und hat zum Ziel das Wohlbefinden der TouristInnen zu steigern (CREST 2016).

3.2.2 Beziehungen zueinander

Die verschiedenen Tourismus-Arten und -Konzepte sind schwer zu ordnen oder in eine Hierarchie zu bringen. Es gibt verschiedene Definitionen, die beim jeweiligen Tourismus-Konzept anderer ansetzen und die Konzepte überschneiden sich untereinander.

Den Ökotourismus in feste Verbindungen zu den anderen Tourismus Formen einzusortieren fällt daher schwer und wäre nicht richtig. Lawton und Weaver ordnen z.B. den Ökotourismus dem nature-based tourism unter (siehe Abb. 11). Zimmermann meint, der Sanfte Tourismus wäre im deutschsprachigem Raum ein Versuch der Weiterentwicklung des Ökotourismus und wurde selber seit der Jahrtausendwende durch den Begriff des Nachhaltigen Tourismus abgelöst (Zimmerman 2016, S. 186-188). Weiter stellt er fest, dass in der Wissenschaft die Begriffe Ökotourismus und Nachhaltiger Tourismus weitgehend synonym genannt werden, wobei der Nachhaltige Tourismus noch gelöster wirkt, während der Ökotourismus noch stärker mit dem Gedanken an eine Natur-Destination verankert scheint (Zimmerman 2016, S. 188). Oft wird in der Literatur aber auch Ökotourismus als eine Form des Nachhaltigen Tourismus genannt. Da Ökotourismus sich vom Massentourismus absetzt, gilt er zeitgleich auch als Alternativer Tourismus. Eine genaue Sortierung erscheint daher nicht als sinnvoll.

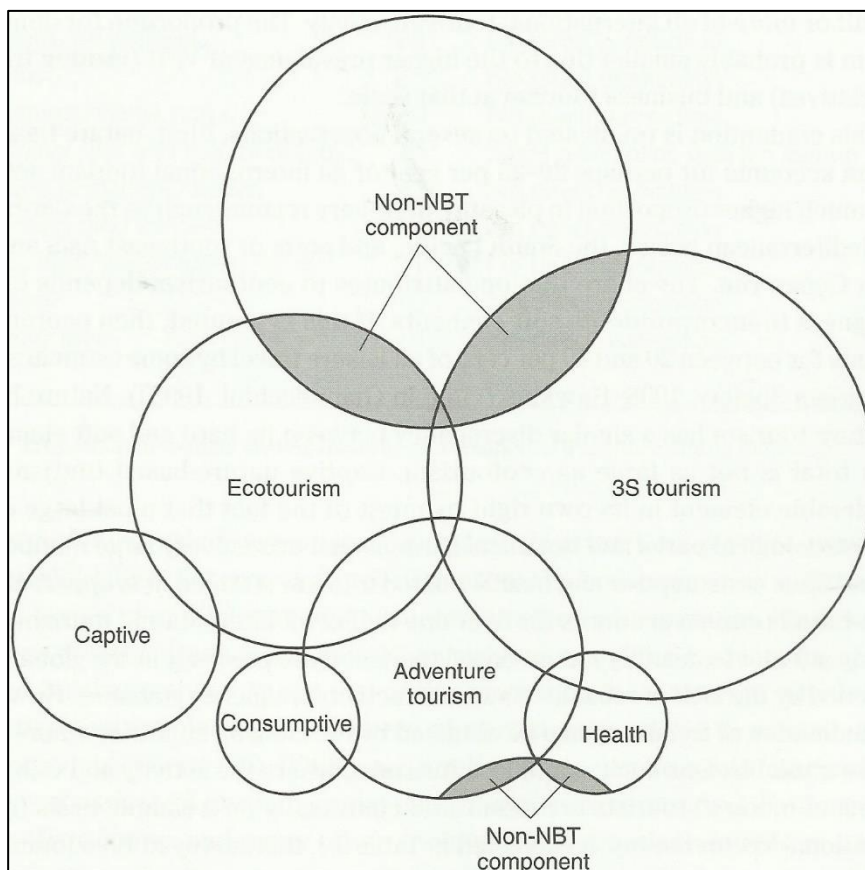


Abb. 11: Überschneidungen vom nature-based tourism und seinen Unterkategorien nach Lawton und Weaver (Quelle: Lawton und Weaver 2000, S. 43)

4. Ökotourismus in urbanen Räumen in Literatur und Öffentlichkeit

4.1 Wissenschaft

Um das Konzept des Ökotourismus herum gibt es sehr viele Formen, welche sich teilweise überschneiden, wie in Abschnitt **3.2 Einordnung** zu sehen war. So ist es nicht verwunderlich, dass auch die Idee, Ökotourismus in urbanen Gebieten anzuwenden, immer wieder von ForscherInnen aufgegriffen wurde. Der früheste verschriftlichte Gedanke in der Forschung stammt aus dem Jahre 1998 von Joppe und Dodds.

In ihrem Artikel berichten die Autorinnen davon, wie Canada die Definition von Ökotourismus soweit öffnete, dass er in jedem Gebiet außer urbanen Zentren stattfinden kann, während die damaligen anerkannten Definitionen noch die Nähe zum nature-tourism ausdrückten. Joppe und Dodds nehmen Toronto als Beispiel. Sie führen an, welche eine hohe Anzahl an TouristInnen die Stadt jährlich beherbergt, und dass diese auch einen schädlichen Einfluss haben, da Tourismus von Natur aus sehr Ressourcen intensiv sei. Ebenso führen sie an, dass Toronto unter anderem durch die vielen Grünflächen und gepflanzten Bäumen im Stadtgebiet durchaus Natur zu bieten hat. Die Autorinnen berichten über die Gründung der *Green Tourism Association*, welche als non-profit Organisation *Green Tourism* fördern möchte und das *Green Map System*, welches umweltfreundliche Betriebe und Aktionen in urbanen Gebieten weltweit anzeigt. Sie kommen zu dem Fazit, dass bisher wenig in Richtung naturfreundlichem Tourismus in urbanen Gebieten getan wurde. Dennoch stehen sie dieser Idee positiv gegenüber, wenn sie nicht nur für das Marketing genutzt wird, sondern auch in der Praxis angewandt wird. Das Green Map System sehen sie als eine gute Möglichkeit dafür, diese Entwicklung zu unterstützen. Joppe und Dodds nennen sechs Strategiepunkte, wie Ökotourismus-Produkte richtig beworben werden sollten. (Joppe und Dodds 1998)

In einem Artikel von 2001 greifen die Autorinnen Joppe und Dodds erneut das Thema Urban Green Tourism anhand von Torontos *Green Tourism Association* auf. Sie berichten über *The other Map of Toronto*, welche im *Green Map System* verankert ist und bereits in dem Artikel von 1998 vorgestellt wurde. (Joppe und Dodds 2001, S.261 - 267)

Bereits zwei Jahre später folgt ein weiterer Artikel über urban green tourism und Torontos Green Tourism Association zusammen mit Anna Gibson und Brian Jamieson, in welchem die genannten Aspekte im Grunde nochmals wiederholt werden (Gibson et al. 2003, S. 324 - 327). Rachel Dodds hat 2014 einen Artikel verfasst, in dem sie sehr deutlich ihre Zustimmung für die Idee eines urbanen Ökotourismus zeigt. Sie fordert, dass der starke Einfluss des wachsenden Städtetourismus ernst genommen und urbane Gebiete als Naturgebiete mit Ökosystemen anerkannt werden. Weiterhin führt sie Möglichkeiten wie z.B. den gut ausgebauten öffentlichen Personennahverkehr auf, um zu zeigen, wie urbane Gebiete nachhaltigen Tourismus beherbergen können und weist auf Bemühungen der freien Wirtschaft hin.

Ein Beispiel wären Hotels mit Nachhaltigkeit-Siegeln. Sie beendet ihren Artikel mit Hinweisen an potentielle UrlauberInnen, wie sie einen Städteaufenthalt nachhaltiger gestalten können. (Dodds, 2014, S. 32 - 35)

Ein Artikel, der in späteren Abhandlungen zum Thema immer wieder zitiert wird stammt aus dem Jahre 2002 von Higham und Lück. Diese führen in ihrem Artikel die Problematik der zahlreichen Ökotourismus-Definitionen und Untersuchungsergebnisse vergangener Ökotourismus Forschungen auf, um zu zeigen, dass ein idealer Ökotourismus in einer Destination nicht möglich ist. Dies sei jedoch kein Appell, das Konzept aufzugeben. Vielmehr meinen die AutorInnen, Ziel sollte es sein, möglichst viele Kriterien des Ökotourismus in einer Destination zu verwirklichen. Sie führen weiter an, dass eine Destination eine gewisse Infrastruktur aufweisen muss, um zu funktionieren. Dies steht im Kontrast zu der in den meisten Ökotourismus-Definitionen geforderten unberührten Natur. Damit führen Sie zu der Frage, ob urbane Gebiete nicht auch für den Ökotourismus geöffnet werden sollten. Um dieser Frage nachzugehen, schauen die AutorInnen sich drei Fallstudien in Neuseeland an: Die Kleinstadt Oamaru mit einer Pinguin Kolonie, Delfin-Sichtungsbootstouren im Gebiet der Millionenstadt Auckland und das Karori Reservoir im gleichnamigen Stadtteil der Hauptstadt Wellington. Die AutorInnen sehen in diesen Gebieten, in denen die Natur sich wieder erholen darf, eine Chance und argumentieren für einen urbanen Ökotourismus mit vier Faktoren: Die Infrastruktur ist bereits gegeben. Es werden nicht nur bewusste ÖkoTouristInnen angesprochen und Wissen kann daher an ein breiteres Publikum vermittelt werden. Das breitere Publikum und die gute Infrastruktur spricht für mehr potentielle KundenInnen und daher mehr Einkommen. Hinzu kommt der von Fennell beschriebene Effekt, dass mit dem erschließen unberührter Natur und Kulturen negative soziale Einflüsse geschehen. Bei dieser Variante jedoch bleibt dies aus. (Higham und Lück 2002, S.36 – 51)

Neben Joppe und Dodds teilt der australische Wissenschaftler David Bruce Weaver, der eine weitere wichtige Figur in der Forschung darstellt, die Ansicht, Ökotourismus in urbanen Gebieten anzuwenden. Bereits 2001 beschreibt er mit Lawton in einem Abschnitt des Buches *Encyclopedia of Ecotourism*, wie Ökotourismus auch in modifizierten Naturgebieten stattfinden könnte. Als Beispiel nennt er unter anderem TouristInnen, welche Raubvögel beobachten, die auf Agrarflächen vorkommen. Mit dem Hinweis auf die urbane Ökologie, welche seit den 1970er Jahren immer mehr erforscht wird, spricht er anschließend direkt den Begriff *urban ecotourism* an und argumentiert für dessen Existenzberechtigung. Als Beispielgebiete werden unter anderem Parks, Friedhöfe und Golfflächen genannt. (Weaver und Lawton 2001, S. 319 – 321)

In seinem Artikel aus dem gleichen Jahr, indem er der Frage nachgeht, ob Ökotourismus als Massentourismus möglich sei oder sich ausschließe, benennt er am Ende abermals das Potential von urbanen Flächen für den Ökotourismus (Weaver 2001, S. 112).

2005 folgt ein Artikel in dem er Massen- und urbanen Ökotourismus thematisiert. Hier verweist er wieder auf die Idee, modifizierte Naturgebiete für den Ökotourismus zu nutzen, bevor er den urbanen Ökotourismus explizit nennt und erläutert. Bei der Argumentation für den urbanen Tourismus erwähnt er vor allem das Ansiedeln von Tier- und Pflanzenarten, die in der Stadt gepflegt werden und eine hohe Biodiversität aufzeigen. Er verweist er auf die Fallstudien von Higham und Lück, wie zum Beispiel die Pinguin Kolonie in Oamaru. Angesprochen werden aber auch Torontos alternative Attraktionen, über welche von Joppe und Dodds berichtet wurde. Weaver führt weiter fünf Arten von Gebieten in Städten für Ökotourismus von sehr *natürlichen* zu am *wenigsten natürlichen* Gebieten an und deutet damit auf die gegebene Diversität im urbanen Ökotourismus hin. Wenig überraschend, kommt er zu dem Schluss, dass urbaner Ökotourismus Sinn ergibt und dem Ökotourismus helfen kann, seine Reichweite und seinen Einfluss zu erweitern. (Weaver 2005, S. 19-26)

2010 wurde von Wu und weiteren ForscherInnen die Idee des urbanen Tourismus aus den Arbeiten der vorangegangenen AutorInnen als Anlass für eine Untersuchung genommen. Bezüglich der Wahl des Untersuchungsgebietes argumentieren die AutorInnen, dass besonders in Asien, wo es aufgrund der dichten Besiedlung einen großen Anteil an urbanen Flächen gibt, Ökotourismus bereits in den urbanen Tourismus gemischt sei. Aus der Literatur haben sie für die Untersuchung 19 Indikatoren für urbanen Ökotourismus herausgesucht (siehe Abb. 12). Diese wurden für die Delphi Technik verwendet an Experteninterviews über das Untersuchungsgebiet Taiwan. Neben einigen Erkenntnissen, welche vor allem aus dem Untersuchungsgebiet gezogen werden, wird das Fazit gezogen, dass noch mehr Studien benötigt werden, um urbanen Ökotourismus zu interpretieren, zu verstehen und zu definieren. (Wu et al. 2010. S. 739 - 743)

Dimension	Score	Range	Sub-Dimension	Score	Indicator	Score	Weight(W_k)
Social aspect (So)	4.14 (4.62)	3.23	Promoting travel experiences	3.96 (4.12)	Satisfying local environment	4.43 (4.51)	6.82%
					Satisfying travel convenience	3.89 (3.72)	5.62%
					Satisfying recreational facilities	3.91 (3.87)	5.85%
		6.51	Promoting environmental awareness	4.64 (4.14)	Satisfying public facilities	3.70 (3.72)	5.62%
					Identifying with local culture	4.00 (4.73)	7.19%
					The Inclination of supporting environmental conservation	4.18 (4.65)	7.06%
					The Inclination of urban ecotourism	4.30 (4.28)	6.50%
					The Inclination of participating urban ecotourism	4.21 (4.17)	6.34%
Economic aspect (Ec)	3.66 (3.22)	1.30	Flourishing local economy	3.24 (3.51)	Tourism's contribution to local job opportunities	3.13 (3.62)	3.25%
					Tourism's contribution to local revenues	3.60 (3.37)	3.03%
		4.72	Feedback of economical benefit	3.90 (3.28)	tourism's contribution to local tax	3.40 (3.44)	3.09%
					Public input in preserving recreation resource	4.29 (4.56)	3.83%
					Tourism's contribution to local social welfare input	3.90 (3.60)	3.02%
					The equitableness of local income	3.46 (3.24)	2.72%
Environmental aspect (En)	4.54 (4.38)	2.78	Degrading the impacts of traffic	3.99 (4.13)	The convenience of public transportation system	3.89 (3.75)	5.39%
					The fluency of traffic	3.97 (3.85)	5.53%
		5.79	Promoting ecological evaluation	4.51 (4.24)	Coverage of the green areas	4.80 (4.31)	6.36%
					The degree of biological diversity	4.78 (4.21)	6.21%
					The degree of habitat diversity	4.57 (4.46)	6.58%

Abb. 12: 19 Indikatoren für urbanen Ökotourismus für die Delphi Technik
(Quelle: Wu et al. 2010, S. 741)

Wie das Thema urbaner Ökotourismus weltweit vereinzelt thematisiert wird, zeigt neben der Studie aus Taiwan auch der kurze Artikel von Okech in der Zeitschrift *ecotourism KENYA*.

Hier schreibt er, dass bisher wenig in Richtung nachhaltigem oder grünem Tourismus in urbanen Gebieten geworben wurde. Okech wirft aber die Idee auf, dies in Städten Kenias zu tun, da der schädliche Einfluss von Tourismus auch in Großstädten existiert und sich zeitgleich ein Trend entwickelt, Naturschutz und Nachhaltigkeit als Thema verstärkt wahrzunehmen. Er sieht das grüne Konzept als Chance für die Tourismusindustrie, ihr Image zu verbessern und verweist auf die sechs Strategiepunkte von Dodds und Joppe, wie Ökotourismus Produkte richtig beworben werden sollten. (Okech 2009, S. 1+2)

Von Asien und Afrika zurück nach Europa: Kathrine Zobre von der Universität van Amsterdam verfasste 2013 einen Internetartikel, indem sie urbanen Ökotourismus thematisiert. Sie erwähnt den von Natur aus gegebenen Gegensatz zwischen urbanen Gebieten und den Ökotourismus-Definitionen, welche naturbelassene Gebiete als Ausgang nehmen. Sie führt aber an, dass andere Wissenschaftler wie Higham und Lück Fallstudien in Neuseeland und Australien durchgeführt haben und erwähnt auch Toronto als Beispiel. Einzelne Maßnahmen wie die Fahrradtouren durch Bangkok werden auch erwähnt. Sie nennt neue Ansätze in Kenia und Indien, welche die nachhaltige Entwicklung fördern sollen. Zobre sieht eine Zukunft für den urbanen Ökotourismus, welche auch mit dem technologischen Fortschritt zusammenhängt, da Apps und das Internet helfen können, eine möglichst nachhaltige Reise zu planen. Zusätzlich werden besonders in Städten immer neue Technologie und Möglichkeiten angewandt, den Ausstoß von CO₂ und den Stromverbrauch zu senken. StadtbewohnerInnen pflanzen wieder mehr an und sorgen somit für mehr Grün in der Stadt, während Architekten Wege suchen, Grünflächen bereits in Häuser zu integrieren. Sie sieht damit eine durchaus positive Zukunft für urbanen Ökotourismus, aber es muss aus ihrer Sicht einiges dafür geschehen und zwar indem nachhaltiger Tourismus als wichtige Thematik anerkannt wird. Planung, Monitoring und Evaluation über den sozialen, ökonomischen und ökologischen Zustand müssen geschehen, Non-profit-Organisationen mit Expertise zur Verfügung stehen und ein Umfeld gefördert werden, in welchem Public-Private-Partnerships für Ökotourismus entstehen können. (Zobre 2013)

Manchmal wird urbaner Ökotourismus nicht wörtlich erwähnt, aber einige Forschungen gehen dennoch in diese Richtung. Andreea Zamfir und Razvan-Andrei Corbos haben eine Umfrage zum Thema nachhaltiger Tourismus in urbanen Gebieten am Beispiel Bukarest durchgeführt. Auch wenn die Studie keine Ergebnisse für die Entwicklung des urbanen Ökotourismus liefert, so zeigt sie doch, wie nachhaltiger Tourismus und urbane Gebiete in der Forschung zusammengeführt werden. (Zamfir und Corbos 2015)

David. E Fennell betrachtet in seinem Buch *Ecotourism* Überschneidungen von Ökotourismus mit anderen Sektoren und behandelt in einem Kapitel *urban ecotourism*. Zwar nennt er die schwierige Ausgangslage des Begriffes auf Grund der vielen Ökotourismus Definitionen, die Orte mit unberührter Natur einbeziehen.

Doch verweist er auch auf Argumente von anderen AutorInnen für die Möglichkeit von urbanem Ökotourismus. Diese wären, dass die Stadt einfacher die Schäden durch BesucherInnen absorbieren kann und die Anstrengungen der Städte in den letzten Jahren, mehr Grünflächen zu schaffen. Genannt werden hier als Beispiel die Bemühungen von Toronto. Ob das Ökotourismus-Erlebnis in urbanen Gebieten nachempfunden werden kann, will Fennell weiter beobachten. Er sieht die Begrünung von Städten als Auswirkung der Nachhaltigen Entwicklung und nennt die Bedenken anderer, dass Einnahmen aus dem Tourismus vielleicht eher in peripheren Gebieten für die Wirtschaft gebraucht werden. Am Ende hält er urbanen Ökotourismus für eine gerechtfertigte Idee, wenn StadtplanerInnen es schaffen Faktoren wie Naturschutz, Umweltbildung, Ethik und Nachhaltigkeit einzubringen. (Fennell 2015, S. 61 und 62)

Christina Maxim hat eine Untersuchung mit Online-Umfragen, Dokumenten Analyse und halbstandardisierten Interviews durchgeführt, ob nachhaltiger Tourismus in London als Beispiel für eine Großstadt von den lokalen Behörden thematisiert wird. Auch wenn nicht der genaue Begriff urbaner Ökotourismus genannt wird, ist es auf Grund der konzeptuellen Nähe von Nachhaltigem Tourismus und Ökotourismus wie in **3.2 Einordnung** beschrieben, dennoch eine Arbeit in diese Richtung. Als Ergebnis kam heraus, dass die Wichtigkeit des Themas durchaus anerkannt wird, aber nur wenige die Prinzipien vom nachhaltigen Tourismus in Dokumenten erwähnen und noch weniger Umsetzungen stattfinden. Die spärlichen praktischen Umsetzungen greifen meist nur vereinzelte Aspekte auf und sowohl soziale als auch ökologische Aspekte werden oft vernachlässigt. (Maxim 2016)

Die aktuellste Arbeit stammt aus dem Jahr 2017 von Jegdic und Gradnic. Diese schreiben über den urbanen Ökotourismus, als ob es bereits ein fest stehendes Konzept wäre und verweisen dabei auf Weaver, Higham und Lück, die *urban ecotourism Convention* sowie Dodds und Joppe. Die Autoren weisen hier auch schon eine Definition von urbanem Ökotourismus aus und erläutern diese. Sie sind zudem der Meinung, urbaner Ökotourismus sei zum einen wichtig, um die Situation von Tourismus in Städten zu verbessern und zum zweiten eine Möglichkeit, ein neues Feld für den weltweiten Tourismus zu erschließen. Die Bemühungen der Städte als Destination sei bei den Maßnahmen Richtung Begrünen der Stadt auch auf eine Verbesserung für die lokale Bevölkerung ausgerichtet. Im Hauptteil versuchen die Autoren zu ergründen, welche Ressourcen für die Entwicklung von urbanem Ökotourismus in Novi Sad, Serbien nötig sind. (Jegdic und Gradnic 2017, S. 155 – 166)

Neben Arbeiten von ForscherInnen gibt es auch Arbeiten und Ansätze von StudentInnen. Im ResearchGate Forum wurde Ende 2013 die Frage gestellt, ob urbaner Ökotourismus existiere, da es von einem Forumsbesucher als Masterarbeitsthema in Betracht gezogen wird. Es wird ihm davon abgeraten, da das Thema noch sehr neu sei und im Rahmen einer Masterarbeit schwierig zu untersuchen wäre.

Die Beiträge sind ansonsten alle der Idee des urbanen Ökotourismus gegenüber positiv eingestellt und es wird auf die Arbeiten der oben genannten AutorInnen verwiesen. (Research-Gate 2013)

Ein Student der Birmingham University befasste sich 2007 tatsächlich im Rahmen seiner Masterthesis mit dem Thema urbaner Ökotourismus und untersuchte dieses hierfür in Seoul, Korea. Er stützt sich bei der Beschreibung von urbanem Ökotourismus auf die oben genannten AutorInnen, Higham, Luck, Dodds, Gibson usw. Potential hierfür sieht er in Seoul vor allem in einigen Parks im riesigen Stadtgebiet, dem Han Fluss sowie unter anderem in zwölf Naturschutzgebiete. Er kommt zu dem Schluss, Seoul sollte auf Grund der positiven Effekte ein urbanes Tourismus-Programm entwickeln. (Oh 2007)

Ökotourismus in urbanen Gebieten anzuwenden wurde in der Forschung im neuen Jahrtausend, vor allem den letzten Jahren, immer wieder thematisiert. Jedoch entweder als Kapitel in einer Monographie zu Ökotourismus oder aber nur als Artikel in einer Zeitschrift. Zusätzlich gibt es lediglich ein Dutzend AutorInnen, welche sich in ihren Arbeiten immer wieder gegenseitig zitieren. So lässt sich resümieren, dass das Thema durchaus präsent und als Gedankenspiel vorhanden, jedoch noch weit davon entfernt ist, allgemein anerkannt zu werden oder in der Forschung eine genaue Definition zu erfahren.

4.2 Politik

Politisch wird urbaner Tourismus kaum erörtert, lediglich ein nachhaltiger Städtetourismus wird manchmal thematisiert z.B. vom Deutschen Städtetag (Deutscher Städtetag 2013, S. 1). Indirekt wird jedoch das Potential von Städten für Ökotourismus gefördert. Nachhaltigkeit hat es als Thema vor allem in Europa aber auch weltweit geschafft in die Politik Einzug zu finden. Städte arbeiten in Richtung der Ziele einer nachhaltigen Entwicklung und begrünen die Städte u.a. durch urban gardening, Erweiterung der Parks, Renaturierung von Flüssen wie z.B. die Glan in Salzburg (ORF2016) und verbessern die Anbindung zum Umland (Umwelt Bundesamt 2014).

4.3 Medien und freie Wirtschaft

Die Internetseite. Planeta, beschäftigt sich mit umweltbewussten Reisen und bietet eine Art Plattform für offenen Journalismus (Planeta1).

2004 veranstaltete die Plattform ein Online-Event namens *Urban Ecotourism Conference* mit Partner wie z.B. greenbuilder.com, sustainabletourism.net und dem *Mexican Conservation Learning Network*. Die aktiven TeilnehmerInnen kamen aus Ländern wie Deutschland, England, Brasilien, Mexico, Südafrika und Neuseeland. Diese einigten sich auf eine Erklärung, die sich für grünen Städtetourismus einsetzt sowie dafür, dass urbane Gebiete lebenswerter gemacht werden und zeitgleich die Biodiversität zu schützen. (Planeta2)

Greenmaps.org beherbergt das Green Map System, welches als Opensource für Gebiete wie Städte verwendet werden kann, um ökologische Faktoren zu thematisieren. Toronto und New York haben z.B. Karten, welche die UserInnen nach Aktionen und Betrieben suchen lassen können, welche nachhaltig agieren und mit Natur zu tun haben. Andere Karten beinhalten auch negative Faktoren. Hier können die UserInnen z.B. Gebiete, welche durch Schadstoffe beeinträchtigt sind, finden (Sustainable Swansea).

Greenroutes.org ist eine Internetseite. mit ähnlichem Ziel. Hier können sich nachhaltig agierende Betriebe und Geschäfte eintragen und über die geographisch orientierte Suche von den AnwenderInnen gefunden werden. Aber es ist kein Opensource Programm, sondern ein einzelnes Programm mit einem Gesamtregister und war anfangs für ländliche Gegenden gedacht (Green Routes).

Unterstützend für den urbanen Ökotourismus wirkt auch *neweuropatours.eu*. Hier werden den AnwenderInnen kostenlose Touren in 18 europäischen Städten angezeigt, unter anderem in Edinburgh, Paris, München und Amsterdam. Diese Touren werden zu Fuß begangen und bringen den BesucherInnen die örtliche Kultur näher.

Wie bei der Forschung, stellt das Internet auch hier erneut ein Mittel dar, um das Thema anzugehen.

In der Wirtschaft ist urbaner Ökotourismus noch nicht als Thema verbreitet, aber es wird wie beim Staat indirekt das Potential hierfür gesteigert. Nachhaltige Entwicklung wird nämlich immer öfter als Ziel angesehen. Natürlich hauptsächlich, weil die KundenInnen auf Begriffe wie *nachhaltig*, *grün* sowie *öko* immer positiver reagieren und es gibt auch leider viele Firmen, die damit werben, dies aber nur sehr schlecht umsetzen, Stichwort *greenwashing*. Trotzdem ist es ein erstarkendes Thema wie z.B. bei der Accor Hotel Group, welche in vielen Großstädten weltweit Hotels hat und ein eigenes Programm *Planet 21* entwickelt hat, um nachhaltiger zu agieren. Teil dieses Planes sind 21 zum Großteil quantifizierbare Ziele in sieben Obergruppen (Green Hotelier 2013):

- Health = Ensure healthy interiors, Promote responsible eating, Prevent diseases
- Nature = Reduce water use, Expand waste recycling, Protect biodiversity
- Carbon = Reduce our energy use, Reduce our CO2 emissions, Increase the use of renewable energy
- Innovation = Encourage eco-design, Promote sustainable building, Introduce sustainable offers and technologies
- Local = Protect children from abuse, Support responsible purchasing practices, Protect ecosystems
- Employment = Support employee growth and skills, Make diversity an asset, Improve quality of work life
- Dialogue = Conduct our business openly and transparently, Engage our franchised and managed hotels, Share out commitment with suppliers

5. Urbaner Ökotourismus

5.1 Hindernisse eines urbanen Ökotourismus

Das Gedankenspiel eines urbanen Ökotourismus stößt relativ schnell auf ein Problem, wenn man sich die ersten und bis heute wichtigen Definitionen zum Ökotourismus ansieht. Diesen ist vor allem eins gemein und zwar die Forderung nach einer Destination mit unberührter Natur (siehe 3.1 Entstehung und Definitionen). Weiter ist es problematisch, dass viele ForscherInnen wie de Haas *small-scale* als einen wichtigen Teil von Ökotourismus ansehen, also Tourismusbetriebe in Familienbesitz und EinwohnerInnen (De Haas 2002, S. 323). Weaver hält dem entgegen, dass der Ökotourismus damals lediglich als einer der alternativen Tourismusformen entstanden ist, die ein Gegensatz zu dem *large-scale* Massentourismus sein sollten (Weaver 2001, S. 107). Diese Einstellung sollte jedoch überdacht werden, da Ökotourismus auch Teil eines Massentourismus sein kann, wenn der softe Ökotourismus angewandt wird (siehe 3.1 Entstehung und Definitionen). Wenn große Firmen wie z.B. TUI umweltfreundliche Policen in Ihrem Betrieb verankern, hat es einen wesentlich größeren Effekt und Einfluss (Weaver 2001, S. 108). De Haas merkt außerdem an, dass im Ökotourismus die Gäste sich während des Besuches auf den Lebensstandard der lokalen Bevölkerung einstellen sollen (De Haas 2002, S. 323). In Städten, die generell einen höheren Lebensstandard und ebenso eine Vielzahl an verschiedenen Einkommensstufen haben, sollte dies gut möglich sein.

5.2 Argumente für einen urbanen Ökotourismus

Komplizierter wird es mit der Ausgangsproblematik der Destination. Sicherlich könnte der Gedanke eines urbanen Ökotourismus sofort mit der Argumentation einen Abschluss finden, dass eine Stadt keine unberührte Natur bieten kann. Es lohnt sich jedoch offen für die Idee zu bleiben und sich Argumente anzuhören. Dies fällt leichter, wenn man die Notwendigkeit und das Potential eines urbanen Ökotourismus betrachtet:

Mittlerweile leben mehr Menschen in Städten als außerhalb und die Tendenz ist steigend. Zusammen mit dem Bevölkerungswachstum ist hier mit einer Zunahme der urbanen Flächen und weiterem Schwinden der unberührten Naturgebiete zu rechnen. Der Druck auf diese unberührten Naturgebiete für Ökotourismus wird somit steigen. Gleichzeitig wächst der Stadttourismus und zwar weltweit. Immer mehr Flugangebote und günstigere Tickets sowie Fernbusse, und die Verbreitung des PKW haben Städte erreichbarer gemacht. Das Internet macht es einfach, Informationen auch über fremde Gebiete schnell zu erhalten und die Globalisierung lässt auch ferne Ziele nicht mehr zu weit erscheinen. Wahrscheinlich wird der Städtetourismus sogar noch weiterwachsen. Es ist also sinnvoll diesen nachhaltiger zu gestalten. Durch die Masse würden selbst kleine Veränderungen bereits einen großen Einfluss haben. TouristInnen in Städten werden oft übersehen, weil sie weniger auffällig sind als in Naturgebieten.

Und dies, obwohl sie eine hohe Zahl erreichen können wie in Singapur, wo 2012 drei TouristInnen auf jeden Einwohner kamen. Dies entspricht einem Verhältnis von 17 Millionen TouristInnen zu 3 Millionen EinwohnerInnen (Blue&green tomorrow). Diese können durchaus Schaden anrichten (siehe 2.3 Schäden im Zuge des deutschen Städtetourismus), wodurch die Notwendigkeit einer Neuausrichtung besteht. Bei dem angewachsenen Städtetourismus wird ein viel breiteres Publikum angesprochen. Bei dem eher engumgrenzten Ökotourismus wird nur eine kleine Zielgruppe erreicht. Im Städtetourismus besteht die Chance, auch nicht ökologisch denkende Menschen zu erreichen und diese vielleicht auch positiv zu beeinflussen. Hierbei müssen sie nicht einem völligen Ökotourismus, welcher vielleicht abschreckend wirkt, zustimmen, sondern können auch einzelne nachhaltige Aktionen und Möglichkeiten nutzen.

Jede Art von Tourismus braucht einen gewissen Anteil an Infrastruktur, um die Gäste zu beherbergen wie z.B. Straßen und Unterkünfte. In unberührten Naturgebieten muss dies erst erschlossen werden und weitere Fläche kultiviert und damit zerstört werden. In Städten ist die Infrastruktur bereits gegeben. Mehr noch, eine hohe Anzahl an TouristInnen kann sogar helfen, die Kosten für den öffentlichen Nahverkehr zu tragen. Öffentlicher Nahverkehr kann auch als wesentlich weniger schädlich betrachtet werden, da er eine große Menge Menschen transportiert. In typischen Ökotourismus-Gebieten gibt es jedoch meist einen gesonderten Transport der Gäste im PKW oder kleinen Booten.

Der individuelle Verbrauch von StadtbewohnerInnen liegt zwar durch den gestiegenen Lebensstandard meist höher, jedoch findet sich hier die neueste Technologie. Immer weiter wird die Technik verbessert, um bei Wasser, Abfall, Verkehr, Heizen und Nahrung den Verbrauch zu senken. Weiterentwickelt werden auch die Standards und Vorgaben von den Industriestaaten vor allem in der EU. Dies führt dazu, dass die Städte immer nachhaltiger werden und Bewohner wie Gäste umweltfreundlicher beherbergt werden. Hinzu kommen die Selbstverpflichtungen der Betriebe den Verbrauch zu verringern. Sei es um mit Nachhaltigkeit zu werben oder um Kosten zu sparen. Als Beispiel seien Hotelketten genannt, welche bestimmte Vorgaben erfüllen, um ein Siegel für ihr nachhaltiges Agieren zu erhalten. Beispielsweise *LEED* wo Hotels sich registrieren und z.B. durch das Sparen von Ressourcen Punkte für Nachhaltigkeit qualifizieren können (Bluemagnet). Die Städte sind zudem im Generellen moderner und vor allem in den Industriestaaten ist der Trend der Nachhaltigkeit angekommen. Daran angelehnt werden immer mehr Produkte in dieser Kategorie angeboten. Ob diese wirklich nachhaltig sind sollte diskutiert und analysiert werden. Aber das verstärkte Angebot ist nicht zu bestreiten. Betriebe und Möglichkeiten wurden und werden geschaffen, diesen Trend auszuleben.

In Städten ist der Stand der Technik, wie bereits angemerkt, sehr hoch. Interessant wird dies auch beim Thema Internet. Die neuen technischen Möglichkeiten helfen nämlich Nachhaltigkeit verfügbarer zu machen.

Reisende führen oft ein Smartphone mit sich oder nutzen in Hotels, Cafés und öffentlichen Wifi Hotspots den Zugang zum Internet. Online finden sich Internetseiten und Apps, die hilfreiche Informationen bieten, um den Urlaub nachhaltiger zu gestalten. Manche Internetseiten zeigen eine Karte auf der man Aktionen oder Betriebe finden kann, die nachhaltig agieren. Andere helfen Strecken mit dem Fahrrad oder öffentlichen Nahverkehr möglichst bequem und oder nachhaltige Varianten herauszusuchen (Zobre 2013). Das Internet bietet auch Möglichkeiten für den kulturellen Austausch. Auf couchsurfer.com können Gäste kostenlose Schlafplätze in Wohnungen von Einheimischen finden. Egal ob dies nun ein Gästezimmer oder Schlafsofa ist. Es gibt einen aktiven Austausch zwischen den beiden Parteien. Die Internetseite bietet ebenfalls die Möglichkeit, dass sich die beiden Parteien auch nur für einen Kaffee, eine Aktivität oder sogar Stadttour zusammenfinden können. Bei airbnb.com können Gäste bezahlte Zimmer bei Einheimischen finden, wodurch ebenfalls ein Kontakt zwischen den beiden hergestellt wird. Zusätzlich können auch ganze Wohnungen gemietet werden, wobei der Kontakt meist auf Email-Kommunikation und Schlüsselübergabe begrenzt bleibt. Jedoch geht in beiden Fällen in der Regel Geld direkt an Einheimische und kann daher als förderlich für den Ökotourismus angesehen werden.

Die lokale Wirtschaft fördern, ist vor allem in den neueren Definitionen zum Ökotourismus immer wieder ein wichtiger Bestandteil. Freilich sind internationale Ketten in den Städten vorzufinden. Jedoch gibt es noch immer eine große Diversität und auch lokale Pensionen, Läden und Betriebe sind vertreten, die von den Ausgaben der Gäste profitieren. Restaurants, welche nicht großen Ketten angehören, beziehen ihre Zutaten zudem meist von lokalen AnbieterInnen. Jede Stadt hat mindestens einen Markt, wo lokale AnbieterInnen ihre Ware anbieten können.

Kultur als Begriff wird in den Definitionen seit den 1990er Jahren immer wieder genannt. Diese zu respektieren und sich dafür zu interessieren, wird als Teil eines Ökotourismus angesehen. Sitten und Bräuche in Großstädten haben sich vor allem in den Industriestaaten angepasst und auf Grund der verschiedenen Gruppen in Städten herrscht hier eine große Diversität. Das Konfliktpotential ist daher gering, jedoch wird zeitgleich das Kulturangebot erhöht. Städte beherbergen verschiedene Volksgruppen, Nationalitäten und Milieus und bieten somit ein hohes Kulturangebot. Opern, Theater und Museen können auf Grund der breiteren Masse einfacher BesucherInnen anlocken und sich wirtschaftlich halten, wodurch das Kulturangebot in der Großstadt abermals steigt.

5.3 Mögliche Aktivitäten während eines urbanen Ökotourismus

Dieses Kulturangebot wahrzunehmen sowie über die Destination und seine Geschichte zu lernen, kann und sollte eine Aktion eines Ökotourismus in urbanen Gebieten sein. Weitere Ökotourismus Aktivitäten wurden bereits 2002 von Higham und Lück genannt.

Bootstouren um Delphine zu beobachten und die Pinguin-Kolonie in Oamaru qualifizieren sich als Ökotourismus. Jedoch sind dies Ausnahmen und nicht beispielhaft für Städtetourismus (Higham und Lück 2002, S. 41-43). Die Bootstouren führen weit aus der Stadt heraus auf die offene See und damit nicht mehr ins direkte Umland. Die Pinguin Kolonie ist eine Besonderheit und nicht in anderen Städten zu finden, kann aber als Beispiel für Tierbeobachtungen in urbanen Gebieten gelten. Ein weiteres Beispiel wäre die Beobachtung von Wanderfalken in Los Angeles (Lawton und Weaver 2000, S. 322). Das dritte Beispiel aus Neuseeland der beiden AutorInnen das Karori Reservoir in Wellington zeigt, wie die Großstädte mittlerweile auch Naturgebiete miteinschließen bzw. Gebiete durch Maßnahmen wieder zu attraktiven Naturgebieten in urbanen Gebiet werden können (Higham und Lück 2002, S. 44). Ausflüge in solche Gebiete sind für den Ökotourismus mögliche Aktivitäten. Spaziergänge, Rad- oder auch Kanutouren wie sie in Leipzig angeboten werden, sind mögliche Aktivitäten. Städte können außerordentlich gut zu Fuß erkundet werden. Gleichzeitig kann die Destination besichtigt und Neues darüber gelernt werden. Entweder durch Eigeninitiative der Gäste, welche einen Stadtführer, ein Buch oder Audioguide zeitgleich verwenden oder durch Informationstafeln der Stadt. In Kanada wurden Stadtrundgänge entwickelt und entlang der Pfade Richtungs- und Informationsschilder aufgestellt (Toronto). In Europa finden sich ähnliche Möglichkeiten. Die Internetseite. neweuropetours.eu bietet beispielsweise für 18 Großstädte kostenlose Stadtführungen zu Fuß an. Auch in kleineren Städten Europas gibt es so etwas meistens. In Plovdiv, Bulgarien gibt es beispielsweise jeden Tag zur Hauptsaison zwei kostenlose Führungen in Englisch (Freeplovdivtour). Eine neuere Variation davon stellen die Segway Stadttouren da, die es z.B. in Graz und Münster gibt. Das gleiche Angebot gibt es auch mit Fahrradtouren. Auch in Bangkok werden solche Fahrradtouren angeboten (Zobre 2013).

Das Kulturangebot einer Stadt kann ebenfalls für Ausflüge wahrgenommen werden: Museen, Ausstellungen, Theater, Opern, Konzerte und ähnliches. Natur in der Stadt (Flora und Fauna, Landschaften) kann aufgesucht werden zum Ansehen oder aber aktiv verwendet werden für z.B. Spaziergänge, Radtouren, Parkaktivitäten wie z.B. Picknick, Ballspiele, Schwimmen, Kanufahren oder Ähnliches.

5.4 Natur

5.4.1 Flora

Zurück zu der Ausgangsproblematik der Destination. Wie in Kapitel 3.1 Entstehung beschrieben, wird das genaue Verständnis von Ökotourismus durchaus in der internationalen Forschung diskutiert. Es werden unterschiedliche Schwerpunkte gelegt um Themen wie Naturschutz, Partizipation der lokalen Bevölkerung, Kultur, education, Naturgebiete und small-scale (Higham und Lück 2002, S. 38). Bezieht sich eine der ersten Definitionen zum Ökotourismus von Ceballos-Lacurain noch klar auf unberührte Naturgebiete, kamen immer mehr Aspekte hinzu wie örtliche Kultur im Laufe der Jahre.

Also sollte es möglich sein, hier die Schwerpunkte neu zu setzen und die Definitionen so anzupassen, dass auch Gebiete mit nicht als unberührt geltender Natur, aber Kultur und von Menschen beeinflusster Natur, eine Destination für Ökotourismus und urbanen Ökotourismus sein können.

Chirgwin und Hughes haben Mitte der 1990er untersucht, wie unberührt Natur sein muss, um ein erfülltes Ökotourismus-Erlebnis zu bieten. Die TeilnehmerInnen bewerteten dabei Gebiete als sehr natürlich, welche interessanterweise eigentlich nicht natürlicher Art waren, sondern modifiziert. Dies lässt vermuten, dass modifizierte Gebiete dem Ökotourismus dienlich sind, solange sie richtig gepflegt sowie präsentiert werden und Möglichkeiten bieten, Wildleben zu beobachten. (Chirgwin und Hughes 1997, S. 7)

Eine Umfrage in Deutschland aus dem Jahre 2015 verstärkt diesen Eindruck. Bei der Antwort auf die Frage, was Natur in der Stadt für die TeilnehmerInnen sei, wurden jegliche Vegetation, Parks, aber auch Gewässer, Gärten und seltener Tiere sowie Sportplätze als Natur angesehen (siehe Abb. 13). Vor allem öffentliche Parkanlagen, Bäume und Pflanzen am Straßenrand, aber auch Gewässer, Stadtwälder, Vorgärten sowie Kleingärten werden als wichtige Bestandteile von Natur in der Stadt betrachtet (siehe Abb. 14). Die Offenheit gegenüber Natur auch in den Städten könnte zwei Gründen haben:

Vor allem in Deutschland könnte die starke Urbanisierung und lange Siedlungsgeschichte eine Rolle spielen. Drei Viertel der Menschen in Deutschland wohnen in Städten, Tendenz steigend (Statista). Die meisten Menschen sind den urbanen Raum daher gewohnt, dürften diesen nicht als störend empfinden und sehen bereits kleine Veränderungen des klassischen Stadtbildes als Natur an, auch modifizierte Gebiete. In Deutschland ist die erste Besiedlung so lange her und der Entwicklungsstand so hoch, dass bei keiner Fläche im Bundesgebiet mehr von unberührter Natur gesprochen werden kann. Selbst Urwälder oder Naturparks obliegen einer Beobachtung sowie Pflege der Menschen und wurden erst nachträglich zu diesen erklärt, haben daher eine vorhergehende Veränderung durch den Menschen bereits erfahren. Es kann also lediglich von Kulturlandschaft in Deutschland gesprochen werden. Dies muss sich jedoch nicht ausschließen, da vom Menschen durch vor allem Land- und Forstwirtschaft geprägte Gebiete, heute durchaus als Naturlandschaften wahrgenommen werden können. Als Beispiel dient der Spreewald. Heute für seinen Wald bekannt und mit der idyllischen Natur als Tourismusregion vermarktet, wurde das Gebiet durch Landwirtschaft stark geformt. Sowohl in der Vergangenheit als auch heute noch wird die Region intensiv für die Landwirtschaft, aber gleichzeitig auch als Ort für Naturtourismus genutzt. Angesichts dieser Ausgangslage, sollten auch modifizierte Gebiete in Betracht gezogen werden, da sonst jeglicher Ökotourismus von vornherein in Deutschland ausgeschlossen werden müsste.

Eine neuere Entwicklung in den Industriestaaten aber auch in vielen Schwellenländern ist die Begrünung der Städte, welche die Natur wieder in urbane Gebiete holt.

Basel, Linz und Toronto (siehe Abb. 15 und Abb. 16) fördern zum Beispiel mittlerweile die Begrünung von Dächern. Chicago (siehe Abb. 17) ist dabei alle öffentlichen Gebäude mit begrünten Dächern zu versehen. Auch für vertikale Bepflanzung von Gebäuden gibt es immer wieder Versuche, vor allem in Paris, zum Beispiel am Jean-Nouvel-Museum (siehe Abb. 18) am Quai Branly in Paris (Fassbinder).

Weitere Begrünung der Stadt findet durch Bäume und Sträucher in den Straßen statt. Pflanzen und Tiere sehen in der Stadt einen neuen Lebensraum und erobern diese Baume und Sträucher sowie teilweise auch kleinste Flächen, wie Steinmauern, Pflasterritzen, Wegränder und Hecken. Viel wichtiger als diese einzelne Begrünung sind jedoch die Grünflächen.

In der bereits erwähnten Befragung von 2015 wurde die Wichtigkeit von Parks benannt (BMUB6 2015, S. 43+). Diese können eine beachtliche Größe erreichen und verschiedene Möglichkeiten und Attribute beherbergen wie Teiche, Bäume und Wiesen. Eine besondere Form des Parks sind Botanische Gärten, welche eine extrem hohe Biodiversität aufzeigen. Friedhöfe, besonders welche mit historischen Flächen, sind ebenfalls größere grüne Flächen in der Stadt. Ihr ökologischer Wert kommt von den verschiedenen Kleinlebensräumen wie Zierhölzer, Mauern, Wiesen, Bäumen Hecken und Komposthaufen (Fischer und Widmer 2011, S. 13). Hier sind jedoch die Aktivitäten für die BesucherInnen eingeschränkter als in einem Park. Für Spaziergänge und Beobachtungen bleibt die Grünfläche aber geeignet.

Golfparks sind ebenfalls große Grünflächen. Landschaftlich sind diese jedoch meist monotoner und werden mit Düngemittel und Pestiziden stark geschädigt. Es gibt aber immer mehr Flächen, bei denen mit ökologisch verträglicheren Mitteln und Methoden gearbeitet wird und sie bilden eine der mittlerweile eher seltener gewordenen offenen Flächen, wo Reptilien sich sonnen können (Lawton und Weaver 2000, S. 320 und 321).

Abfallflächen und Deponien können, werden sie richtig geführt, können auch Grünflächen für Flora und Fauna darstellen. Sie sind jedoch für StadtbewohnerInnen wie auch Gäste nicht erreichbar und zudem ungeeignet für Aktivitäten. Kleine Flächen wie Kleingärten vor oder hinter Wohnhäusern bilden zusammengenommen große Flächen mit teilweise sehr hoher Biodiversität. Schrebergärten haben die gleiche Funktion. Oft führen Wege durch solche Gebiete und werden von StadtplanerInnen mit Parks oder anderen begrünten Flächen wie z.B. Wegen entlang von Gleisen bewusst verbunden.

Nicht mehr aktiv verwendete Flächen wie stillgelegte Gleise, alte Fabriken und unbenützte Wege werden von der Natur relativ schnell zurückerobert. Städte mit vielen Brachflächen wie z.B. Leipzig kennen das Phänomen. Verlassene Grundstücke werden von ganz alleine grün und bereichern das Stadtbild. Manchmal gibt es auch aktive Bemühungen dahingehend. Der Trend des Urban Gardening wird auch gerne auf Brachflächen angewandt wie z.B. Querbeet im Leipziger Osten (Anstiftung). Aber auch kleinere Versuche von Urban Gardening können immer wieder beobachtet werden wie z.B. auf dem Nikolaiplatz in Graz.

Beispiele wie diese erklären, warum die Biodiversität in Städten Deutschlands mittlerweile höher als auf dem Land ist (Fassbinder) und der Stadthonig so beliebt ist (Stadt Honig). Die ökologische Bedeutung von Wasser in der Stadt hat ebenfalls eine deutliche Aufwertung in der Stadtplanung erhalten. Seen, Teiche und vor allem Flüsse werden gepflegt, für BesucherInnen zugänglich gemacht und zumindest teilweise renaturiert. Die Renaturierung ist ein langsam startender Prozess, jedoch ist bereits deutlich zu erkennen, dass die ökologischen Bedürfnisse von Gewässern mittlerweile wesentlich stärkere Beachtung finden. Gewässer werden zudem immer mehr in das grüne Band und die Naherholungsstrategien einer Stadt eingebunden, da ihre Potentiale erkannt wurden. So gibt es oft bepflanzte Spazier- und Radwege entlang von Flüssen wie z.B. an der Mur in Graz, welche ins Umland führen.

Das weniger dicht besiedelte Umland kann ebenfalls zum grünen Angebot einer Stadt gedeutet werden, wenn es durch den öffentlichen Nahverkehr und oder Radwege erschlossen ist. Beispiele aus Graz sind der *Thaler See*, die *Rettenbachklamm* und der Berg *Schöckl*.

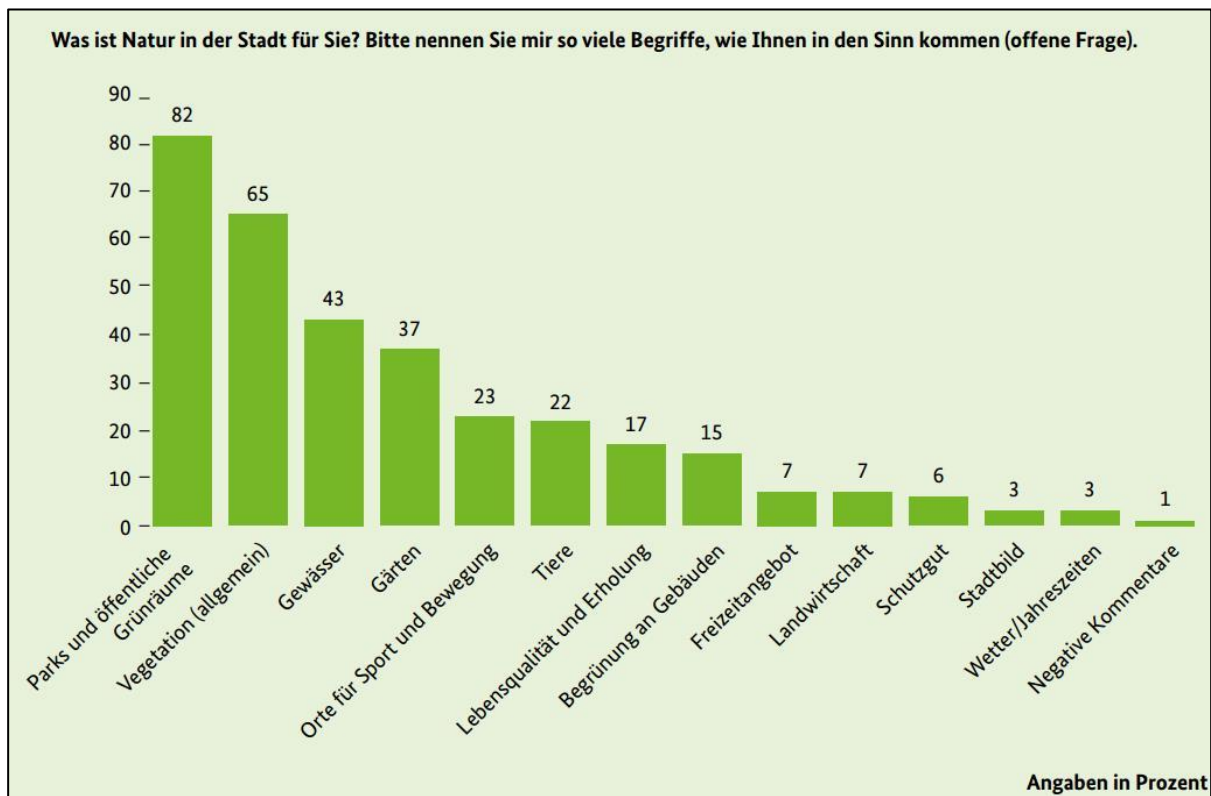


Abb. 13: Begriffe, welche mit Natur in der Stadt verbunden werden (Quelle: BMUB6 2015, S. 43)

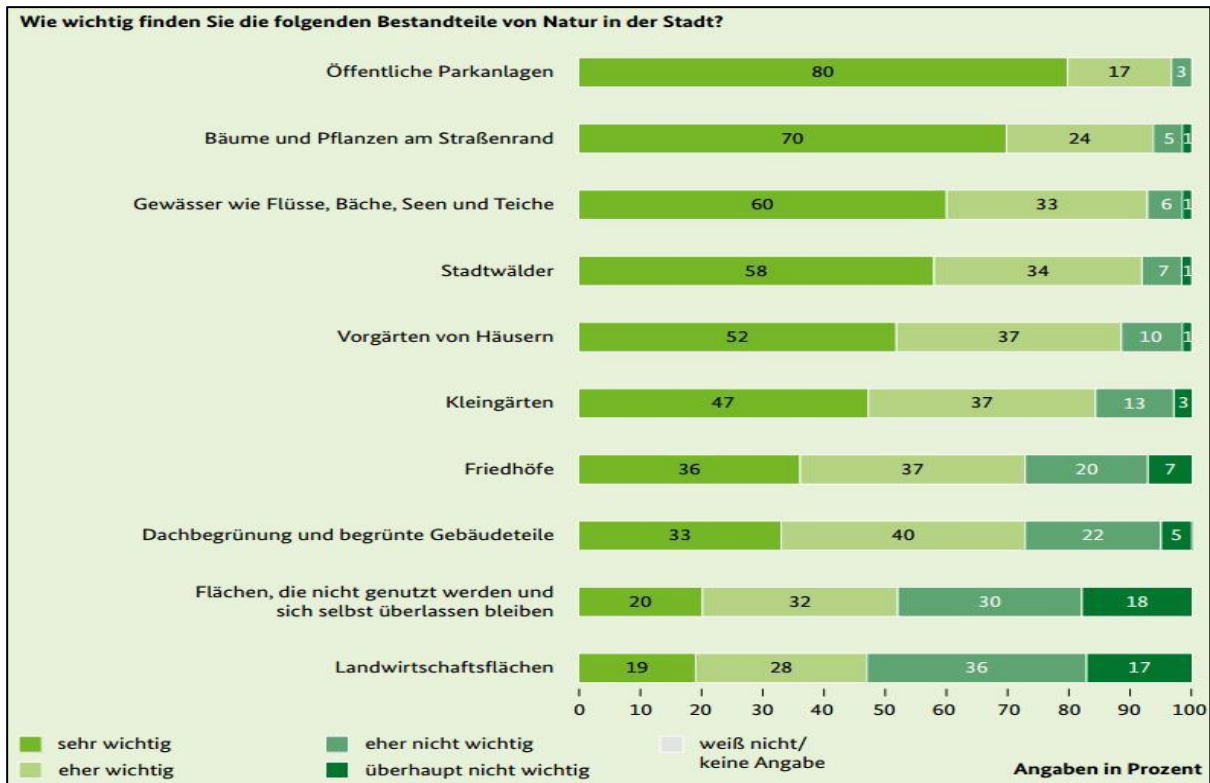


Abb. 14: Jeweilige Zustimmung für die Wichtigkeit bestimmter Grünflächen in Städten
(Quelle: BMUB6 2015, S. 45)

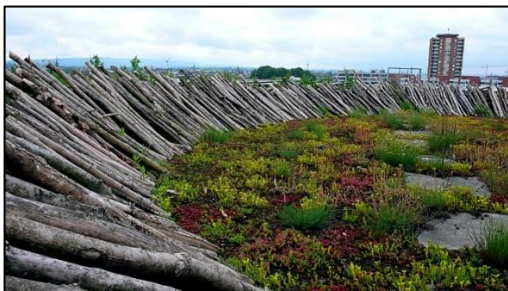


Abb. 15: Dachbegrünung in Basel, Schweiz
(Quelle: <http://www.stadtgaertnerei.bs.ch/eigene-garten/baugesuche/dachbegruenungen.html>)



Abb. 16: Dachbegrünung in Linz, Österreich
(Quelle: <http://www.kriegergut.at/img/projekte/Schwestern-Dach-Q1.jpg>)



Abb. 17: Dachbegrünung in Chicago, USA
(Quelle: <http://www.pbs.org/newshour/multimedia/chicago/8.html>)



Abb. 18: Begrünte Wände des Jean-Nouvel-Museum am Quai Branly in Paris, Frankreich
(Quelle: <https://www.verticalgardenpatrick-blanc.com/sites/default/files/styles/slideshow/public/medias/image/18-3-201015-41-14562.jpg?itok=PTziRaos>)

5.4.2 Fauna

Diese Grünflächen bieten die Grundlage für Tiere, welche sich in Städten von alleine ansiedeln oder aber gehalten werden können, wie z.B. die vorher genannten Honigbienen. Greifvögel, welche von den Pestiziden der Agrarwirtschaft vertrieben wurden, siedeln sich teilweise in Städten an. Der Wärmeinseleffekt bringt Insekten dazu höher zu fliegen. Nachtvögel, Schornsteinsegler können sich, um neue Beute zu finden, auf Dächern und Schornsteinen anzusiedeln und so Vogelbeobachtungen, wie die bereits genannte in Los Angeles, möglich machen (Lawton und Weaver 2000, S. 322). Neben endemischen Arten, welche sich in der Stadt eine neue Heimat suchen oder daran anpassen, gibt es noch Neozoen und Neophyten, die vor allem wegen den höheren Temperaturen in der Stadt und der Diversität an Flächen eine bessere Chance haben sich anzusiedeln. Die bekanntesten Stadttiere sind Ratten und Tauben, welche oft eher als Plage angesehen werden. Aber auch große Säugetiere wie Füchse, Eichhörnchen und Waschbären, welche wesentlich beliebter sind, kommen einem relativ schnell in den Sinn. Vögel wie Amsel und Krähe, aber auch Reptilien und Amphibien sind teilweise täglich zu beobachten. Abb. 19 zeigt eine sehr umfangreiche Auflistung von Tieren, die in deutschen Städten in freier Wildbahn zu finden sind. Weitere Chancen, Tiere zu beobachten und über diese mehr zu erfahren, bieten Tierparks wie z.B. der Wildpark in Leipzig. Während hier der Schwerpunkt auf endemischen Tierarten und Neozoen liegt, können Zoos Tiere und Informationen über diese aus der ganzen Welt bieten. Die meisten Zoos haben zusätzliche Ausstellungen und Informationstafeln zum Thema Biodiversität, Klimawandel, Regenwälder und so weiter, wie auch Zuchtprogramme für gefährdete Tierarten. Dies kann ein Bestandteil der ökologischen Aufklärung (education) von Ökotourismus sein. Jedoch sind Zoos sowie die Zuchtprogramme und ihr Nutzen ein stark diskutiertes Thema. Die Tiere sind entgegen der anderen tierischen Bewohner allesamt komplett eingesperrt und nicht freiwillig angesiedelt. Ausnahmen bilden einzelne kleine Säugetiere oder Vögel wie z.B. die Graureiher im Leipziger Zoo, die in großer Zahl dort zu finden sind, da sie unter anderem die Fische bei der Pinguinfütterung abgreifen.

<u>Säugetiere</u>	Goldammer	<u>Amphibien</u>
Biber	Graureiher	Bergmolch
Dachs	Grünspecht	Gelbbauchunke
Eichhörnchen	Hänfling	Kammolch
Fledermaus	Kernbeißer	Kleiner Wasserfrosch
Graugans	Hausrotschwanz	Seefrosch
Hermelin	ling Kleiber	Teichfrosch
Igel	Kohlmeise	
Kaninchen	Mauersegler	<u>Fische</u>
Nutria	Mehlschwalbe	Goldfische
Ostschermaus	Mönchgrasmücke	Koi-Karpfen
Reh	Neuntöter	Karpfen
Rotfuchs	Rabenkrähe	
Schwan	Rotkehlchen	<u>Insekten</u>
Siebenschläfer	Schwalbe	Ameise
Steinmarder	Seidenschwanz	Assel
Waldmaus	Singdrossel	Biene
Wanderratte	Sperber	Deutsche Wespe
Waschbär	Stadttaube	Feuerwanzen
Wildschwein	Stieglitz	Fliegen
	Stockente	Großer Wollschweber
<u>Vögel</u>	Teichhuhn	Großes Glühwürmchen
Amsel	Turmfalke	Hornisse
Baumfalke	Wanderfalke	Junikäfer
Bergfink	Wendehals	Käfer
Blässhuhn	Zaunkönig	Libellen
Bluthänfling		Marienkäfer
Distelfink	<u>Reptilien</u>	Motten
Dohle	Blindschleiche	Schmetterlinge
Elster	Mauereidechse	Schnecken
Gartenbaumläufer	Ringelnatter	Spinnen
Gimpel	Zauneidechse	Würmer

Abb. 19: Tiere in deutschen Städten
(Quelle: eigene Darstellung; Jaun 2012)

5.5 Definition und Prinzipien eines urbanen Ökotourismus

Es gibt also eine Vielzahl von Gründen, der Idee von Ökotourismus in Großstädten eine Chance zu geben. Hierfür kann aber das Konzept nicht genau angewendet werden, sondern muss an die veränderte Situation der urbanen Flächen angepasst werden. Die in 3.1 Entstehung und Definitionen genannten Prinzipien des Ökotourismus von TIES und Martha Honey dienen hierfür als Grundlage der Prinzipien eines urbanen Ökotourismus.

- **Reise in ein urbanes Gebiet**
- **Schädliche Einflüsse auf die Destination, lokale Kultur und Umwelt werden möglichst geringgehalten**
- **An- und Abreise, Unterkunft sowie Aktionen werden möglichst nachhaltig gestaltet**
- **Bewusstseinsbildung über die örtliche Kultur, Gesetze und Normen sowie Umwelt und diese respektieren**
- **Der Aufenthalt enthält Aktionen, welche die örtliche Natur nutzen**
- **Einnahmen für die Anwohner und örtlichen Betriebe**
- **Unterstützung von demokratischen und partizipativen Projekten**

Die größte und selbsterklärende Veränderung bei den Prinzipien ist, dass es um ein urbanes und nicht mehr um ein Naturgebiet gehen muss. Des Weiteren wird auf direkte Einnahmen für den Naturschutz verzichtet, da die Natur in urbanen Gebieten meist frei zugänglich ist oder von der freien Wirtschaft genutzt wird. Es wird jedoch gefordert, die Reise möglichst nachhaltig zu gestalten. Dies bewirkt, dass vor allem umweltfreundlichere und nachhaltig agierende Betriebe ausgewählt werden und Einnahmen erhalten. Hierdurch werden diese gefördert und zukünftiger Schaden für die Umwelt vermindert. Während bei den klassischen Ökotourismus-Definitionen Entwicklungsländer als Untersuchungsgebiete dienten, wird hier eher an Großstädte in westlichen Ländern gedacht, welche eine ältere und stabilere Demokratie aufweisen. Daher wird Empowerment der Menschen sowie die Förderung von Menschenrechtsprojekte, ersetzt durch das Bestreben nach demokratischen und partizipativen Projekten.

Als Definition von urbanem Ökotourismus ergibt sich:

Eine Reise in ein urbanes Gebiet mit möglichst minimaler Schadenseinwirkung auf die lokale Umwelt und Kultur, wobei beide Faktoren von den BesucherInnen respektiert werden und sich über diese im Laufe des Aufenthalts informieren. Aktionen vor Ort beinhalten die lokale Natur und für An- und Abreise sowie Unterkunft und Verpflegung werden nachhaltige Betriebe in lokalem Besitz favorisiert.

6. Fallstudien

Um den im vorherigen Kapitel erarbeiteten urbanen Ökotourismus im Untersuchungsgebiet Deutschland zu testen, wurden zwei Großstädte Deutschlands als Beispiel genommen: Leipzig als Beispiel für eine Großstadt und München als Beispiel für eine Millionenstadt. Beide haben sich hierfür qualifiziert, da sie eine positive Entwicklung der Gästezahlen aufweisen und einen beachtlichen Anteil an Grünflächen haben. Die beiden Städte werden vorgestellt ob ihrer touristischen Faktoren und dann auf Potentiale für urbanen Ökotourismus untersucht.

6.1 Leipzig

6.1.1 Die Stadt

Leipzig ist eine Messe-, Kongress- und Universitätsstadt in der Mitte der Bundesrepublik Deutschland (siehe Abb. 21) und mit 560.472 Einwohnern die größte Stadt des Bundeslandes Sachsen (Leipzig4). Die Stadt liegt im Mittelpunkt der Metropol Region Mitteldeutschland (ehemals Sachsendreieck) (siehe Abb. 20) (Stadt Leipzig2).

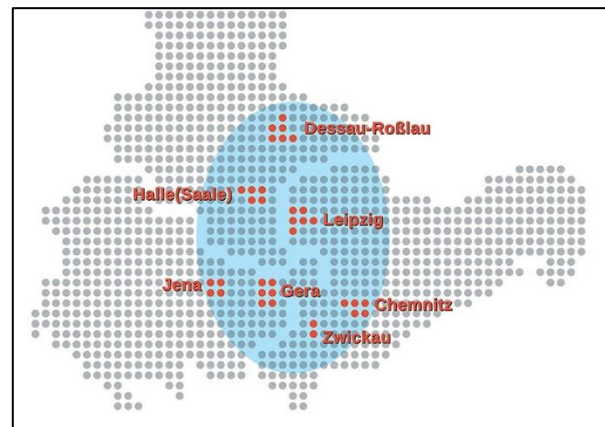


Abb. 20: Gebiet der Metropolregion Mitteldeutschland (Quelle: Stadt Leipzig2)

Abb. 21: Leipzigs Lage in Deutschland (Quelle: <https://content-archive.demonews.de/content/articles-deutschlandkarte.gif>)

Geschichte

2015 feierte die Stadt ihre 1000-jährige Erwähnung und war damit Teil mehrerer deutscher Staatssysteme, unter anderem der DDR. Leipzig war Austragungsort der Völkerschlacht im Kampf gegen Napoleon 1813. Während der DDR-Zeit war die Stadt bereits eine Messestadt und empfing daher öfter ausländische Gäste, wodurch sie als Musterstadt mehr Aufmerksamkeit durch das DDR-Regime erfuhr (Gormsen 1996, S. 9).

Ansonsten wurde das Umland von Leipzig während der DDR-Zeit vor allem für den Abbau von Braunkohle genutzt und dadurch über Jahrzehnte die Boden-, Wasser- und Luftqualität der Stadt in Mitleidenschaft gezogen. In der Stadt fanden die Montagsdemonstrationen statt und die Friedliche Revolution startete bei der Nikolaikirche. Nach der Wende verlor Leipzig viele Einwohner durch die schlechte Umweltqualität, ausgelöst durch den Braunkohleabbau, sowie das Schließen vieler Betriebe wie im restlichen Ostdeutschland auch. Leipzig schrumpfte und versuchte durch Eingliederungen der umgebenen Ortschaften die sinkende Einwohnerzahl zu kompensieren. Mittlerweile weist die Bevölkerungszahl einen positiven Trend auf, aber es gibt noch immer die Überbleibsel einer schrumpfenden Stadt, durch viele Brachflächen und leerstehende Gebäude. Teilweise haben diese jedoch neuen Funktionen oder werden für Interimslösungen genutzt. Die Stadt galt als bekanntestes Beispiel der negativen Folgen der Wende und hat daher in den letzten beiden Jahrzehnten viel Aufmerksamkeit durch die Politik erfahren. So wurde das Bundesverwaltungsgericht hierhin verlegt und eine Menge an Fördergeldern für Großprojekte wie der Flughafen Halle/Leipzig und die Restaurierung von alten Gebäuden investiert. Die Löhne sind noch immer geringer als in Westdeutschland, daher sind viele Produkte und Dienstleistungen in Leipzig günstiger. Die meisten Betriebe agieren deutschlandweit oder global, wodurch die Preise mittlerweile angepasst sind, aber es gibt immer noch Angebote im Gastgewerbe zu finden, wo die Preise niedriger als im restlichen Deutschland sind. Durch den noch immer bestehenden Leerstand sind Grundstückspreise und Mieten auch immer noch niedriger als in anderen deutschen Großstädten.

Image

Nach der Wende war das Image der Stadt Leipzig eher negativ. Die Industrie wanderte, wie auch in anderen ostdeutschen Städten, ab und mit ihr die ArbeiterInnen. Die unter dem DDR Regime ausbleibende Pflege zeigte sich deutlich am Stadtbild und der bis an die Stadtgrenze vordringende Braunkohleabbau hat über Jahrzehnte die Luftqualität verschlechtert. Weiße Wäsche konnte draußen nicht aufgehängt werden, der Boden hatte sich mittlerweile mit den Bestandteilen aus der Luft angereichert. Leipzig verlor schnell eine hohe Anzahl an EinwohnerInnen und die Abwärtsspirale einer schrumpfenden Stadt begann mit Leerständen, Überschuldung usw.. Dies führte zu einem schlechten Ruf für die Stadt, bekannt als dreckiges, verlassenes Leipzig.

Investitionen, Kampagnen sowie der kreative Umgang mit Brachflächen und Leerstand haben dieses Image komplett gedreht. Mittlerweile ist die Umweltqualität in Leipzig gestiegen und es ist bekannt für seine vielen Grünflächen und Gewässer. In Westdeutschland wurden die Möglichkeiten der Stadt erkannt und es kommen immer mehr StudentenInnen aus dem Westen. Im Wintersemester 2015/16 war über ein Drittel der StudentenInnen aus Westdeutschland (Leipziger Volkszeitung 2015a). Eine andere Gruppe, welche Leipzig für sich entdeckt hat und damit das Image aufbesserte, sind die Kreativen.

Leipzig erlebt einen starken Zuzug von KünstlerInnen, welche die Möglichkeiten und günstigen Mieten nutzen. Jeder zehnte Zuzug nach Leipzig kommt aus Berlin. Die New York Times schrieb vor wenigen Jahren über Leipzig, es wäre *The better Berlin* (Burkhardt 2013).

Seit gut zehn Jahren wird in den Medien national (*ZEIT, Spiegel*) und im angelsächsischen Raum (*New York Times, Guardian*) berichtet, wie großartig Leipzig inzwischen sei. Mittlerweile gibt es sogar schon Kritiker um den Hype, welche den Begriff *Hypezig* erfunden haben (Machowecz 2015). Die LTM (Leipziger Tourismus und Marketing GmbH) ist nicht sehr glücklich über den Begriff *Better Berlin*, da Leipzig nicht als zweite Version einer anderen Stadt erscheinen soll. Die mediale Aufmerksamkeit wird von der LTM zwar begrüßt, jedoch die Begriffe nicht selber weiterverwendet (Interview Wieschollek).

Bisher hält der Trend an und Leipzig ist durch die Berichterstattung der letzten Jahre bekannter geworden und hauptsächlich durch positive Presse aufgefallen.

6.1.2 Faktoren der Stadt Leipzig

Gebäude

Durch ihre 1000-jährige Geschichte hat die Stadt viele alte Gebäude aus verschiedenen Zeitaltern wie der Gründerzeit, der DDR-Zeit und dem späten Mittelalter vorzuweisen. Durch die erwähnten Investitionen wurde viele Gebäude restauriert und haben teilweise eine neue Funktion gefunden, wie die Baumwollspinnerei, welche nun Galerien und Ateliers beherbergt. Einige Beispiele für sehenswürdige Bauwerke finden sich in Abb. 22.

Alte Handelsbörse	Bundesverwaltungsgericht	Baumwollspinnerei
Alte Messe	Bibliotheca Albertina	Nikolaikirche
Auerbachskeller	Gohliser Schlösschen	Thomaskirche
Augustusplatz	Hauptbahnhof	Russ. Gedächtniskirche
Bayrischer Bahnhof	Mädlerpassage	Schillerhaus
MDR Tower	Markt und altes Rathaus	Völkerschlachtdenkmal
Neues Rathaus	Moritzbastei	Gründerzeitviertel

Abb. 22: Sehenswerte Gebäude Leipzigs
(Quelle: Eigene Darstellung)

Infrastruktur

Die Stadt ist an das deutsche Autobahnnetz mit der A9, A14 und A38 angebunden. Es gibt einen gut ausgebauten öffentlichen Nahverkehr mit Straßenbahnen, Bussen und S-Bahnen sowie einen großen Bahnhof für den Regionalverkehr, Fernzüge und den City Tunnel, der die Städte der Metropolregion Sachsen Dreieck miteinander verbindet. Der mit Halle geteilte Flughafen hat viele internationale Anschlüsse. Fernbusse, vor allem des Unternehmens FlixBus-MeinFernbus, verkehren hier mehrmals täglich in andere Großstädte.

Kultur

Es gibt in Leipzig ein großes Angebot an Kultur: Sieben stadtgeschichtliche und 15 weitere Museen (siehe Abb. 23). Für darstellende Kunst gibt es eine Oper, das Gewandhaus zu Leipzig, die Musikalische Komödie, das Schauspielhaus, die Neue Szene, das Theater der Jungen Welt sowie das Kabarett *Academixer* und *Funzel* (Statistik Leipzig10). Neben den drei Bibliotheken *Universitätsbibliothek Albertina*, den städtischen Bibliotheken und der Zentralbücherei für Blinde ist besonders die Deutsche Nationalbibliothek ein interessanter Faktor (Statistik Leipzig3).

Es gibt mehrere Nachtclubs, Cafés, Diskotheken und Veranstaltungsorte, wie die Neue Messe für Konzerte und Ausstellungen, z.B. die jährliche Leipziger Buchmesse sowie 35 andere Messen (Statistik Leipzig7), 140 Kongresse (Statistik Leipzig7) und Ausstellungen wie das Wave Gotik Treffen. Durch die fast 38.000 Studenten (Statistik Leipzig6) in der Stadt gibt es eine lebendige StudententInnen-Szene mit z.B. Poetry Slams.

Stadtgeschichtliche:	Grassi	Bach-Archiv
• Altes Rathaus	• Völkerkunde	Mendelssohn-Haus
• Neubau	• Musikinstrumente	Naturkundemuseum
• Kaffeemuseum	• Angewandte Kunst	Deu. Buch- und Schrift M.
• Forum 1813	Zeitgeschichtliches Forum	M. der bildenden Künste
• Schillerhaus	Deu. Kleingärtnermuseum	Apothekermuseum
• Alte Börse	M. in der Runden Ecke	M. für Druckkunst Leipzig
• Völkerschlachtdenkmal		Galerie für Zeitgenössische Kunst

Abb. 23: Museen in Leipzig
(Quelle: Eigene Darstellung; Leipzig Statistik8)

Freizeitangebote

Es gibt 102 Stadien, wie z.B. die Red Bull Arena sowie Sportplätze, sechs Freibäder, 10 Hallenbäder, 22 Tennisanlagen und über 60 weitere Anlagen für Kegeln, Motorsport, Reitsport, Schießsport und Wassersport (Statistik Leipzig9). Des Weiteren gibt es das Asisi-Panometer (riesiges Panorama-Bild), die Neue Messe mit Ausstellungen, den Leipziger Zoo, den Wildpark, Lasertag, Kino, die dreimal jährlich stattfindende Kleinmesse (Rummel, Jahrmarkt, Kirmes) und den Freizeitpark (Vergnügungspark, Spaßpark) Belantis.

Gewässer

Leipzig hat viel Wasserfläche im Stadtgebiet (siehe Abb. 24). In der Stadt gibt es mehr als 13 Standgewässer, private Teiche nicht mitgezählt. Einige Flüsse wie die Weiße Elster, Pleiße und Pathe fließen durch das Stadtgebiet und nähren das Auengebiet. Der Grundwasserspiegel in der Leipziger Tieflandsbucht ist relativ hoch. Dadurch bildet sich das Auengebiet. Für den Braunkohleabbau wurde der Grundwasserspiegel künstlich niedrig gehalten, nun hat man ihn aber wieder ansteigen lassen. Dadurch wurde das Auengebiet revitalisiert und ehemalige Tagebauten im Süden von Leipzig füllten sich zu Seen auf.

<u>Standgewässer</u>	Teich im Gutspark Mölkau
Gutspark:	Teich am Colmberg
• Dianateich	Dorfteich Hohenheida
• Dreiecksteich	Kulke
• Rosenteich	Fischteiche an der Elster
• Ententeich	Schönauer Sumpflache
• Tempelteich	Teich Südfriedhof
Schwanenteich	Kleiner Wehrteich Hohenheida (Sperlingsteich)
Hakenteich	Der Auensee
<u>Flüsse</u>	
Die weiße Elster (Elsterbecken, Elsterflutbett, Elsterhochflutbett)	
Der Elstermühlgraben	
Die Pleiße (Pleißeflussbett, Pleißehochflutbett)	
Die Luppe (Neue Luppe, Kleine Luppe)	
Die Nahle	
Die Parthe	

Abb. 24: Gewässer in Leipzig
(Eigene Darstellung; Stadt Leipzig4)

Grünflächen

Grünflächen sind aus mehreren Gründen zahlreich in Leipzig (siehe Abb. 25): Schrebergärten haben eine lange Tradition in Leipzig. Daher ist es nicht verwunderlich, dass es 278 Kleingartenanlagen im Stadtgebiet gibt (Stadt Leipzig1). Hinzu kommen die Vor- und Hintergärten der Häuser. Der Auwald, der sich über drei Bundesländer erstreckt ist in der Stadt Leipzig mit sieben Prozent, also 2.424 Hektar vertreten. Als moderne Großstadt hat Leipzig auch Urban-Gardening-Plätze. Die zwei größten sind Querbeet im Osten und Annalinde im Westen der Stadt. Es gibt mehrere große Friedhöfe, wovon der Südfriedhof mit 78 Hektar der größte ist (Stadt Leipzig6). Die Stadt hat eine große Anzahl von Parks, die sich in ihrer Größe und Gestaltung stark unterscheiden. Der Clara-Zetkin-Park im Westen ist so groß, dass er andere Parks wie den Johanna-Park miteinschließt und von mehreren Flüssen durchzogen wird. Das Rosental beinhaltet ein Klärwerk, einen Wald, viele Wiesen und grenzt bis in die Innenstadt an den Zoo heran, wodurch dort für Tiere eine Zusammenführung der Lebensräume besteht. Es gibt alte Volksgärten wie den Mariannenpark, aber auch sehr neue Parks, die aus alten Fabrikgeländen umgestaltet wurden wie den Lene-Voigt-Park. Da Leipzig einst eine schrumpfende Stadt war, gibt es hier wesentlich mehr Brachflächen als in anderen Großstädten. Viele von diesen Brachflächen stehen seit der Wende unverändert oder Gebäude auf diesen wurden auf Grund der Einsturzgefahr abgerissen. Hierdurch konnten sich auf diesen Flächen über die Jahre Pflanzen ansiedeln.

Friedhöfe:	<ul style="list-style-type: none"> • Volkspark Kleinzschocher • Fritz von Harck Anlage • Grüner Bogen Paunsdorf • Erholungspark Lößnig-Dölitz • Schönauer Park • Alter Johannisfriedhof • Lene-Voigt-Park • Park an der Etzoldischen Sandgrube • Addis Abeda Platz • Henriettenpark • Robert Koch Platz • Parthenaue • Schlosspark Lützschena • Wilhelm Külz Park • Promenadenring • Rosental • Agra Park • Arthur-Bretschneider-Park
<ul style="list-style-type: none"> • Südfriedhof • Ostfriedhof • Nordfriedhof • Möckern Friedhof • Sellerhausen Friedhof • Alter Israelischer Friedhof • Friedhofskanzlei auf dem Südfriedhof • Kleinzschocher Friedhof 	
Urban Gardening:	<ul style="list-style-type: none"> • Botanischer Garten • Stadtwald (Teil des Auwaldes)
<ul style="list-style-type: none"> • Querbeet • Annalinde 	
Kleingärten:	
<ul style="list-style-type: none"> • Pachtgärten • Kleingartenanlagen • Vor- und Hintergärten 	
Parks:	
<ul style="list-style-type: none"> • Clara-Zetkin-Park • Mariannenpark • Friedenspark 	

Abb. 25: Grünflächen in Leipzig
(Quelle: Eigene Darstellung; Stadt Leipzig3)

Tierwelt

In Leipzig sind die üblichen Vertreter der städtischen Tierwelt anzutreffen. Am auffälligsten sind dabei der Rotfuchs, die Tauben, die Frettchen und das Neozoen Waschbär, welche auch immer wieder für mediale Aufruhr sorgen, weil sie durch ein Feststecken im Fenster eine illegale Marihuana-Plantage aufdecken (Leipziger Volkszeitung 2016) oder an der Decke des Bundesverwaltungsgerichtes feststecken (Leipziger Volkszeitung 2012). In dem Stadtwald, der Teil des Auwaldes ist, kommen dementsprechend auch teils geschützte und seltene Tierarten bis in die Stadt hinein.

6.1.3 Umland

Der Auwald geht von den westlichen Stadtteilen aus weiter im Westen der Stadt über die Bundeslandgrenze hinaus. Direkt an der südlichen Stadtgrenze ist das Neuseenland. Südlich von Leipzig wurden die ehemaligen Braunkohleabbaugebiete in eine künstliche Seenlandschaft umgewandelt, indem man das Grundwasser wieder auf ein natürliches Niveau hat ansteigen lassen. Im etwas weiterem Umland gibt es kleine Burgen. Nördlich von Leipzig beginnt der sächsische Teil der Dübener Heide, ein großenteils mit Wald bedecktes Gebiet, das um Bad Dübener Heide auch einen Naturpark beinhaltet.

6.1.4 Tourismus

Kennzahlen

Der Tourismus hat seit der Jahrtausendwende eine sichtbar positive Entwicklung genommen, die in den letzten fünf Jahren nochmals erheblich angezogen ist, wie man an den Ankünften und Übernachtungen sehen kann. In den ersten zehn Jahren des Jahrtausends sind die Ankünfte auf das Eineinhalbfache angestiegen und bis 2016 sogar um das Doppelte (siehe Abb. 27, Abb. 28, Abb. 29). Die Übernachtungen stiegen im gleichen Maße. Wobei die meisten Gäste in Hotels übernachteten, weniger als die Hälfte in Hotel garní (keine Hotelkette, kleinere, unabhängige Hotels, Beherbergung ohne Restaurant) und am wenigsten in Pensionen (siehe Abb. 30). Dafür liegt die Übernachtungsdauer bei Pensionen mit durchschnittlich 2,3 Nächten leicht über den 1,8 Nächten von Hotels und Hotel garní (siehe Abb. 31). Solch eine kurze Durchschnitts-Aufenthaltsdauer ist für eine Stadt nicht ungewöhnlich. Das Angebot wird bei Betrieben und Betten sinngemäß von Hotels dominiert (siehe Abb. 32).

Mit über 86 Prozent kommt der Großteil der Gäste aus Deutschland. Das restliche Europa ist mit über einem Zehntel die nächst-größere Gruppe, wovon fast die Hälfte der Gäste aus Nachbarländern sind. (siehe Abb. 26).

Ort	Anteil
BRD	86,20 %
Europa (ohne BRD)	10,46%
Nachbarländer (ohne LUX und BEL)	4,92%
Amerika	1,6%
Asien	1,28%
Australien und Ozeanien	0,18%
Afrika	0,10%

Abb. 26: Ankünfte der Stadt Leipzig 2016 nach Herkunft
(Quelle: Eigene Darstellung; Leipzig Statistik5)

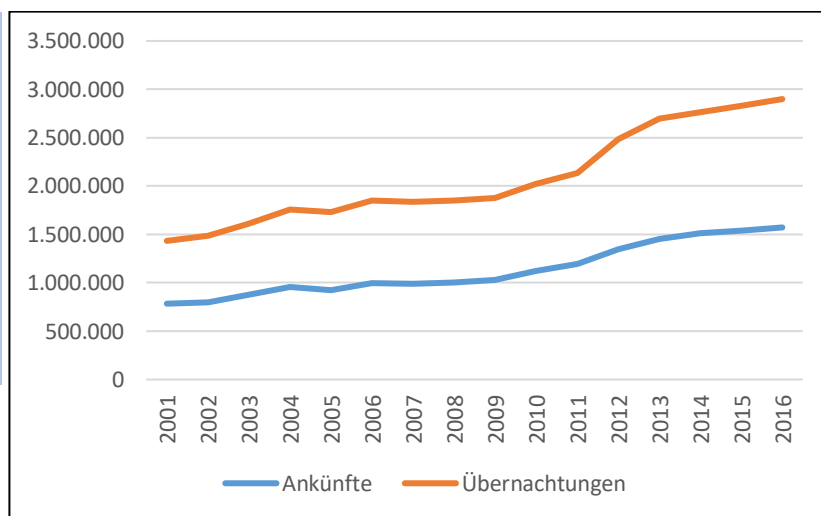


Abb. 27: Jährliche Ankünfte und Übernachtungen in Leipzig 2001 – 2016
(Quelle: Eigene Darstellung; Leipzig Statistik1)

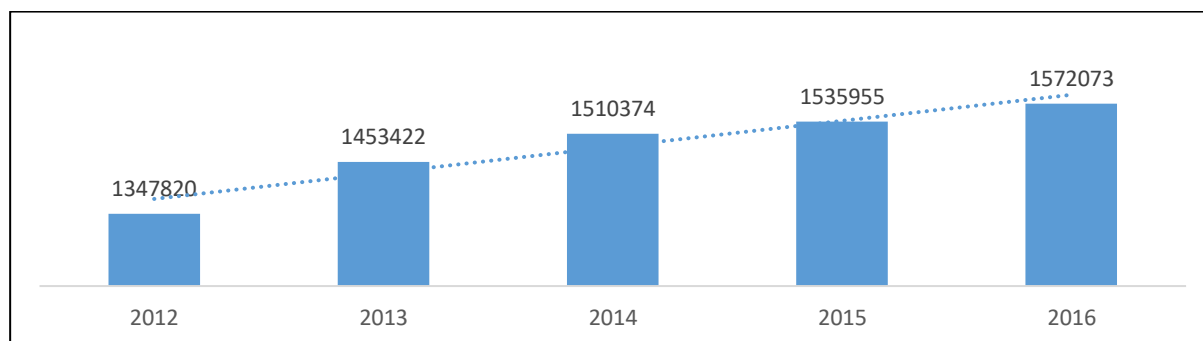


Abb. 28: Jährliche Ankünfte in Leipzig 2012 – 2016

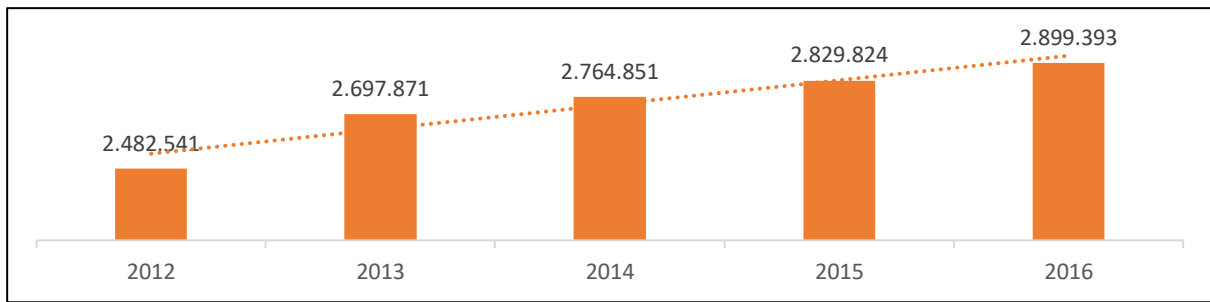


Abb. 29.: Jährliche Übernachtungen in Leipzig 2012 – 2016
(Quelle: Eigene Darstellung; Leipzig Statistik1)

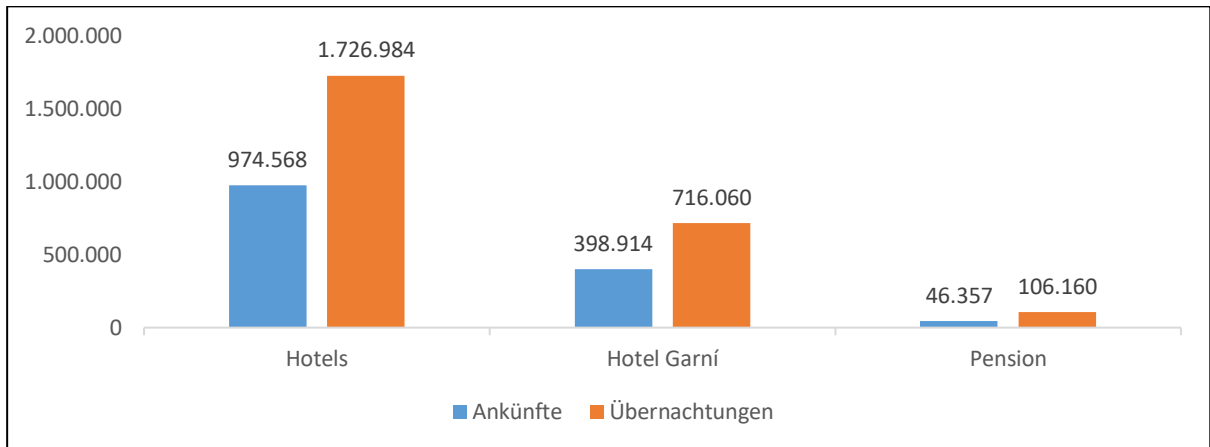


Abb. 30: Gäste in Leipzig 2016 nach Unterkunftsarten
(Quelle: Eigene Darstellung; Leipzig Statistik2)

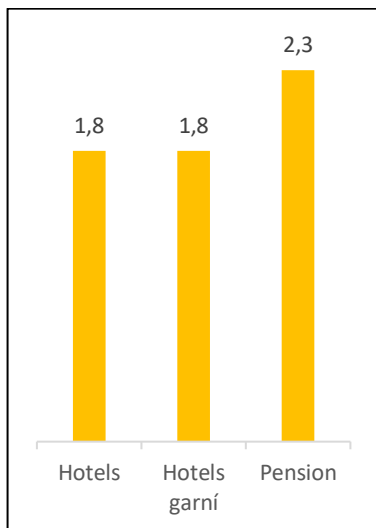


Abb. 31: Durchschnittliche Übernachtungsdauer in Tagen in Leipzig 2016 nach Unterkunftsarten
(Quelle: Eigene Darstellung; Leipzig Statistik2)

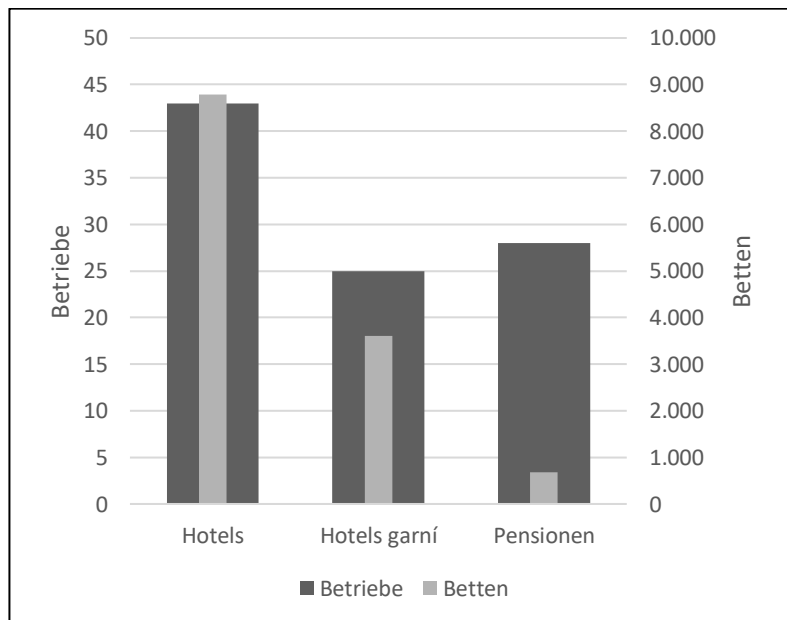


Abb. 32: Betriebe und Betten in Leipzig 2016 nach Unterkunftsarten
(Eigene Darstellung; Leipzig Statistik2)

Marketing, Werbung

Auf der Leipzig-Internetseite findet sich *Tourismus* als Reiter zusammen mit *Freizeit* und *Kultur*. Die Sortierung ergibt durchaus Sinn, da diese beiden Rubriken auch für die TouristInnen interessant sind. Genauso sind weitere Rubriken wie die Grünflächen für AnwohnerInnen wie auch TouristInnen interessant. In der Rubrik *Tourismus* hat die Internetseite eine sehr gute Grundausstattung wie aktuelle Termine, Sehenswürdigkeiten und so weiter. Es wird deutlich auf die LTM und deren Internetseite hingewiesen. Auf *leipzig.travel*, welche in hellblauen Tönen gehalten ist, werden BesucherInnen über einen Aufenthalt in Leipzig sehr gut informiert. Es wird über die Sehenswürdigkeiten Leipzigs, Veranstaltungen usw. wie auch Unterkunft und Anreise aufgeklärt. Über die richtigen Reiter kommt man auch zu Texten und Bildern des grünen Leipzigs sowie den Stadthafen am Fluss und die sportlichen Seiten der Stadt. Positiv sind auch die Infomaterialien, wo auch Flyer für Radtouren und Wanderrouten (Spaziergänge in der Stadt ebenso) als PDF heruntergeladen oder kostenlos bestellt werden können (kostenlose Lieferung auch ins Ausland). Der *Gut zu Fuß*-Flyer, als Beispiel genommen, beinhaltet Wanderrouten durch Leipzig und die Leipziger Umgebung. Positiv für einen möglichen urbanen Ökotourismus ist, dass neben der PKW-Anfahrt jeder Route ebenfalls eine mögliche Anfahrt und Rückfahrt mit dem öffentlichen Nahverkehr angegeben ist.

Die blaue Farbgebung der Internetseite lässt sie jedoch etwas kalt erscheinen und der Eindruck, dass der wirtschaftliche Faktor im Vordergrund steht, ist deutlich zu erkennen. Sehenswürdigkeiten und Unternehmungen, für welche Geld ausgegeben werden muss, sind ausführlicher aufgelistet und es wird ausführlich auf Ticketverkäufe, Sonderangebote und externe Anbieter wie *hrs.de* verlinkt. Die zur Internetseite gehörende App verstärkt diesen Eindruck noch, da sie sehr limitiert Sehenswürdigkeiten und Unternehmungen aufzählt und den Schwerpunkt stattdessen vor allem auf Hotellsuche, Shopping und dergleichen legt.

Eine weitere Internetseite der LTM ist *www.verborgenes-leipzig.de*. Hier finden sich nach Gruppen sortiert verschiedene Tipps für die Freizeitgestaltung in Leipzig. Es werden kleinere Geschäfte, Orte oder auch Aktionen und Sehenswürdigkeiten empfohlen, welche meist nicht auf Must-See-Listen aufgeführt werden. Die Tipps beinhalten auch freie Orte für Spaziergänge sowie Radtouren, kulturell Interessantes wie auch historisch wertvolle Plätze und Gebäude mit deren Hintergrundgeschichte.

Das Logo der LTM für die Region Leipzig verwendet Blau für das Neuseenland, Grün für die Dübener Heide, Rot für die Burgen und Weißgrau für die Stadt, welche diese verbindet (siehe Abb. 33).

Bei der Vermarktung nimmt die LTM zwar Inspiration von den Trends beim Deutschland Tourismus und tauscht sich regelmäßig mit den Stadtämtern aus, am Ende liegt die Entscheidungsgewalt aber bei der LTM.

Wie an dem Logo erkennbar, wird sich dabei nicht nur um die Stadt Leipzig, sondern auch das Umland mit der Dübener Heide, dem Neuseenland und dem Burgenland gekümmert. Nicht zuletzt dadurch werden verschiedene Zielgruppen angesprochen. Um diese zu erreichen verwendet die LTM verschiedene Profile, je nach Alter, Interesse oder Herkunftsland. Das Motiv Hochkultur (Museenlandschaft, kleine Galerien) sowie das Motiv der Musikstadt Leipzig (Thomanerchor, Bach) werden z.B. für ältere Gäste verwendet. Für jüngere Gäste wird auf die Diversität der Angebote in der Vermarktung betont. Bei Bloggern und ausländischen Journalisten wird in Züge dessen noch stärker auf die möglichen Aktivitäten hingewiesen. Naturverbundener Tourismus wird für die niederländischen, österreichischen und Schweizer Gäste verwendet. Nachhaltigkeit ist bei der Kommunikation mit dem Ausland fast kein Thema und wird eigentlich nicht nachgefragt.

Seitens der LTM gibt es eine Zusammenarbeit mit zahlreichen Leipziger Firmen für z.B. die Erarbeitung von Gruppenangeboten oder Programmplanung für Presse- und Studienreisen. Eine Möglichkeit für die BürgerInnen sich einzuarbeiten ist das quartalsweise stattfindende Tourismus-Frühstück (kostenlose Teilnahme). Dieses besteht aus einer Diskussionsrunde, welche im Anschluss in eine offene Runde für Fragen übergeht. (Interview Wieschollek)



Abb. 33: Leipziger Tourismus Logo
(Quelle: www.leipzig.travel)

6.1.5 Potential für urbanen Ökotourismus

Gäste

Die Tourismuskennzahlen zeigen, dass die BesucherInnen Leipzigs vor allem aus Deutschland kommen (siehe Abb. 26). Damit sind für die An- und Abreise die Möglichkeiten für umweltfreundliche Varianten wie Zug und Fernbus gegeben (siehe Infrastruktur). Von den internationalen TouristInnen kommt fast die Hälfte aus einem Nachbarland und hat damit die gleichen Möglichkeiten wie die deutschen TouristInnen, da die Züge und Fernbusse europaweit agieren.

Infrastruktur

Leipzig kann sehr gut mit umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln als dem PKW oder dem Flugzeug bereist werden. Leipzig ist einer der Knotenpunkte der FlixBusMeinFernbus-Fernbusse und es besteht Anschluss an die Großstädte Deutschlands und die umliegenden Länder. Der Bahnhof ist sehr groß und viele Fernzüge halten dort. Die Europa-Sparschiene der Deutschen Bahn ermöglicht z.B. über Praha eine Anreise für 39 Euro aus einer österreichischen Großstadt.

In der Stadt ist das Straßenbahnnetz gut ausgebaut und ermöglicht für Touristen eine Fortbewegung ohne PKW. Etwaige Lücken des Netzes vor allem im Osten betreffen hauptsächlich nicht touristisch ansprechende Gebiete und werden zudem von dem örtlichen Busnetz abgedeckt. Der Preis für die Tageskarte für das Stadtgebiet ist mit 7,20 Euro zwar in den letzten drei Jahren stark angestiegen, hat aber immer noch im europaweiten Vergleich einen akzeptablen Preis. Besonders interessant für Touristinnen ist das Angebot, dass ein Tagesticket günstiger wird, je mehr Personen es nutzen (Tagesticket für zwei Personen 11 Euro, Tagesticket für fünf Personen 22,40 Euro).

Eine Alternative ist Radfahren. Leipzig hat (mit Schwächen im Ostteil) ein gut ausgebautes Fahrradwegenetz und dieses wird von den AnwohnerInnen gut genutzt z.B. den StudentInnen. Es gibt geplante Touren, welche durch die Stadt führen oder aus dem Stadtgebiet ins Umland. Diese Touren sowie eine Auflistung der zahlreichen Fahrradverleih-Möglichkeiten in der Stadt sind auf *radfahren-in-leipzig.de* gut sichtbar für BesucherInnen aufgeführt. Die offizielle Tourismus-Firma für Leipzig bietet auf ihrer Internetseite zusätzlich ein PDF zum Download an, indem die Verleihstationen mit den wichtigsten Informationen aufgeführt sind.

Dass die Stadt auch zu Fuß sehr gut besichtigt werden kann, liegt an drei Faktoren: Das Straßenbahnnetz hilft, größere Strecken einfach zu überwinden. Die große Innenstadt ist nur für FußgängerInnen zugänglich. Viele Sehenswürdigkeiten sind durch begrünte Wege an Flüssen und ruhigen Wegen miteinander verbunden.

Es gibt diverse Stadttouren-Angebote: Es können Schwerpunkte für verschiedene kulturelle Interessen (Mittelalter, Friedliche Revolution, DDR, Völkerschlacht) und verschiedene Fortbewegungsmittel (zu Fuß, Fahrrad, Segway, Boot, Kanu) ausgewählt werden.

Kultur

Das Kultur-Angebot in Leipzig ist sehr groß (siehe **Kultur**): Die lange Stadtgeschichte mit verschiedenen Staatsformen und die Stadtgröße mit einhergehendem Angebot aus Oper, Theater, Museen sowie verschiedenen Bewohnergruppen. Zwei Faktoren machen Leipzig für den urbanen Ökotourismus besonders interessant: Wie bereits geschrieben, ist bei der Definition zu Ökotourismus das Bild vorhanden, dass TouristInnen aus den Industriestaaten Entwicklungsländer besuchen. Ist in diesen Definitionen also von *Kultur* die Rede, wird der Unter-

schied zwischen diesen beiden Ländern (Destination und TouristInnen-Herkunftsland) angesprochen. Bei den größtenteils deutschen TouristInnen in Leipzig wäre dies nicht gegeben. Jedoch hat Leipzig mit seiner DDR-Vergangenheit eine Besonderheit: BesucherInnen aus der westlichen Bundesrepublik oder jüngere BürgerInnen können in Leipzig die vergangene DDR-Kultur nachempfinden, welche von der Stadt sehr gut aufgearbeitet wurde. Als Beispiele dienen das DDR-Museum an der Runden Ecke, die Informationstafeln in der gesamten Stadt verteilt und die Ausstellungen im kostenlosen *Zeitgenössischen Forum* in der Innenstadt. Als zweiter Faktor ist für den urbanen Tourismus interessant, dass diese Vergangenheit selber erkundet werden kann und dies zu Fuß sowie teilweise auch kostenfrei. Die Montagsdemonstrationen und die Friedliche Revolution können nachempfunden werden, indem die Strecken nachgegangen werden und wichtige Orte wie die Nikolaikirche besucht werden. Bei der Straßenbahn-Haltestelle am Hauptbahnhof hat die Stadtregierung Informationstafeln über die friedliche Revolution aufgehängt bzw. Texte auf Sitzgelegenheiten angebracht. Über die ganze Stadt verteilt können Zeugen (Gebäude, Brachflächen) dieser Geschichte und auch seiner Folgen wie der Wende angesehen werden.

Weitere Beispiele für die begehbare Geschichte in Leipzig sind die Gebäude aus der Gründerzeit, das Völkerschlachtdenkmal, Auerbachskeller sowie die Mephisto- und Fauststatue davor (Auerbachs Keller wurde von Goethe besucht und für eine Szene in seinem Werk Faust verwendet) sowie der Buchdruck, welche durch ein Museum, Ausstellungen wie die Buchmesse, den Gutenbergplatz und die Deutsche Nationalbibliothek geehrt wird.

Unterkunft

Leipzig bietet eine starke Diversität an Unterkünften. Es gibt Hotels verschiedener Preisklassen und Größen. Auf *airbnb.de* findet sich eine hohe Anzahl von Angeboten. Im Jahr 2015 hat Leipzig über eine halbe Million Gäste zusätzlich zu den offiziell gezählten Gästen durch Privatunterkünften wie Airbnb gehabt (GBI 2016). Hier können AnwohnerInnen durch das Vermieten von eigenen Räumen oder Wohnungen direkt Geld aus dem Tourismus ziehen. Da der Wohnungsmarkt in Leipzig durch den noch immer bestehenden Leerstand nicht bedrängt ist, hat die Vermietung nicht die negative Wohnverknappung als Wirkung, wie in anderen Großstädten. Es könnte sogar helfen, Investoren für weitere leere Gebäude zu finden. Im Umland beim Neuseeland an den Seen wie dem Kulkwitz ist Campen und Zelten möglich. Dort gibt es auch Ferienhäuser im Grünen am See.

Die drei Hotels gehobener Preisklasse, *WESTIN*, *acrona LIVING Bach* und *Radisson Blu* haben das *Certified Green Hotel Siegel*⁴ (Certified1).

⁴ Zertifikat beruht auf einem Online Fragebogen bei dem mindestens die Hälfte der Punkte erreicht werden müssen in insgesamt neun Kategorien wie *Energie, Abfall, Wasser*. (Certified3)

Grünflächen

Der Grüne Ring der Stadt Leipzig und seines Umkreises macht deutlich, wie grün das Gebiet mit verbundenen Grünflächen ist (siehe Abb. 34).

In einer GIS-Darstellung mit Hilfe von OSM(Open Street Map)-Daten lässt sich erkennen, wie grün die Stadt ist. Es wurden alle Parks, der Zoo, der Wildpark, alle Kleingärtenvereine, Friedhöfe und begrünten Ufer von Gewässern eingefärbt. Dies sind 148 km² von 720 km² Stadtfläche, also 20,6 Prozent. Über ein Fünftel des Stadtgebiets sind Grünfläche. (siehe Abb. 35)

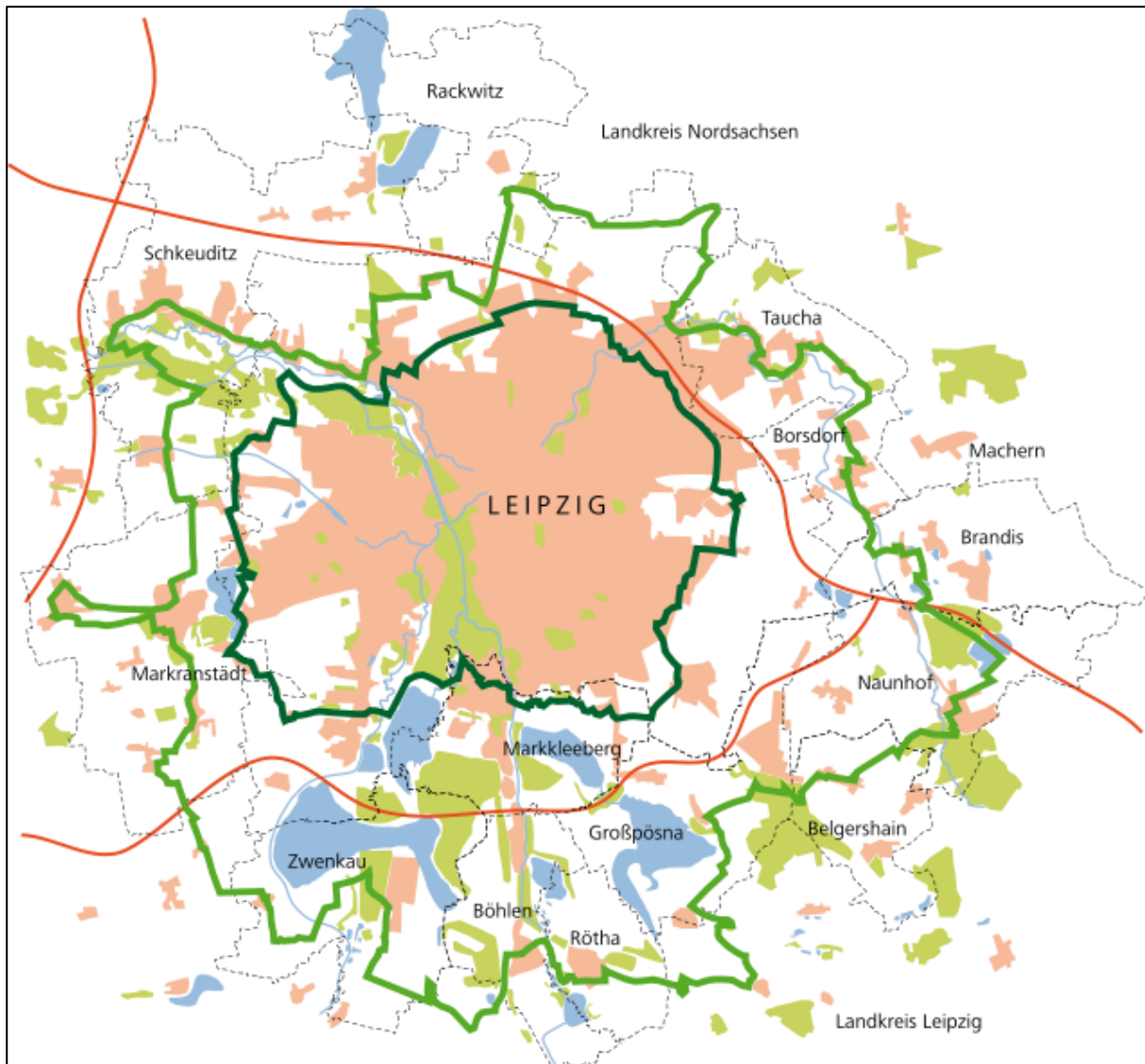


Abb. 34: Der Grüne Ring Leipzig. Die hellgrünen Flächen stellen die Grünflächen da. Die dunkelgrüne Linie zeigt das Leipziger Stadtgebiet und die hellgrüne Linie zeigt den Landkreis Leipzig. Rote Flächen symbolisieren urbane Gebiete.
(Quelle: <http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/parks-waelder-und-friedhoeefe/gruener-ring-leipzig/>)

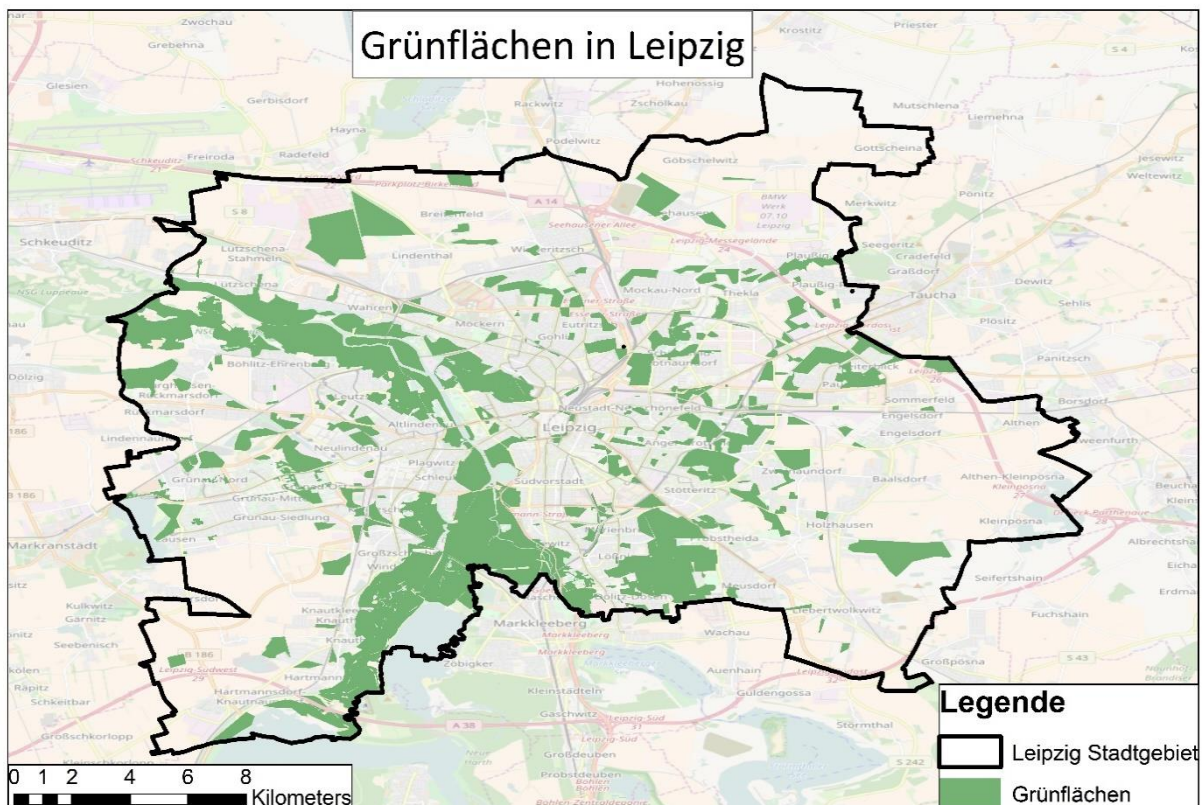


Abb. 35: Grünflächen in Leipzig bestehend aus Parks, Kleingartenvereine, Zoo, Wildpark, Friedhöfen und begrüneten Ufern von Gewässern
(Quelle: Eigene Darstellung; Open Street Map)

Große Parks

Die größten Parks in Leipzig sind der Clara-Zetkin-Park (schließt an den Palmengarten, Elsterbecken und Johanna Park an) und das Rosental. Beide beginnen direkt in der Innenstadt und werden von einem Fluss durchzogen, wodurch sie Augebiet sind und den Stadtwald übergehen, der Teil des Auwaldes ist. Beide sind von den Einheimischen (vor allem der StudentInnenszene) gut besuchte Parks. Da der Zoo an das Rosental grenzt und der Clara-Zetkin-Park mit dem Johanna Park direkt an der Innenstadt liegt, werden BesucherInnen auch auf die Parks aufmerksam.

Direkt um die Innenstadt herum gibt es mehrere kleine Parks. Die Wohngebiete um den Innenstadtring weisen alle Parks mittlerer Größe, auf wie den Mariannenpark, das Rabet, den Lene-Voigt-Park und den Friedenspark. Im gesamten Stadtgebiet werden die Wohngebiete durch Parks aufgelockert und sind auch in der Nähe von touristischen Attraktionen vertreten.

Südfriedhof

Dieser 130 Jahre alte und 87 Hektar große Friedhof weist eine sehr heterogene Fläche auf. Inmitten des Geländes steht die Kapellenanlage, welche auch alleine als Sehenswürdigkeit qualifiziert. Direkt dahinter gibt es einen großen Teich.

Es gibt unterschiedlich alte Gräber, von denen manche weiterhin sehr ordentlich gepflegt und schön angelegt sind, während andere Bereiche von der Natur sanft zurückerobert wurden. Es gibt Wiesen, Steinmauern, kleine Waldstücke und verwachsene Wege. Diese abwechslungsreiche Fläche bietet eine Heimat für eine große Auswahl an Flora und Fauna. Der Zugang ist kostenlos und vom frühen Morgen bis späten Abend möglich. Positiv für die Tierwelt, aber auch SpaziergängerInnen ist die Tatsache, dass sich das Gebiet des Südfriedhofs an das Völkerschlachtdenkmal, den Wilhelm-Külz-Park und den Kleingartenverein Probstheida (dieser liegt zudem an dem Erholungspark Lößnig-Dölitz mit dem Großen Silbersee) anschließt. (Stadt Leipzig⁶)

Zoo

Wie bereits angemerkt, sind Zoos umstritten, was ihren Nutzen, die Tierfreundlichkeit und Natürlichkeit anbetrifft. Der Leipziger Zoo kann jedoch trotzdem für den urbanen Ökotourismus dienlich sein. Er liegt europaweit auf dem zweiten und in Deutschland auf dem ersten Platz des Rankings vom britischen Experten Anthony Sheridan (Leipziger Volkszeitung 2015b). Stellt man die tierrechtlichen Fragen zur Seite, gibt es vier positive Faktoren: Es gibt auch freilebende Tiere im Zoo, die sich in dem großen Gebiet in und zwischen den Gehegen sowie den Park ähnlichen Strukturen angesiedelt haben. Hauptsächlich sind dies Vögel wie Reiher und Meisen. Jedoch auch Fische und Wasservögel in Teichen und Kleintiere. Beim Safari-Gehege grenzt der Zoo an den Park Rosental (inklusive Sichtfenster), wodurch ein Austausch der Gebiete besteht. Das Gondwanaland als Besonderheit ist ein kleines Ökosystem unter einer Glaskugel. Dort sind die Gehege mehrstöckig miteinander verbunden und der Besucher geht durch eine andere Klimazone, wodurch ein Ausflug in ein Tropengebiet simuliert wird. Der vierte Faktor ist die Weiterbildung. An den Gehegen sind Informationsschilder zu den Tierarten und ihrem Lebensraum angebracht. Zusätzlich gibt es eine wechselnde Ausstellung, welche immer Naturschutz thematisiert.

Wildpark

Der Wildpark im südlichen Leipzig beherbergt keine exotischen Tiere, sondern heimische Tierarten aus Mitteleuropa (Schwarz-, Rotwild, Sumpfschildkröte, Wildkatze), ehemals heimische Tierarten (Wisent, Luchs) und Neozoen (Waschbär, Muffelwild, Mink). Die 25 Tierarten mit ungefähr 250 Vertretern sowie freiwillig ansässige Tiere, z.B. Stockenten, leben auf 46 Hektar. Das Gebiet grenzt an das bewaldete Außengebiet der Stadt, Teil des Auwaldes. Der Eintritt für den Wildpark ist frei. Nebenan liegt die Haustierfarm, wo gegen Eintritt Haus- und Bauernhoftiere sowie einige exotischere Tiere wie Kamele betrachtet werden können. Es gibt Informationstafeln zu den Tierarten, ergänzt durch einen Ausstellungsraum. Da es sich um heimische Tierarten handelt, ist der Lerneffekt für BesucherInnen sehr groß. Es findet ein Naturerlebnis statt. (Stadt Leipzig⁷)

Auwald

Auwälder sind besonders wertvolle Lebensräume, da in Deutschland nur 7 Prozent der Fläche von diesen bedeckt werden und doch zwei Drittel aller heimischen Pflanzengesellschaften dort vorkommen (Leipziger Auwald2). Das Waldgebiet weist eine hohe Diversität von Bäumen und Sträuchern auf (Leipziger Auwald3). Der hohe Grundwasserspiegel mit regelmäßigen Überflutungen der Flüsse, welche das Gebiet durchziehen, schafft eine Naturlandschaft mit Flora und Fauna, welche ein wunderbares Naturerlebnis ermöglicht. Besonders bekannt ist die Zeit im Frühjahr, wo der Bärlauch blüht und sein Geruch bis in die Stadtgebiete weht. Als einer der schönsten Laubwälder kann er für Menschen aus Gebieten mit Mischwäldern ein neues Naturerlebnis bieten (Leipziger Auwald4). Im Leipziger Stadtgebiet liegen 1163 Hektar des Auwaldes als Stadtwald in einem nördlichen und südlichen Teil im westlichen Stadtgebiet geteilt, wobei diese durch Parks und Grünanlagen miteinander verbunden sind (Leipziger Auwald1).

Neuseenland

Die während der DDR-Zeit durch den Braunkohleabbau entstandenen Restlöcher wurden und werden langsam mit Grund- und Regenwasser aufgefüllt sowie umgebaut. Bei dem Umbau werden die so neu entstandenen Seen mit Ufern versehen, die teilweise Strände fürs kostenlose Baden bieten und an anderen Teilen natürliche Ufer für die Flora und Fauna. Das Gebiet südlich und südwestlich von Leipzig umfasst zehn Seen (siehe Abb. 36). (Leipzigseen) Diese Seen sind durch Wasserwege größtenteils miteinander verbunden und werden von hauptsächlich asphaltierten Wegen umrundet, zum Spazieren, Radfahren, Skaten usw. Außer zum Baden können Fahrten auf Booten oder kleinere Boote gemietet werden.

Cospudener See	Hainer See	Kulkwitzer See	Goitzsche See
Markkleeberger See	Gröbener See	Störmthaler See	
Zwenkauer See	Geiseltalsee	Gremminer See	

Abb. 36: Neuseenland Seen
(Eigene Darstellung)

Aktivitäten

Naturverbundene Aktivitäten gibt es einige: Klettern in Steinbrüchen am Ostrand der Leipziger Tieflandsbucht (Leipziger Neuseenland1). Kletterwand am Albrechtshainer See im Neuseenland (Leipziger Neuseenland2). Es gibt vier buchbare Tablet-Touren (zwei im Stadtgebiet, zwei im Neuseenland) bei denen mit Hilfe eines Tablets eine Art Schnitzeljagd durchgeführt wird, welche nebenbei über das Gebiet informiert (Leipziger Neuseenland5). Wanderungen am Wasser wie den Parthe-Wanderweg oder Wanderwegen durch Waldlandschaften wie den Plautzswald (Leipziger Neuseenland1). Auch können die Seen des Neuseenlandes umrundet werden, als Wanderung oder auch mit Inline Skates, dem Fahrrad oder sonstigen nicht motorisierten Verkehrsmitteln.

Ebenso zu begehen sind die sechs Lehrpfade, zwei Erlebnispfade und der Geopfad (siehe Abb. 37). Angeln ist ebenfalls im Neuseenland möglich wie auch Tauchen. Kanufahren ist in Leipzig sowohl als Wildwasserrafting in einem künstlich abgetrennten Bereich des Markleeberger See möglich als auch allgemein auf den Seen des Neuseenlandes. Interessanter sind aber die Verleihstationen für Boote und Kanus im Stadtgebiet am Rennbahnsteg und Klingerweg. Von hier kann das Wassernetz der Stadt erkundet und eine neue Sicht auf die Stadtgebiete ermöglicht werden. Mögliche Boot- und Kanutouren führen zum Cospudener See, über den Karl-Heine-Kanal (durch das ehemalige Industriegebiet Plagwitz, welches jetzt als Wohngebiet für Kreative und Junge am Wachsen ist) oder durch das restliche Flussnetz Leipzigs.

Geologischer Lehrpfad am Zwenkauer See	Naturlehrpfad Grabschützer See	Naturerlebnispfad Werbener See
Geologischer Lehrpfad Hohendorf	Naturlehrpfad auf der Hochhalde Trages	Erlebnispfad Auwald
Naturlehrpfad im Oberholz	Naturlehrpfad im Zenkauer Eichholz	Geopfad (Markleeberger und Strömthaler See)

Abb. 37: Pfade im Leipziger Umland
(Eigene Darstellung, Quelle: Leipziger Neuseenland4)

6.1.6 Zwischenfazit

Die Ausgangslage in Leipzig ist sehr gut. Es gibt sehr viele Grünflächen und Natur in der Stadt. Besonders das Umland mit dem Neuseenland wertet den Standort auf. Da die Anbindung ins Neuseenland mit dem öffentlichen Nahverkehr gegeben ist, kann es direkt zu dem Stadtgebiet zugezählt werden, wenn man das verfügbare touristische Gebiet für urbane Ökotouristen betrachtet. Es ergeben sich hieraus zahlreiche Möglichkeiten für Aktivitäten, die dem urbanen Ökotourismus entsprechen. Der Zoo und der Wildpark bieten eine Chance für Aufklärung zum Thema Naturschutz und über einheimische Arten. Kultur kann in der Stadt als Hochkultur durch zahlreiche Museen und Galerien erlebt werden. Die DDR-Vergangenheit kann über die ganze Stadt verteilt durch viele Angebote und Zeugnisse von TouristInnen nachempfunden werden.

Beim Tourismus-Marketing der Stadt fehlt leider bisher ein klarer Fokus auf diese Gebiete. Hier besteht eine Chance und es sollte vor allem online auf Angebote hierfür eingegangen werden.

6.2 München

6.2.1 Die Stadt

München ist die Landeshauptstadt des Freistaates Bayern, Deutschland. Mit über 1,5 Millionen Einwohner (Stadt München¹⁴) ist München die größte Stadt Bayerns und drittgrößte Stadt Deutschlands. Die Stadt fungiert als Zentrum der Metropolregion München (Metropolregion München).

Geschichte

1314, als Herzog Ludwig von Bayern zum Kaiser des römisch-deutschen Reichs wird, wird München zur kaiserlichen Residenzstadt. Im 16. Jahrhundert kommt ein starker Einfluss der Kirche hinzu. Sowohl der kirchliche Einfluss wie auch München als Residenzstadt lassen sich noch heute durch die Architektur bezeugen. Im 19. Jahrhundert wächst die Stadt stark und wird industrieller. Die Könige Ludwig I. und Maximilian II. hinterlassen ihre Spuren und sind bis heute in München erkennbar. Im 20. Jahrhundert erlebt München eine sehr bewegte Zeit wie alle deutschen Städte und ist oft im Zentrum des Geschehens der Nazizeit. So stand das *Braune Haus* (Parteizentrale der NSDAP) in München. Unter der Besetzung der Amerikaner und nach der Gründung der Bundesrepublik macht München eine sehr positive wirtschaftliche Entwicklung. (Stahleder)

Image

Als eine der größten Städte Deutschland und Landeshauptstadt ist München sehr bekannt im eigenen Land wie auch im Ausland. Zwei Dinge, welche mit München sehr stark verbunden werden sind der FC Bayern und das Oktoberfest, welches vor allem in den letzten Jahren nochmals an Popularität gewonnen hat.

München ist als Standort wie auch Wohnort in den letzten Jahren zunehmend beliebter geworden und hat daher nun mit Platzmangel und teuren Mieten zu kämpfen. Deshalb wird München in den letzten Jahren mit hohen Mieten und Anzeichen von Überfüllung und Enge verbunden (Scharnig 2017). München wird in diesem Zusammenhang aber auch mit Wachstum und Popularität assoziiert.

6.1.2 Faktoren der Stadt München

Gebäude

Die Vergangenheit als Residenzstadt und der katholische Einfluss haben zu vielen Sehenswürdigkeiten in der Architektur geführt. Gleiches gilt auch für den wirtschaftlichen Aufstieg in jüngster Zeit. (siehe Abb. 38).

Marienplatz	Schloss Nymphenberg	Frauenkirche
Hofbräuhaus	Residenz	Alter Peter
Karlsplatz	Olympiapark	Allianz Arena
Alter Hof	Odeonsplatz	Bayrische Staatsoper

Abb. 38: Sehenswerte Bauten und Plätze in München
(Eigene Darstellung)

Infrastruktur

Sieben Autobahnen sind an die Stadt angebunden. Im öffentlichen Nahverkehr gibt es zehn S-Bahnen, acht U-Bahnen, 13 Straßenbahnlinien und 69 Buslinien. Der Münchener Bahnhof ist einer der drei am stärksten frequentierten in Deutschland.

Seit 2017 sind die nördlichen Gleise besser ausgebaut und sparen bis zu einem Drittel Fahrzeit ein. Von Berlin nach München braucht der Zug nur noch viereinhalb Stunden, wodurch eine Bahnreise auf die gleiche Zeit (Ceck-In usw. mit eingerechnet) wie ein Flug kommt (Böll 2017). Ergänzt wird die Anbindung durch das Fernbus-Angebot. Der Flughafen *Franz Josef Strauß* wird von Kurz- und Langstreckenflügen bedient.

Kultur

München hat eine große Szene der darstellenden Künste (siehe Abb. 39). Hierzu zählen zwei staatliche und fünf städtische Theatern sowie die bayrische Staatsoper. Letztere wird mit über einer halben Millionen BesucherInnen und einer Auslastung von etwa 95 Prozent sehr gut angenommen. Die Auslastung der Theater schwankt je nach Institution, ist jedoch mit 70 – 90 Prozent auch als positiv zu betrachten. Die drei Theater Bayrisches Schauspielhaus, das Staatstheater am Gärtnerplatz und die Deutsche Theater GmbH mit jeweils über einer Viertel Million BesucherInnen jährlich bezeugen, wie auch das Theater in München angenommen wird. Das Deutsche Museum ist mit über einer Million Besucher das wichtigste Museum, aber auch die anderen Museen und Sammlungen in München weisen beachtliche Besucherzahlen auf. (Stadt München15)

Durch die kirchliche Geschichte und die die Vergangenheit als Residenzstadt hat München eine sehr interessante Architektur und viele sehr alte Museen (siehe Abb. 40), Ausstellungen und Gebäude.

Bayrische Staatsoper	• Cuvilliéstheater	• Schauspielhaus
• Nationaltheater	Staatstheater am Gärtnerplatz	• Spielhalle
• Prinzregententheater	• Theater am Gärtnerplatz	• Werkraum
• Cuvilliéstheater	• Cuvilliéstheater	Schauburg
• Capricciosal	• Prinzregententheater	• Großer Theatersaal
• Ballet-Probenhaus Platzl	• Prinzregententheater	• Studiobühne
By. Staatsschauspielhaus	• Großes Haus	Münchener Volkstheater
• Residenztheater	• Akademietheater	Deutsches Theater GmbH
• Marstall	Münchener Kammerspiele	

Abb. 39: Staatliche und städtischen Theater in München 2014 – 2015
(Eigene Darstellung; Stadt München15)

Alte Pinakothek	Deu. M. – Museumsinsel	Deu. Jagd- und Fischereim.
Neue Pinakothek	Deu. M. – Verkehrszentrum	Staat. M. Ägyptischer Kunst
Pinakothek der Moderne	Bayr. Nationalmuseum	Museum Mensch und Natur
Sammlung Schack	Münchener Stadtmuseum	Schloss Nymphenburg
Museum Brandhorst	Valentin-Karlstadt-Musäum	Residenzmuseum
Städt. Galerie im Lenbachhaus	Archäologische Staatssam.	Schatzkammer der Residenz
Staat. Antikensammlung	Staatliche Münzsammlung	Cuvillés-Theater
Glypothek	Museum fünf Kontinente	

Abb. 40: Ausgewählte Museen, Sammlungen und Galerien in München 2015
(Eigene Darstellung; Stadt München 15)

Freizeitangebote

Es gibt 82 Kinosäle (Stadt München¹⁴), Hallen- und Freibäder, Sportanlagen und ähnliche Freizeitangebote (z.B. Bowling) wie in jeder Stadt dieser Größe. Für größere Veranstaltungen gibt es die Allianz Arena. Regelmäßige und sehr populäre Veranstaltungen in München sind, neben dem Oktoberfest, die Opernfestspiele, das Filmfest und die Tanzwerkstadt Europa.

Gewässer

Die Isar ist der größte und bekannteste Fluss. Im Stadtgebiet gibt es über 18 große Seen mit fast 184 Hektar Fläche. Die Wasserläufe kommen zusammen auf eine Länge von 123,4 Kilometern. (Stadt München¹⁶)

Sowohl Seen als auch Wasserläufe sind zahlreich in München (siehe Abb. 41).

Wasserläufe	Seen
Isar	Ruderregattastrecke
Pasing-Nymphenburg-Biedersteiner Kanal	Lußsee
Schwabinger Bach	Feldmochinger See
Würm	Langwieder See
Schwabenbächl / Hartmannshofer Bächl	Fasanariesee
Werkkanal	Badesee an der Regattaanlage
Auermühlenbach	Seen im Nymphenburger Park
Hachinger Bach	Badesee Riem
Feldmolchiinger Mühlbach/Reigersbach	Olympiasee
Würmkanal	Lerchauer See
Erlbach	Böhmer Weiher
Oberstjägermeisterbach	Baggersee am Rangierbahnhof
Langwieder Bach	Seen im Westpark
Garching Mühlbach	See im Ostpark
Lochhauser Fischbach	Hinterbrühler See
Kalterbach	Messesee Riem
Brunnbach	Baggersee am Friedrich-Panzer-Weg

Abb. 41: Gewässer in München 2016
(Eigene Darstellung; Stadt München¹⁶)

Grünflächen

München hat etwa 30 Parks (siehe Abb. 42) von denen viele eine sehr beachtliche Größe haben. Dies gilt unter anderem für den Englischen Garten, den Olympiapark und den Westpark (Stadt München¹²). Am Stadtrand gibt es nicht bebaute Flächen mit insgesamt 335 km² welche als Grüngürtel bezeichnet werden. Ein Großteil hiervon wird landwirtschaftlich genutzt, aber es gibt auch ökologisch wertvollere Flächen wie Wälder, renaturierte Flussläufe der Isar, ein Heidegebiet und Mooslandschaften. Der Grüngürtel dient daher auch als Naherholungsgebiet für die BürgerInnen und beheimatet ebenso Naturschutzgebiete (Stadt München³). Seit Beginn dieses Jahrtausend gibt es auch Parzellen für Kleingärten auf dem Grüngürtel (Stadt München⁷).

Alter Botanischer Garten	Maßmannpark	Schlosspark Nymphenburg
Bavariapark	Maximiliansanlagen	Südpark
Botanischer Garten	Monopteros	Weißenseepark
Denninger Anger	Olympiaberg	Westpark
Dichtergarten	Olympiapark	Zamiliapark
Englischer Garten	Ostpark	Forstrieder Park
Hofgarten	Hinterbühler See	Hofgarten
Hirschgarten	Pasinger Stadtpark	Kabinettsgarten
Leopoldpark	Petuelpark	Nußbaumgarten
Luitpoldpark	Riemer Park	

Abb. 42: Parks in München
(Eigene Darstellung; Stadt München12)

Tierwelt

Die landwirtschaftliche Nutzung des Grüngürtels erweitert die örtliche Fauna durch Nutzvieh. Ansonsten finden sich die üblichen Vertreter von Flora und Fauna im Stadtgebiet. Wobei der grüne Gürtel, der sich bis in die Stadt hineinzieht und auch Schneisen der Grünfläche bis in die Parks hat, dafür sorgt, dass Tiere aus dem Umland leichter den Weg in das Stadtgebiet finden. Große Parks wie der englische Garten können auch ein Habitat für eher scheue Tiere bieten.

Das Kreisverwaltungsreferat schätzt die Anzahl der Füchse auf 3000. Ebenso zahlreich dürften Steinmarder und Wildkaninchen sein. An der Würm kommen mittlerweile sogar Biber vor. (Zick 2014)

Es kommt inzwischen schon zu Konflikten mit LandwirtInnen und AnwohnerInnen, die Schäden durch Biber beklagen (Meixner 2016).

6.2.3 Umland

Die Stadt liegt im Alpenvorland und ist von den Alpen nicht weit entfernt. Daher gibt es eine Berglandschaft, welche damit einhergehende Freizeitaktivitäten ermöglicht. Ammersee und Starnberger See sind beide nicht weit entfernt und ebenfalls ein beliebtes Ausflugsziel.

6.2.4 Tourismus

Kennzahlen

Beim Tourismus in München ist ein positiver Trend zu beobachten, da Ankünfte und Übernachtungen stetig ansteigen (siehe Abb. 43).

Der Anteil der einheimischen UrlauberInnen überwiegt, ist jedoch fast gleichauf mit einer beeindruckenden Zahl an TouristInnen aus dem Ausland (siehe Abb. 44). Die TouristInnen haben zu großem Teil eine weite Anfahrt. Eine Hälfte der ausländischen Gäste kommt von einem anderen Kontinent und ein Viertel zumindest nicht aus einem Nachbarstaat Deutschlands (siehe Abb. 45 und Abb. 46). Die USA sind mit Abstand das häufigste Herkunftsland und werden in den Top 5 von TouristInnen aus dem Vereinigten Königreich, Italien, der Schweiz und Österreich komplettiert (siehe Abb. 44).

Bei der Übernachtungsdauer ist sowohl beim Inland mit 1,9 und beim Ausland mit 2,1 eine übliche Zahl für Städtetourismus gegeben und nur wenige Herkunftsstaaten wie Malta, Indien und die arabischen Golfstaaten stechen mit einer längeren Verweildauer heraus (siehe Abb. 44).

Bei der Unterkunftswahl dominieren die Hotels gefolgt von den Hotel garní, wobei die Bettenanzahl stetig gewachsen ist (siehe Abb. 48). Die Gastgewerbe-Betriebe nahmen ebenfalls zu (siehe Abb. 47).

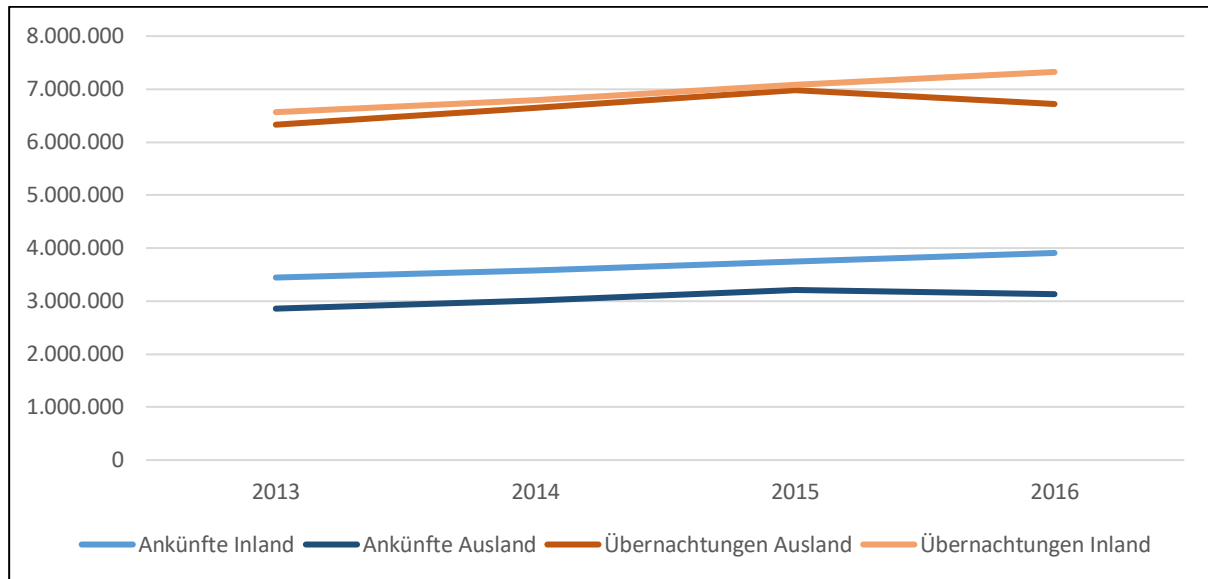


Abb. 43: Ankünfte und Übernachtungen München 2013 - 2016 nach In- und Ausland sortiert (Eigene Darstellung; Stadt München17)

Tourismus Kennzahlen der Stadt München 2016			
	Ankünfte	Übernachtungen	durchschnittliche Aufenthaltsdauer
Bundesrepublik Deutschland	3.908.932	7.324.507	1,9
• Belgien	31.565	58.819	1,9
• Bulgarien	7.983	17.537	2,2
• Dänemark	27.123	55.641	2,1
• Estland	3.366	6.548	1,9
• Finnland	27.435	59.242	2,2
• Frankreich	107.286	207.859	1,9
• Griechenland	17.049	41.747	2,4
• Vereinigtes Königreich	246.536	504.171	2,0
• Irland	23.038	48.388	2,1
• Island	3.999	9.290	2,3
• Italien	240.079	495.985	2,1
• Kroatien	12.770	25.380	2,0
• Lettland	3.152	6.654	2,1

• Litauen	4.010	8.421	2,1
• Luxemburg	16.930	34.201	2,0
• Malta	2.350	6.559	2,8
• Niederlande	92.840	174.314	1,9
• Norwegen	19.865	41.493	2,1
• Österreich	213.843	362.968	1,7
• Polen	35.656	76.384	2,1
• Portugal	14.929	33.595	2,3
• Rumänien	22.386	50.472	2,3
• Russland	109.383	268.206	2,5
• Schweden	35.429	70.648	2,0
• Schweiz	233.853	434.338	1,9
• Slowakische Republik	9.715	20.091	2,1
• Slowenien	11.090	21.196	1,9
• Spanien	131.632	277.869	2,1
• Tschechische Republik	24.138	43.443	1,8
• Türkei	32.821	72.707	2,2
• Ukraine	17.286	39.780	2,3
• Ungarn	20.884	49.177	2,4
• Zypern	1.868	4.509	2,4
• Sonstiges Europa	39.097	82.080	2,1
Europa	1.841.386	3.709.712	2,0
• Republik Südafrika	23.461	39.277	1,7
• Sonstiges Afrika	22.134	56.554	2,6
• Afrika	45.595	95.831	2,1
• Arabische Golfstaaten	200.170	591.005	3,0
• China	141.456	297.625	2,1
• Indien	27.139	79.892	2,9
• Israel	26.049	59.455	2,3
• Japan	78.239	156.136	2,0
• Südkorea	47.741	99.059	2,1
• Taiwan	25.471	49.004	1,9
• Sonstiges Asien	113.337	259.118	2,3
Asien	659.602	1.591.294	2,4
• Kanada	41.599	91.212	2,2
• USA	378.513	835.145	2,2
• Mittelamerika und Karibik	15.797	34.594	2,2
• Brasilien	41.959	107.386	2,6
• Sonstiges Südamerika	29.081	66.384	2,3
• Sonstiges Nordamerika	3.913	8.497	2,2

Amerika	510.862	1.143.218	2,2
• Australien	57.929	137.639	2,4
• Neuseeland, Ozeanien	7.695	17.241	2,2
Australien, Neuseeland, Ozeanien	65.624	154.880	2,4
ohne Angabe	10.486	21.648	2,1
Ausland zusammen	3.133.555	6.716.583	2,1
Inland und Ausland zusammen	7.042.487	14.041.090	2,0

Abb. 44: Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Gästen in München 2016 nach Herkunftsland und Kontinent sortiert (Eigene Darstellung; Stadt München17)

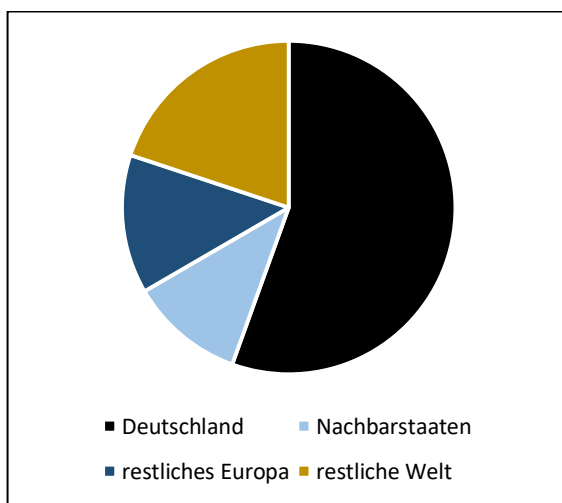


Abb. 45: Ankünfte München 2016 nach Herkunft (Eigene Darstellung; Stadt München17)

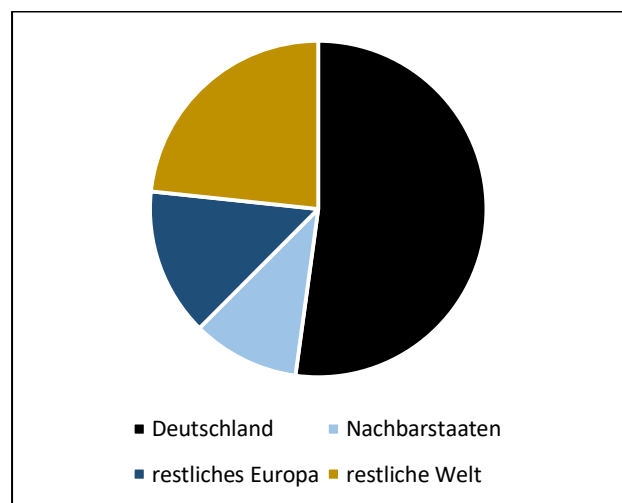


Abb. 46: Übernachtungen München 2016 nach Herkunft (Eigene Darstellung; Stadt München17)

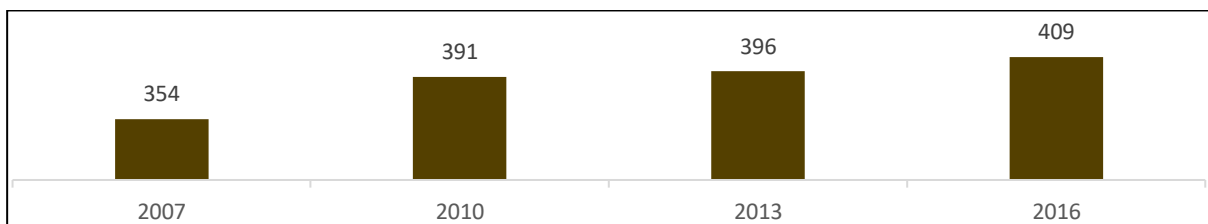


Abb. 47: Gastgewerbe Betriebe München 2007, 2010, 2013, 2016 (Eigene Darstellung; Stadt München17)

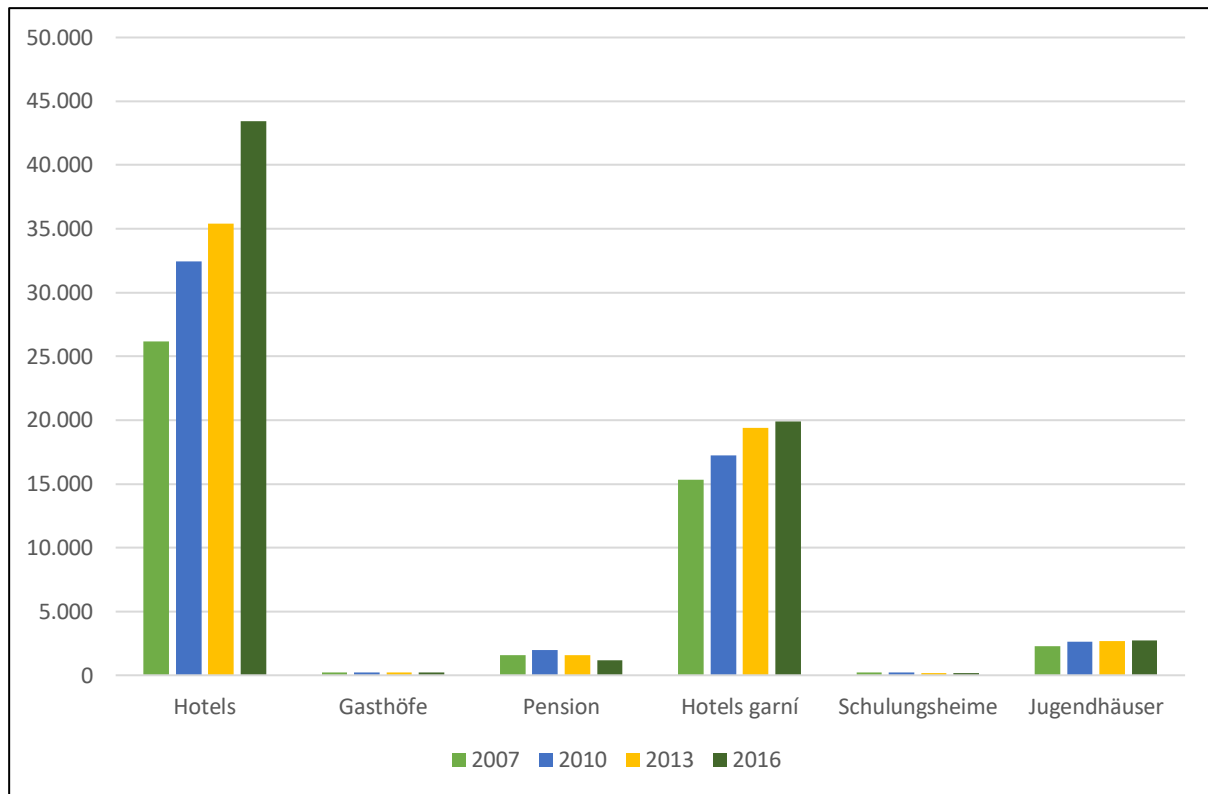


Abb. 48: Bettenanzahl München 2007, 2010, 2013, 2016 nach Gastgewerbe Betrieben (Eigene Darstellung, Stadt München17)

Marketing, Werbung

In München ist das Marketing nicht an eine externe Firma vergeben worden, sondern im Kompetenzbereich der Stadtregierung, dem Referat für Arbeit und Wirtschaft. Dementsprechend befindet sich der München-Tourismus-Bereich auf der offiziellen Stadtseite. Diese Stadtseite wird von einer privaten Firma betrieben, welche von der Stadt München beauftragt wurde. (12.1.2 Interview mit Ralf Zednik (München)).

Die Farbgebung der Internetseite zeichnet sich durch einen blauen Hintergrund mit weißer Schrift und gelben Akzenten aus. Die Seite ist dabei gut strukturiert und mit vielen Bildern bestückt. Auf der ersten Seite werden Rubriken für Aktivitäten, Sehenswertes und Infobroschüren über den Business-Anzeigen abgebildet, wodurch der kommerzielle Gedanke nicht in den Vordergrund gerückt wirkt. Die Broschüren sind nur als PDF verfügbar und beinhalten u.a. eine Sammlung von Radtouren, allgemeine nützliche Hinweise für einen Stadtaufenthalt und eine Liste von kostenpflichtigen Stadtführungen. Unter der Rubrik Sehenswertes werden auch Gärten und Parks aufgeführt und jeweils beschrieben.

Die dazu gehörende App ist in ihrem Design der Internetseite sehr ähnlich. Auch hier sind Aktivitäten wieder oben angesiedelt. Die App ist sogar hauptsächlich auf Aktivitäten eingestellt und leitet nicht an Unterkünfte oder Reiseportale weiter. Grünflächen und Aktivitäten wie Radeln und Schwimmen finden keine Erwähnung, stattdessen liegt der Fokus auf Gebäuden, Bädern, dem Nachtleben und Essen.

Im Herbst wird eine neue Internetseite dazu kommen, welche direkt vom Referat betrieben wird. Das Ziel der Internetseite ist es, München außerhalb der Hochsaison zu bewerben, da nur in diesem Zeitraum, der Nebensaison, Marketing in München betrieben wird. Die Internetseiten sollen sich gegenseitig ergänzen und auf einander verweisen. Ein Teil der Internetseite wird Story Telling sein. Hier können Münchener in Form von Geschichten Tipps an TouristInnen weitergeben. Dies entspricht der Strategie des Referates, wonach UrlauberInnen sich während ihres Aufenthaltes wie StadtbewohnerInnen fühlen sollen, indem sie Erlebnisse haben, wie üblicherweise nur Einheimische haben. Es wird mit drei Zielgruppen gearbeitet, die sich an den Sinus-Milieus orientieren: Die Konservativ-Etablierten, welche mit Kultur und Genuss beworben werden. Liberal-Intellektuelle, die auf ein Vertiefen der Kultur ansprechen sowie auf unbekannte Stadtteile und allgemein Neues, Unerwartetes. Adaptiv-Pragmatische, welche weniger mit Hochkultur, sondern Alltagskultur angesprochen werden. (12.1.2 Interview mit Ralf Zednik (München)).

6.2.5 Potential für urbanen Ökotourismus

Unterkunft

München ist bezogen auf den Anteil an zusätzlichen Übernachtungen in Privatunterkünften wie Airbnb mit über 1,9 Millionen deutschlandweit auf Platz vier (GBI 2016). Der Trend der Airbnb-Unterkünfte wird von der Stadt als bleibende Entwicklung angesehen und es wird gewünscht, dass einheitliche gesetzliche Regeln geschaffen werden, um Problemen, wie der Wohnungsknappheit, vorzubeugen (12.1.2 Interview mit Ralf Zednik (München)). Sieben Hotels haben das Green Certified Siegel (Certified2). Der Vorteil der Airbnb-Wohnungen ist, dass sie als Privathaushalte, wie auch der öffentliche Nahverkehr, komplett vom Ökostrom der Stadtwerke München bedient werden (Zick 2015).

Parks

Der neuere und mit über 21 Hektar auch größere Botanische Garten hatte 2015 mehr als 330.000 Besucher (Stadt München15). In Gewächshäusern und auf freier Fläche sind über 16.000 verschiedene Pflanzenarten aus aller Welt angepflanzt, welche mit Informationstafeln versehen sind. Dadurch können die BesucherInnen ein Naturerlebnis haben und gleichzeitig etwas lernen. Die Anfahrt ist mit dem öffentlichen Nahverkehr möglich und der Park schließt gleich an den Schlosspark Nymphenburg an. Die Diversität an Pflanzen und die verschiedenen Naturlandschaften auf kleinem Raum ziehen auch Tiere an, vor allem Vögel und Insekten. Dies ermöglicht den BesucherInnen Tierbeobachtungen in freier Wildbahn. (Stadt München9 und Botanischer Garten)

Einige Parks sind sehr groß, wie beispielsweise der Westpark mit 60 Hektar, der Ostpark mit rund 56 Hektar und der Olympia Park. Sie bieten dadurch genug Fläche für Angebote verschiedenster Aktivitäten im Grünen z.B. Skaten, Fahrradfahren und Rodeln.

Sie beherbergen verschiedene Flächen in sich wie z.B. einen japanischen Garten, Rosengärten, Kunstausstellungen und Spielplätze. Ihre Größe sorgt zudem dafür, dass die städtische Umgebung des Parks in den inneren Gebieten durch BesucherInnen gar nicht mehr wahrgenommen wird. Wenn selbst die Verkehrsgeräusche nicht mehr zu hören sind, wertet dies das Naturerlebnis im Park auf. (Stadt München¹⁰, Stadt München¹¹ und Stadt München¹⁸). Der berühmteste und einer der weltweit größten innerstädtischen Parks ist der Englische Garten, wo es auch die Möglichkeit gibt, auf der Eisbachwelle zu surfen. Er bietet ein unglaublich umfangreiches Angebot an Aktivitäten auf seiner abwechslungsreichen Fläche mit Seen, dem Fluss Isar, den Wiesen und den Wäldern. An sonnigen Tagen ist der Park im Südteil so stark besucht, dass das Erholungserlebnis stark gefährdet ist, aber im Nordteil des Parks bleibt es jedoch ruhiger. (Stadt München²)

Viele Parks sind historisch und ursprünglich für den Adel entworfen worden oder beherbergen Architektur aus vergangenen Zeiten. So kann das Naturerlebnis mit Kultur verbunden werden. Der Hofgarten am Odeonsplatz, als Erweiterung der Residenz entstanden, wäre solch ein Park. Gleiches gilt für den Schlosspark Nymphenburg, welcher auf seinen 180 Hektar Fläche neben Natur auch barocke Gebäude wie das Schloss Nymphenburg zu bieten hat. (Stadt München⁵ und Stadt München ¹³)

Flaucher an der Isar

Der Flaucher ist ein renaturierter Abschnitt am Fluss Isar im Münchener Stadtgebiet. Es gibt einen im Sommer gut genutzten Kiesstrand sowie Grillplätze und Biergärten. Der renaturierte Fluss ist ein natürliches Habitat, dass viele Tiere und Pflanzen beheimatet. Dadurch können bei einem Aufenthalt einige Tiere beobachtet werden.

Grüngürtel

Der Grüngürtel ist eine riesige Fläche und bietet diverse Flächen wie Wälder, Wiesen und Seen. Dies wertet die Grünfläche auf und bietet ein sehr gutes Naturerlebnis. Da der Grüngürtel im Stadtgebiet liegt, ist er mit dem öffentlichen Nahverkehr erreichbar. Die große Fläche und die Korridore zu anderen Parks bewirken, dass auch Tiere mit großem Revier sich ansiedeln können und somit eine Sichtung für ein Naturerlebnis möglich ist.

Geschützte Gebiete

Im Norden hat München vier Naturschutzgebiete (siehe Abb. 49) mit zusammengekommen 877 Hektar Fläche. Das sind das ehemalige Moorgebiet Feldmolching die Allacher Lohe als Reste des Lohwaldgürtels, die Panzerwiese und Hartelholz sowie die Fröttmaninger Heide. Wie in allen Naturschutzgebieten ist ein Naturerlebnis hier besonders wertvoll, da seltene Tier- und Pflanzenarten sowie wertvolle Naturlandschaften erlebt werden können. (Stadt München⁸)

Landschaftsschutzgebiete (siehe Abb. 49), oft räumlich weiter gefasst als Naturschutzgebiete und mit weniger Auflagen belegt, sind in München in großer Zahl (18) vorhanden (Stadt München6). Diese Gebiete haben eine wertvolle Naturlandschaft, welche durch geringere Auflagen stärker und intensiver von Menschen genutzt werden kann. So kann zwar das Naturerlebnis weniger intensiv ausfallen, weil der menschliche Einfluss stärker im Gebiet ersichtlich ist und weniger Pflanzen- und Tierarten vorkommen, aber dennoch ist er möglicherweise befriedigender für die BesucherInnen. Denn die leichteren Auflagen erlauben eine größere Anzahl von Aktivitäten in den Gebieten und lassen den Menschen das Gebiet unter Umständen intensiver erfahren.

Einige der Flächen sind zudem ganz oder teilweise auch FFH(Fauna-Flora-Habitat)-Gebiete (siehe Abb. 49). Wobei der Großteil der FFH-Gebiete im Münchener Umland liegt. (Maps München)

Ergänzt werde diese Flächen durch Naturdenkmäler sowie 47 geschützte Landschaftsbestandteile (siehe Abb. 49) (Stadt München1).

Zusammen bilden dies Flächen einen beachtlichen Teil des Stadtgebiets (Abb. 50).

Naturschutzgebiete	„[...]Gebiete, in denen ein besonderer Schutz von Natur und Landschaft in ihrer Ganzheit oder in einzelnen Teilen erforderlich ist 1. zur Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung von Lebensstätten, Biotopen oder Lebensgemeinschaften bestimmter wild lebender Tier- und Pflanzenarten , 2. aus wissenschaftlichen, naturgeschichtlichen oder landeskundlichen Gründen oder 3. wegen ihrer Seltenheit , besonderen Eigenart oder hervorragenden Schönheit . [...]“
Landschaftsschutzgebiete	„[...] Gebiete, in denen ein besonderer Schutz von Natur und Landschaft erforderlich ist 1.zur Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung der Leistungs- und Funktionsfähigkeit des Naturhaushalts oder der Regenerationsfähigkeit und nachhaltigen Nutzungsfähigkeit der Naturgüter , einschließlich des Schutzes von Lebensstätten und Lebensräumen bestimmter wild lebender Tier- und Pflanzenarten , 2. wegen der Vielfalt, Eigenart und Schönheit oder der besonderen kulturhistorischen Bedeutung der Landschaft oder 3. wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Erholung. [...]“
FFH - Gebiete	„[...] insgesamt 231 [...] und rund 1000 Arten und Unterarten [...] von gemeinschaftlichen Interesse aufgelistet, für die ein System vernetzter Schutzgebiete [...] eingerichtet werden muss.
Geschützte Landschaftsbestandteile	„[...] Teile von Natur und Landschaft, deren besonderer Schutz erforderlich ist 1. zur Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung der Leistungs- und Funktionsfähigkeit des Naturhaushalts, 2. zur Belebung, Gliederung oder Pflege des Orts- oder Landschaftsbildes , 3. zur Abwehr schädlicher Einwirkungen oder 4. wegen ihrer Bedeutung als Lebensstätten bestimmter wild lebender Tier- und Pflanzenarten . [...]“

Abb. 49: Deutsche Gesetze für geschützte Naturgebiete
(Quelle: § 23, § 26 und § 29 des Bundesnaturschutzgesetzes, BMUB5)

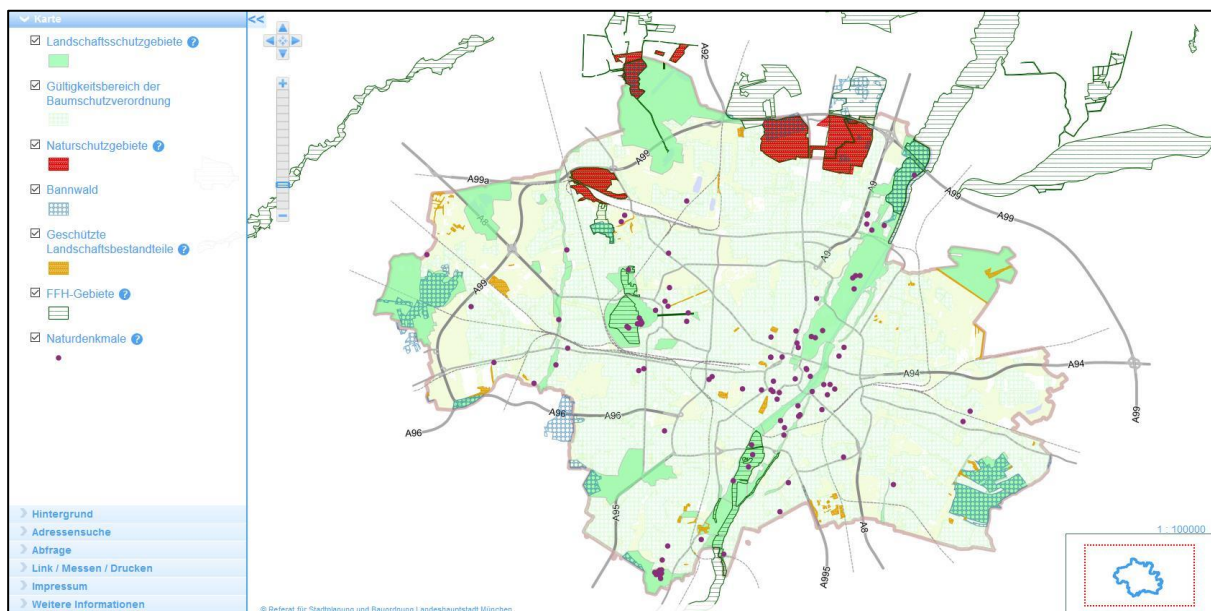


Abb. 50: Schutzgebiete der Stadt München
(Quelle: Maps München)

Tiere

Der Bergtierpark Blindham ist mit 30 Kilometern in einem sehr weiten Umfeld von München. Jedoch kann man auch ohne PKW anreisen, wenn man mit der S-Bahn fährt und einen 3,5 Kilometer langen Fußweg in Kauf nimmt. Als Tiere sind dort einheimische Tiere Mitteleuropas und typische Nutztiere untergebracht. Die Auswahl ist nicht sehr groß und die Entfernung weit, weswegen der Bergtierpark nur ein kleinerer positiver Faktor für einen urbanen Ökotourismus in München darstellt. (Bergtierpark Blindham)

Ähnlich verhält es sich mit dem Vogelpark Olching. Auch hier ist eine Anreise mit der S-Bahn und einem anschließenden zehn Minuten Spaziergang möglich. Die Tiere sind aus aller Welt, aber es gibt auch Arten aus Europa. (Vogelpark Olching)

Der Wildpark Poing ist ebenso ein Stück von München entfernt und die Anfahrt inkludiert sogar einen 20-minütigen Gehweg, jedoch ist er dafür wesentlich besser gestaltet. Der Park liegt in einem Waldgebiet, welches sehr natürlich gestaltet ist und bietet vor allem einheimische Tiere zum Ansehen an. Diese Tierausswahl wertet das Erlebnis auf. Der Park ist Träger der Bayrischen Umweltmedaille⁵. (Wildpark Poing)

Das Sea Life München liegt direkt in der Stadt und ist dementsprechend problemlos mit dem öffentlichen Nahverkehr zu erreichen (Sealife München).

Ein weiteres Tiererlebnisdirekt in München ist der Hirschgarten. In diesem 40 Hektar großen

⁵ Wird jährlich bis zu 15-mal vom bayrischem Staatsminister für Umwelt und Verbraucherschutz an Personen, Vereinigungen oder Kommunen für ihre Verdienste um den Natur- und Umweltschutz verliehen (STMUV).

Park kann in einem abgetrennten Bereich Damm- und Muffelwild beobachtet werden.

Der Rest des Gebiets ähnelt mit Spielplätzen, Wiesenflächen sowie einem riesigen Biergarten einem typischen großen Park. (Stadt München⁴).

Als Zoo dient in München der Tierpark Hellabrunn, welcher sich als erster Geozoo bezeichnet und 2016 über 2,2 Millionen BesucherInnen anzog (Stadt München¹⁵). Dieser stellt vor allem exotische Tiere da und hat sich unter dem Titel *Geozoo der Biodiversität* u.a. das Ziel gesetzt, Wissen über die Tiere mit den besten pädagogischen Methoden an die BesucherInnen zu bringen. (Tierpark Hellabrunn)

All diese Parks zeigen, wie man sich bei einem Aufenthalt in München über Tiere informieren und mit diesen in Kontakt treten kann. Dieser Faktor ist jedoch nur bedingt positiv zu bewerten, weil alle Tiere eingesperrt sind und somit auch Fragen zur Haltung aufkommen.

Region

Auch die Region direkt am Stadtgebiet München hat grüne Flächen zu bieten (siehe Abb. 51). Mit weiterer Entfernung kommen die Seen Ammersee und Starnberger See sowie eine Berglandschaft bis hin zu den Alpen hinzu. Die Umgebung Münchens bietet daher eine große Bandbreite an Möglichkeiten für Aktivitäten, z.B. Skifahren, Wandern und Paragleiten. Dies ermöglicht Naturerlebnisse für TouristInnen in verschiedenen Landschaften. Besonders interessant sind die Möglichkeiten für die Anfahrt ohne PKW. Die S-Bahn fährt regelmäßig die Bahnhöfe in der Nähe von Bergen und Wanderwegen an. In der App des MVV (Münchener Verkehrs- und Tarifbund) gibt es kostenlos eine Auswahl von vielen Wanderrouten, welche direkt an einem Bahnhof oder einer Haltestelle starten und enden. Unter dem Motto „*Mit der Bahn in die Berge*“ preist der MVV diverse Angebote an, wie ein Regio Ticket zur Zugspitze, die die Fahrgäste günstig in die Berglandschaft bringen (Deutscher Alpenverein).

Kultur

Den Status als Residenzstadt und den damit einhergehenden Einfluss über die Jahrhunderte kann bei Spaziergängen anhand der Architektur an den großen Plätzen, wie auch in Parks, z.B. dem Hofgarten, gesehen und nachempfunden werden. Die verschiedenen Galerien und Museen, z.B. das Residenzmuseum bieten eine gute Möglichkeit das Wissen zu vertiefen. Eine andere wichtige Vergangenheit der Stadt ist die Zeit des Nationalismus. München war Gründungsort der NSDAP und beherbergte das Parteigebäude *Braunes Haus* (Münchener Städtmuseum). Dadurch erlebte München einen starken Einfluss der NSDAP und viele prominente Mitglieder dieser Partei kamen aus München oder starteten hier ihre Laufbahn in der Partei. Aufgearbeitet wird diese Vergangenheit mit einer Ausstellung im Münchener Städtmuseum sowie das NS-Dokumentationzentrum, welches an der Stelle des ehemaligen NSDAP-Parteigebäudes steht.

Viele Orte Hitlers Schaffens können abgegangen (z.B. der Hofbräukeller indem Hitler 1919 seine erste Rede hielt) oder aber mit einem Tourguide im Rahmen einer Drittes-Reich-Tour besucht werden (N24 2008).

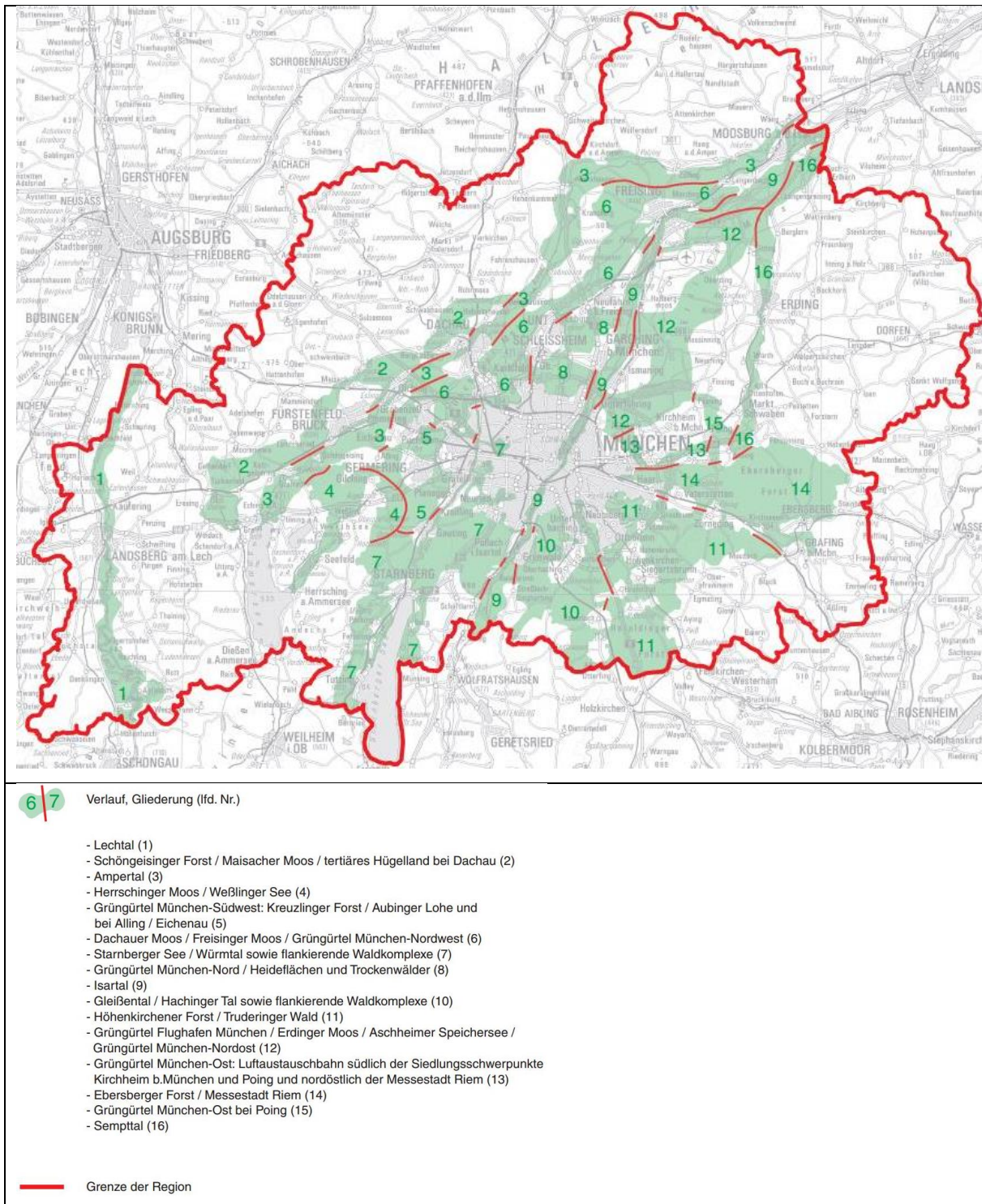


Abb. 51: Grünfzüge der Region München

(Quelle: http://www.region-muenchen.com/regplan/k_begr/7_vo_regionale_gruenzuege.pdf)

6.2.6 Zwischenfazit

Die Stadt München hat für eine Millionenstadt beeindruckend viele Grünflächen (siehe Abb. 52). Dies ist der Tatsache zuzuschreiben, dass die Stadtregierung darauf achtet, die Grünflächen zu erhalten und es viele Schutzgebiete gibt (siehe Abb. 50). Die Millionenstadt hat viele Angebote für TouristInnen, welche dem urbanen Ökotourismus entsprechen. Hinzu kommt ein großes Angebot für Hochkultur sowie die Möglichkeit, sich mit der Vergangenheit der Stadt als Residenzstadt sowie dem Dritten Reich zu beschäftigen. Die Region bietet mit den Seen und der Berglandschaft ein großes Angebot für Aktivitäten, welche mit der Natur zu tun haben. Da die Anbindung mit dem Zug gut ausgebaut ist, steht dieses Angebot auch dem potentiellen urbanen Ökotouristen zur Verfügung.

Kultur und Natur in der Stadt werden beim Internetauftritt deutlich dargestellt. Es fehlen jedoch noch direkte Angebote, welche in die Richtung eines urbanen Ökotourismus-Aufenthaltes gehen.

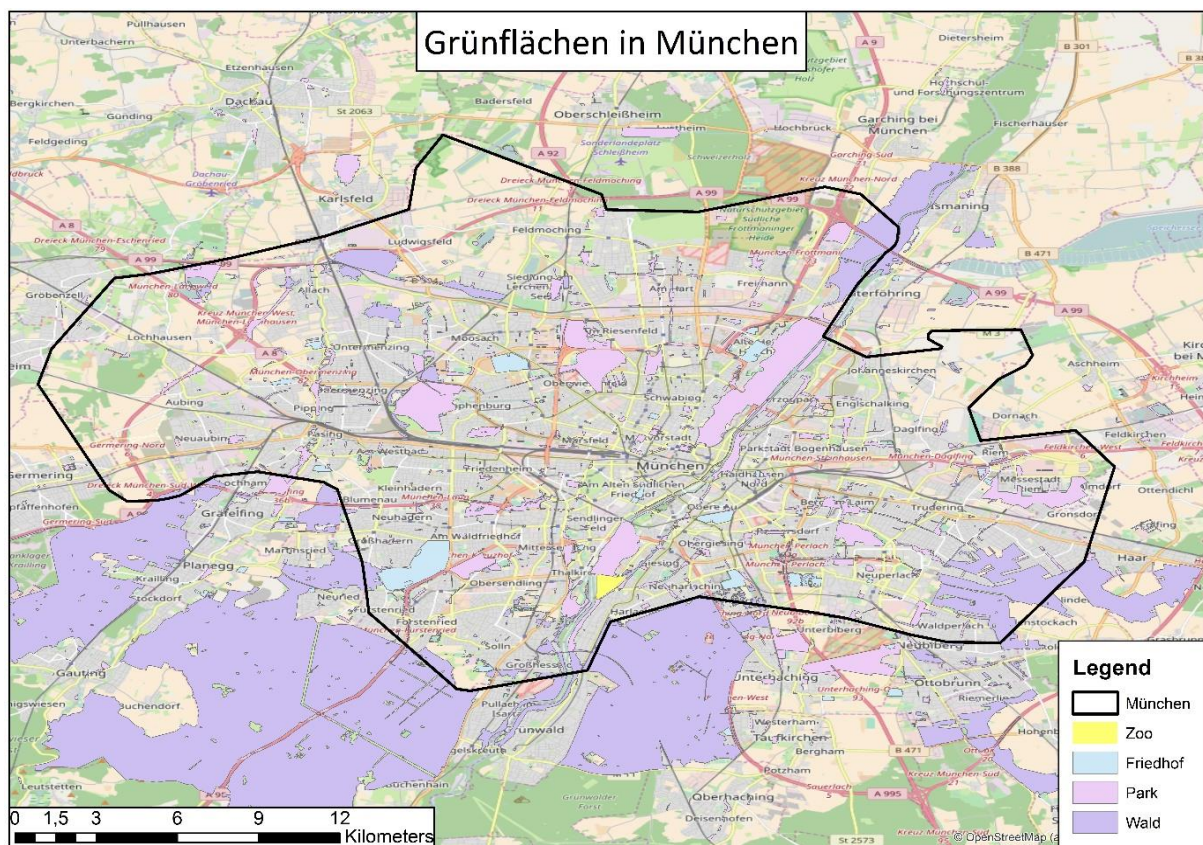


Abb. 52 Grünflächen in München bestehend aus Parks, Zoo, Friedhöfen und Waldflächen (Quelle: Eigene Darstellung; Open Street Map)

6.3 Vergleich

Die Großstadt Leipzig mit einer halben Million EinwohnerInnen und die Millionenstadt München unterscheidet Einiges. München ist in einem eher konservativ geprägten Teil der Bundesrepublik Deutschland gelegen und hat seit Jahrzehnten eine stetige positive Entwicklung bei Wirtschaft und EinwohnerInnen vorzuweisen. Die Wohnsituation ist auf Grund des starken Zuwachses angespannt und die Siedlungsfläche wird knapp. Leipzig hingegen befindet sich immer noch in einer Aufbruchsstimmung, nach den erst negativen Entwicklungen der Wende, welche nun eine positive Veränderung aufweisen. Leipzig ist immer noch dabei sich neu zu erfinden und hat viele Flächen und Möglichkeiten, sich noch zu entwickeln. Leipzig könnte daher offener sein für die Idee einen neuen Markt mit den urbanen ÖkotouristInnen zu erschließen. Jedoch hat Leipzig auf Grund seiner Entwicklungsphase momentan das generelle Ziel, die Touristenzahlen zu erhöhen und könnte daher dazu neigen, sich eher breit aufzustellen. München hingegen hat derart positive Tourismuszahlen, dass nur noch in der Nebensaison geworben wird und wäre deswegen vielleicht der Idee offener gegenüber, da urbaner Ökotourismus zum Ziel hat, Schäden des Städtetourismus zu minimieren.

Bei den Potentialen für urbanen Ökotourismus sind beide Städte stark aufgestellt. Dies erkennt man auch daran, dass beide einen sehr ähnlichen Anteil an geeigneten Flächen für urbanen Ökotourismus haben (siehe Abb. 53 und Abb. 54). Beim Internetauftritt wird dies in München jedoch ein wenig prominenter präsentiert.

Partizipation, welche im Ökotourismus wünschenswert ist, ermöglichen beide Städte beim Thema Tourismus nur im geringen Maße. In Leipzig gibt es in jedem Quartal ein öffentliches Tourismusfrühstück mit kostenloser Teilnahme, bei dem lokale Partner und die Tourismus-Verantwortlichen über betreffende Themen diskutieren und anschließend Fragen aus dem Publikum beantworten (siehe 12.1.1 Interview mit Susi Wieschollek (Leipzig)). In München gibt es für AnwohnerInnen einen eher indirekten und weniger öffentlichen Weg, Fragen zum Thema Tourismus zu stellen. Der zweite Bürgermeister ist Vorsitzender der Tourismus-Abteilung im Referat für Arbeit und Wirtschaft, weshalb er hierzu in seinen regelmäßig stattfindenden Sprechstunden befragt werden kann.

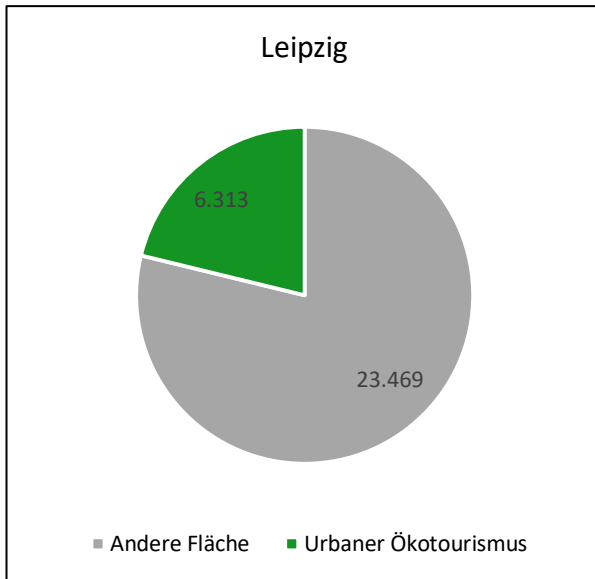


Abb. 53: Für den Urbanen Ökotourismus interessante Bodennutzung des Leipziger Stadtgebiets aus Waldfläche, Wasserfläche und Erholungsfläche (Eigene Darstellung; Leipzig Statistik10)

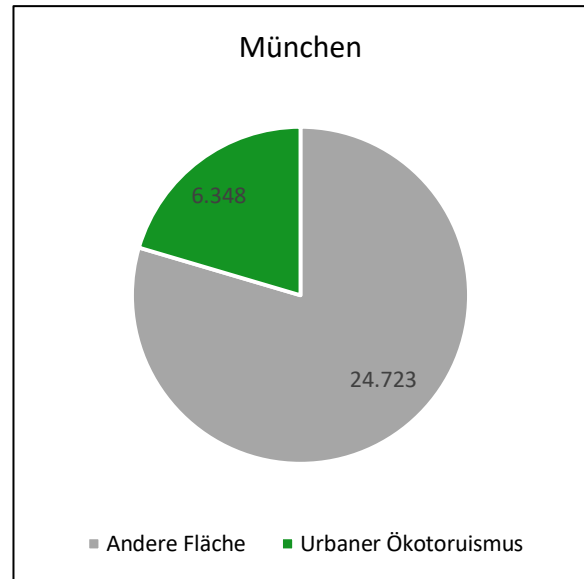


Abb. 54: Für den Urbanen Ökotourismus interessante Bodennutzung des Münchener Stadtgebiets aus Grünanlagen- und Flächen, Waldflächen, Wasserflächen und Friedhöfen (Eigene Darstellung; Stadt München16)

6.4 Zwischenfazit

Beide Städte haben viel Potential gezeigt. Leipzig und München sind positive Beispiele dafür, dass deutsche Großstädte genug Möglichkeiten für einen veränderten Ökotourismus bieten. Die Grünflächen, das gut vernetzte Umland, die verschiedenen Unterkunftsarten, die Anreisemöglichkeiten und die Möglichkeiten für umweltfreundliche und naturverbundene Aktionen sprechen dafür.

Verbesserungen sind bei beiden Städten in der Vermarktung zu machen. Die Natur der Stadt wird nur sehr am Rande an TouristInnen herangetragen und nachhaltige TouristInnen sind in keinem der Marketingkonzepte der beiden Städte vorgesehen. Es sollte also beim Internetauftritt und der Vermarktung ein neuer Schwerpunkt auf die Natur in den Städten gelegt werden sowie auf die verschiedenen umweltfreundlichen und naturverbundenen Aktivitäten. Eine Möglichkeit wäre *The Green Map System* welche auch für *The other Map of Toronto* verwendet wurde. Die Städte sollten eine alternative Karte für BesucherInnen erstellen, auf der vor allem Grundflächen, Natur und Möglichkeiten für umweltfreundliche und naturverbundene Aktivitäten eingezeichnet sind gemischt mit Geheimtipps. Denkbar wäre auch eine Auflistung von Tipps, wie man sich möglichst nachhaltig während des Städteurlaub verhalten kann sowie Geheimtipps für Ausflüge und Aktivitäten. Diese Liste, vielleicht auch im Verbund mit der Karte, könnte bei Hotels und anderen Unterkünften ausgelegt werden sowie beim Internetauftritt auftauchen.

7. Methodik

7.1 Theorie

Für den theoretischen Teil dieser Arbeit, state of the art wie auch den Fallstudien war, die Literaturrecherche von großer Bedeutung. In der Literaturrecherche wurden Texte aus Zeitschriften, Büchern und Onlinequellen gesucht, welche das Thema der Arbeit behandeln, um einen Einstieg zu finden und einen Überblick für state of the art zu schaffen. Im Theorieteil wurde die Literaturrecherche verwendet, um eine Grundlage anzufertigen, welche der Ausgang für eine Diskussion um das Thema der Arbeit ist. In den Fallstudien und der Diskussion sorgte die Literaturrecherche für die nötigen Informationen.

Es wurde, wenn möglich, auf Primärliteratur zugegriffen. Wissenschaftliche Literatur (Monographien, Sammelbände, Artikel aus Magazinen) wurde bevorzugt und ergänzt durch Texte aus dem Journalismus, amtliche Veröffentlichungen und Internetseiten. Internetquellen nehmen einen großen Teil ein, da das Thema der Arbeit bisher wenig in der wissenschaftlichen Literatur behandelt wurde und zum anderen, da es relativ aktuell ist. Das Thema der Arbeit ist im Bereich Tourismus anzusiedeln und in diesem Bereich ist auf Grund der Vernetzung und Globalisierung Literatur aus verschiedenen Quellen zu untersuchen, da viele verschiedene AkteurInnen eine Rolle spielen.

Es wurde mit deutsch- und englischsprachiger Literatur gearbeitet.

Zusätzlich zur Literaturrecherche kam die Medienanalyse. Für die Fallstudien ist es auf Grund der Thematik Tourismus wichtig, auf das Selbstbild und die Vermarktung, das Image sowie das Marketing der Untersuchungsgebiete der Fallstudien einzugehen. Hierfür wurden Medien wie das Internet, Zeitungsartikel und Veröffentlichungen untersucht und analysiert.

Um die Möglichkeiten eines urbanen Ökotourismus in deutschen Großstädten auszutesten, wurden zwei Fallstudien durchgeführt: In Leipzig und in München. Beide Großstädte wurden ausgewählt, da sie positive Tourismus-Kennzahlen aufweisen und einen hohen Anteil an Grünflächen aufweisen. Ein Vergleich zwischen den beiden ist interessant, da sie sich in einigen Punkten stark unterscheiden: München weist schon lange ein starkes Wachstum auf und hat mit Flächenmangel zu kämpfen. Leipzig war eine schrumpfende Stadt und befindet sich erst seit einigen Jahren wieder im Wachstum. Leipzig hat einen eher geringen ausländischen Anteil bei den Ankünften, München hingegen einen großen. München ist eine Millionenstadt, Leipzig nur eine Großstadt mit gut einer halben Millionen EinwohnerInnen. München hat sehr viele Schutzgebiete und versucht Grünflächen zu bewahren während Leipzig viele Grünflächen erst seit der Wende neu angelegt hat.

Beide Städte wurden gleich untersucht. Erst wurden die Faktoren der Stadt, welche für den Tourismus von Bedeutung sind, betrachtet (Infrastruktur, Image, Grünflächen usw.), danach das Umland und abschließend die Tourismus-Kennzahlen sowie das Tourismus-Marketing.

Ausgehend von dieser Betrachtung wurden Faktoren, welche förderlich für einen urbanen Ökotourismus sind aufgelistet und beschrieben bzw. begründet.

Es folgt ein Zwischenfazit für jede der beiden Städte sowie ein Vergleich der beiden mit anschließendem Fazit.

Die für die Fallstudien benötigten Informationen wurden nicht nur die Literaturrecherche und Medienanalyse, sondern auch durch zwei Interviews mit einem für den Tourismus verantwortlichen Menschen der jeweiligen Stadt gewonnen.

Die beiden Interviews sind teilstrukturierte, nicht-standardisierte Interviews. Es gab einen Leitfaden aus vorbereiteten offenen Fragen, welche in einer sinnvoll erscheinenden Reihenfolge angeordnet waren. Im Laufe des Gesprächs wurde jedoch die Reihenfolge an die Situation teilweise angepasst, um den Gesprächsfluss aufrecht zu erhalten. Ebenso sind spontane Nachfragen oder weiterführende Fragen aufgekommen, welche sich für den Interviewer durch die Antworten des Interviewten ergaben. Die Interviews wurden über das Telefon geführt und anhand von schriftlichen Notizen des Interviewers protokolliert.

Für die Stadt Leipzig wurde ein ungefähr 40 minütiges Interview mit Frau Wieschollek geführt. Sie ist bei der LTM (Leipzig Tourismus und Marketing GmbH) angestellt. Diese Firma ist zuständig das Image von Leipzig als Wirtschaftsstandort und Tourismus-Destination zu stärken. Hierfür sind acht Aufgabenfelder definiert:

- *„Kommunikation thematischer, touristisch interessanter Schwerpunkte in den relevanten Quellmärkten durch geeignete Maßnahmen im Online- und Printbereich sowie durch intensive Pressearbeit*
- *Bereitstellung von buchbaren Angeboten für Gruppen- und Einzelreisende sowie Zimmervermittlung*
- *Information der Leipzig-Reisenden vor Ort sowie Verkauf der Leipzig Card*
- *Kongressmarketing und Unterstützung bei der Kongressakquise*
- *Imagekommunikation und Standortwerbung*
- *Koordination und Einbindung von Angeboten touristischer Partner in Marketingmaßnahmen*
- *Interessenvertretung gegenüber der Landesmarketingorganisation (TMGS) sowie gegenüber Tourismusorganisationen auf Bundesebene (DZT, DTV, GCB)*
- *Bündelung und Koordination zahlreicher Aktivitäten des Leipziger Stadt- und Standortmarketings in enger Kooperation mit Wirtschaft, Verbänden und Institutionen“ (Leipzig Travel)*

Obwohl Input von der Stadt kommt und auch auf die aktuellen Trends im Deutschland-Tourismus geachtet wird, hat die LTM bei der Vermarktung und Image-Pflege das letzte Wort und entscheidet eigenmächtig über das Marketing. Frau Susi Wieschollek ist als Junior Projektmanagerin für International PR & Sales ist mit ihrer Abteilung für die Vermarktung ins Ausland zuständig. Es wird beispielsweise an die Presse bzw. JournalistInnen herangegangen, diese eingeladen und mit Informationen versorgt, wenn sie etwas über Leipzig schreiben möchten.

Ein weiterer wichtiger Teil ihrer Arbeit ist die direkte Auslandsvermarktung und der Entwurf von Projekten und Profilen, wie bestimmte Zielgruppen im Ausland angesprochen werden können. (12.1.1 Interview mit Susi Wiescholke (Leipzig))

Herr Ralf Zednik wurde für die Stadt München ungefähr 50 Minuten interviewt. Er ist Head of Marketing (Marktforschung) beim Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München. Die Abteilung des Referates ist alleine zuständig und verantwortlich für die touristische Vermarktung der Stadt. (12.1.2 Interview mit Ralf Zednik (München))

7.2 Empirie

Im Zuge dieser Arbeit wurde eine Online-Umfrage mit dem Programm Lime Survey 2.05 erstellt und durchgeführt. Das Thema der Umfrage ist Ökotourismus in der Großstadt. Die Befragten mussten ihre Zustimmung zu dieser Idee mit Hilfe einer Skala von eins bis sechs ausdrücken, Stadtbilder auf ihren Naturaspekt hin bewerten und Fragen beantworten, welche auf Argumentationen für den urbanen Ökotourismus beruhen. Beispiele dieser Argumente sind: Die häufige Nutzung von Internetseiten bzw. von Smartphones für die Reiseplanung, Ausführen von ökologisch vorteilhaften Aktivitäten während eines Städteurlaubes und welche Gebiete man als Natur in der Stadt wahrnimmt.

Die Umfrage enthält 16 obligatorische und drei optionale Fragen, welche nur erscheinen, sollte die Antwort auf die direkt vorangegangene Frage positiv sein. Die Befragung wurde ausschließlich online ausgeführt und war über einen Link verfügbar. Dieser Link war vom 20.05.17 bis 12.06.17, also 23 Tage online. Die TeilnehmerInnenzahl beträgt 665 Personen. Der Zugang zur Umfrage war offen und es konnte jede Person ab 18 Jahren teilnehmen. Die Befragung war ausschließlich in deutscher Sprache verfügbar. Gezielt angeschrieben und zur Teilnahme angeworben wurden eher jüngere Personen aus Deutschland und Österreich. Die Auswertung geschah in Excel Tabellen und wurde durch Excel-Grafiken veranschaulicht.

Die gestellten Fragen können in fünf Gruppen sortiert werden:

Filterfragen

Um die Befragten in Gruppen und Profile einzuordnen und die weiteren Antworten untereinander zu vergleichen, wurden vier Filterfragen angewandt. Das Geschlecht und die Nationalität wurden erfragt. Das Untersuchungsgebiet der Arbeit ist Deutschland und vorige Kapitel haben gezeigt, dass vor allem Einheimische als potentielle TouristInnen für einen urbanen Ökotourismus in Frage kommen bzw. vor allem Menschen, die nicht weit entfernt von der Destination leben. Daher wurden die Nationalität Kategorien von Deutschland ausgehend entworfen: Deutschland, Nachbarland Deutschlands, restliches Europa oder außerhalb von Europa. Österreich erhielt als einziges Nachbarland auf Grund der zu erwartenden hohen TeilnehmerInnenzahl aus diesem Lande eine Sonderstellung. Das Alter der TeilnehmerInnen wurde abgefragt.

Das Argument, Smartphone und Internet würden es einfacher machen, einen urbanen Ökotourismus zu gestalten, zusammen mit der Annahme, dass jüngere Menschen die Technik leichter annehmen und stärker verwenden, sorgen für eine feinere Aufteilung der Antworten im jüngeren Altersbereich. Die vierte Filterfrage dreht sich um den Wohnort, genauer die Siedlungsgröße des Wohnortes. Es geht jedoch nicht um den aktuellen Wohnort, sondern um den Wohnort mit den meisten Einwohnern, den man mindestens drei Monate am Stück bewohnt hat. Diese Frage spielt auf die Argumentation an, GroßstadtbewohnerInnen wären an das Stadtleben gewöhnt und würden daher bereits bei kleinen Mengen Bepflanzung diese als Natur erkennen.

Zwei Fragen nehmen eine Sonderstellung ein, da sie zugleich mit den Filterfragen sortiert ausgewertet werden können, aber auch als Filterfragen zusätzlich verwendet werden können: Die erste Frage, wie weit man der Idee von Ökotourismus in Großstädten zustimmt und die Fragen, ob einem Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während des Urlaubes wichtig sind.

Internet und Smartphones

In diesem Frageblock ging es um das Argument, dass Smartphones und das Internet es leichter machen, auf ökologische Aspekte während des Urlaubs zu achten. Dafür wurden die TeilnehmerInnen befragt, ob sie überhaupt das Internet für ihren Urlaub (Anreise, Abreise, vor Ort, um umweltbewusste Firmen oder Aktionen zu finden) verwenden und wenn ja, in welcher Häufigkeit.

Ökologische Aspekte während eines Städteurlaubes

Da Ökotourismus mit dem Gedanken an ökologische Aspekte verbunden ist, wurden TeilnehmerInnen zu ökologischen Aspekten sowie zu ihrem Verhalten während eines Urlaubsaufenthaltes abgefragt. Dafür wurden die TeilnehmerInnen gefragt, wie wichtig ihnen diese Thematik während eines Urlaubes ist, ob sie bei der Wahl der Unterkunft Nachhaltigkeit wichtiger als den günstigsten Preis finden und ob sie im Allgemeinen sowie bei Städteurlauben im Speziellen darauf achten, lokale Produkte zu kaufen.

Zuletzt wurde gefragt, welche Aktivitäten die TeilnehmerInnen während eines Städteurlaubes bereits ausgeführt haben. Die Liste für die Antwortauswahl führt Aktivitäten auf, welche in dieser Arbeit und der ausgewerteten Literatur als Aktivitäten im Zuge eines umweltfreundlichen Urlaubes in der Stadt gelten.

Naturverständnis

Die Natur ist ein wichtiger Faktor für den Ökotourismus und die Akzeptanz von Natur in der Stadt ein wichtiger Faktor für den Erfolg eines urbanen Ökotourismus. Daher wurde anhand von zwei Fragen das Naturverständnis der TeilnehmerInnen erfragt. Zuerst sollten sie in einer Mehrfachantworten-Frage auswählen, welche der folgenden Gewässer und Grünflächen aus Städten sie im Allgemeinen als Vertreter von Natur in Städten empfinden.

In einer zweiten Frage sollten die TeilnehmerInnen elf Bilder jeweils auf einer Skala von eins bis zehn nach ihrem Anteil an Natur bewerten. Alle elf Bilder (siehe Abb. 55) sind aus Städten und stellen beispielhaft die Grünflächen und Gewässer aus Städten sowie die Flora und Fauna dar: Tiere in Städten, Stadtwald, Brachfläche, Badesee, Fluss, Zoo, Urban Gardening und Parks.

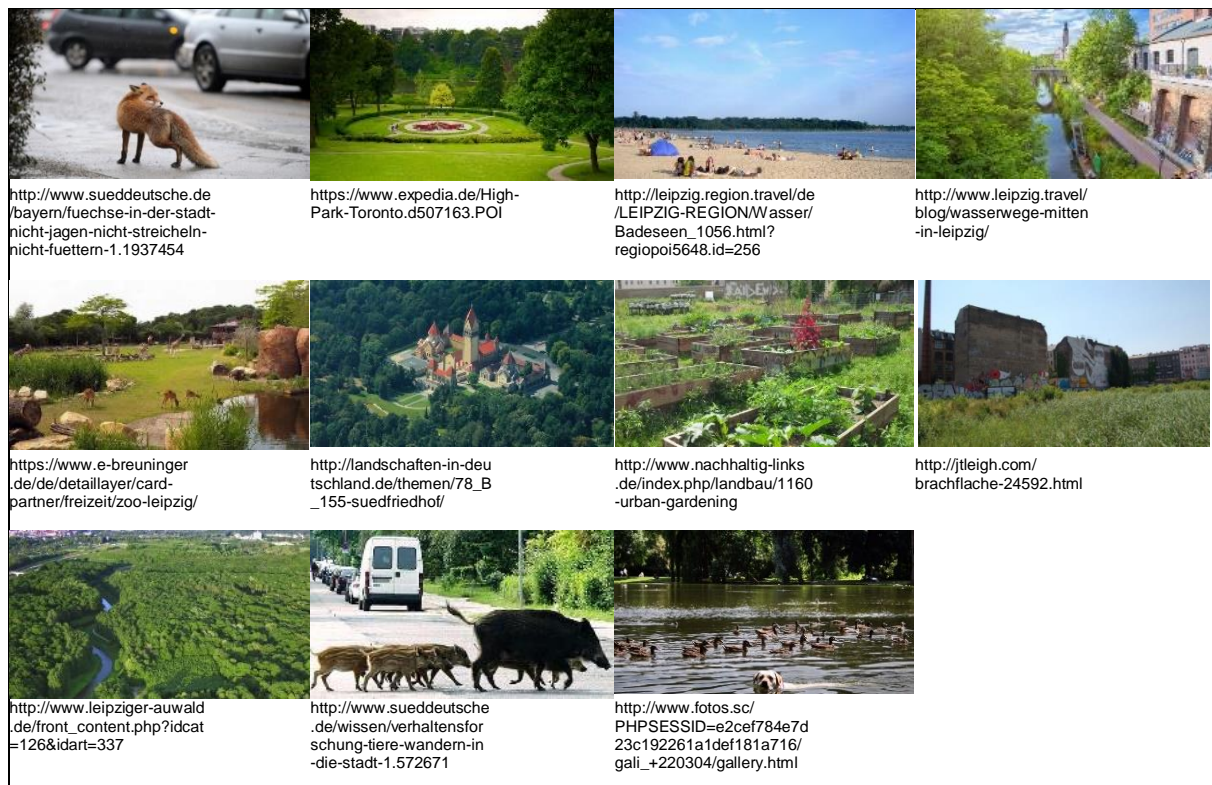


Abb. 55: Quellen der im Fragebogen verwendeten Bilder (Eigene Darstellung)

Zustimmung zu Ökotourismus in einer Großstadt

Hier wurden die TeilnehmerInnen mit Hilfe einer Skala von eins (stimme gar nicht zu) bis sechs (stimme sehr zu) zweimal gefragt, ob sie der Idee von Ökotourismus in einer Großstadt zustimmen. Die gleiche Frage erscheint ganz am Anfang und am Ende der Befragung, um zu sehen, ob die folgenden Fragen, eingeblendeten Bilder und der angestoßene Denkprozess die Meinung verändern.

Die Frage trifft die TeilnehmerInnen sehr unvorbereitet und es kann vermutet werden, dass die meisten TeilnehmerInnen nicht mit der Idee vertraut sind und sich auch nicht mit Ökotourismus beschäftigen oder die damit verbundenen Prinzipien kennen. Jedoch ist Ökotourismus so stark verbreitet, dass die meisten TeilnehmerInnen damit etwas anfangen können sollten. Der Begriff *Öko* wird derzeit auch in anderen Themenbereichen häufig verwendet, so dass jeder TeilnehmerInnen hierzu eine Vorstellung im Zusammenhang mit Urlaub haben sollte.

Eine Definition vor der Befragung wurde ausgeschlossen, weil dadurch eine Beeinflussung der TeilnehmerInnen stattgefunden hätte. Es wurde im Zuge dieser Arbeit bereits erklärt, wie jegliche Definitionen vom Ökotourismus den Natur-Aspekt beinhalten und dementsprechend die TeilnehmerInnen beeinflusst hätten.

8. Befragung

Bei der Auswertung wurden die Ergebnisse mit Hilfe von Excel dargestellt. Alle Diagramme sind eigene Darstellungen, welche auf den Ergebnissen der Befragung beruhen.

Bei der Auswertung werden bei manchen Fragen die TeilnehmerInnen nicht mitgezählt, welche die Frage nicht beantwortet haben oder *keine Antwort* als Antwort gewählt haben. Bezieht sich die Auswertung auf die gesamte TeilnehmerInnenzahl mit den 665 TeilnehmerInnen, wird das N angegeben. Wird sich bei der Auswertung nur auf die getätigten Antworten bezogen, ist das n jeweils in der Beschriftung der Grafik angegeben.

8.1 Filterfragen

Die Umfrage haben zweieinhalbmal mehr Frauen als Männer mitgemacht (siehe Abb. 56) und es kommen über 60 Prozent der TeilnehmerInnen aus Österreich gefolgt von Deutschland, welches ein Viertel der TeilnehmerInnen als Nationalität angaben. Die anderen drei Rubriken *anderes Nachbarland Deutschlands*, *restliches Europa* und *außerhalb Europas* sind so wenig vertreten, dass sie für die Analyse nicht verwendet werden können (siehe Abb. 57). Dies war jedoch zu erwarten, da die Umfrage in keiner anderen Sprache als Deutsch zur Verfügung stand. Da der urbane Tourismus vor allem von kurzen Anreisen profitiert, sind inländische TouristInnen wie auch solche aus Nachbarstaaten interessant. Österreich kann als Vergleich herangezogen werden, um die Antworten der deutschen TeilnehmerInnen in Relation zu setzen.

Auf Grund der vermehrten Reiselust und der vermehrten Offenheit gegenüber neuen Technologien waren eher jüngere TeilnehmerInnen erwünscht. Hierzu wurden feineren Altersgruppen gebildet. Rund Dreiviertel der TeilnehmerInnen sind unter 30 und die gleichmäßigen Untergruppen 18-21, 22-25 und 26-29 haben dabei eine annähernd gleiche Verteilung. (siehe Abb. 58)

Bei der Wohnortgröße lebten oder leben über die Hälfte der TeilnehmerInnen in einer Großstadt und über 18 Prozent in einer Millionenstadt. Die drei kleineren Wohnorte kommen zusammen auf nicht ganz ein Viertel. Aber durch ihre fast gleichmäßige Verteilung sind sie für eine Auswertung anderer Fragen zahlreich genug. (siehe Abb. 59)

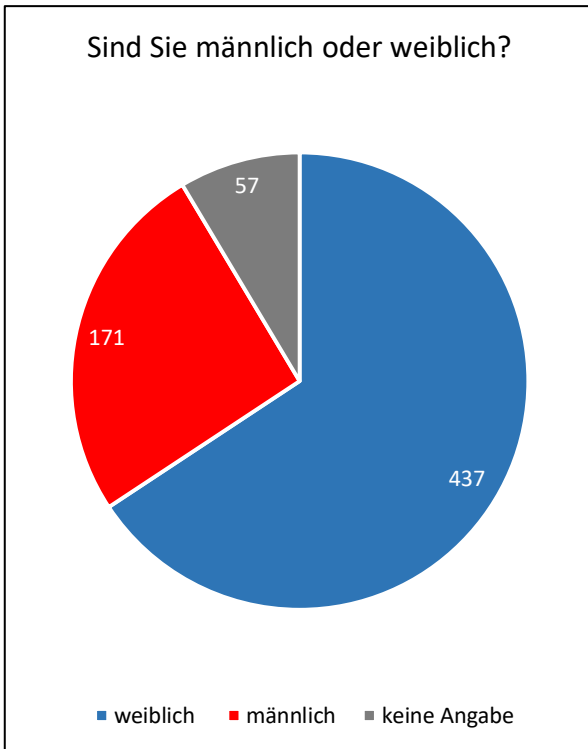


Abb. 56: Geschlecht der TeilnehmerInnen. N = 665

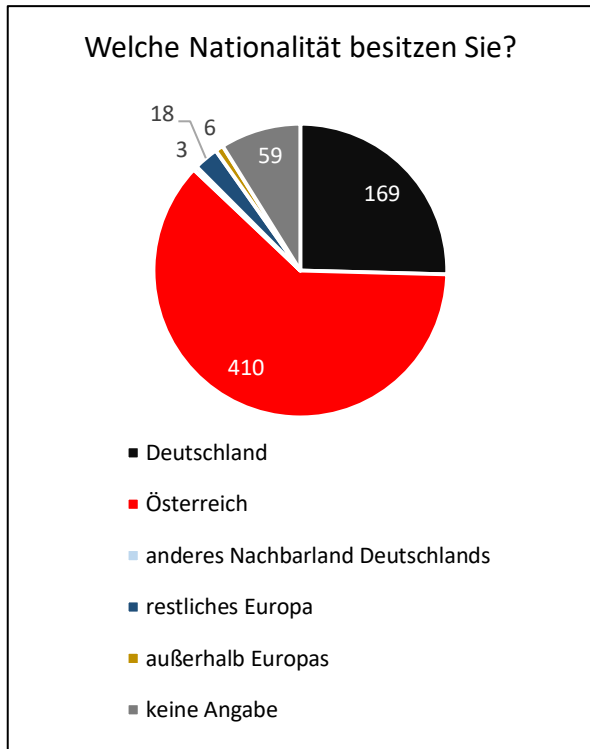


Abb. 57: Nationalität der TeilnehmerInnen. N = 665

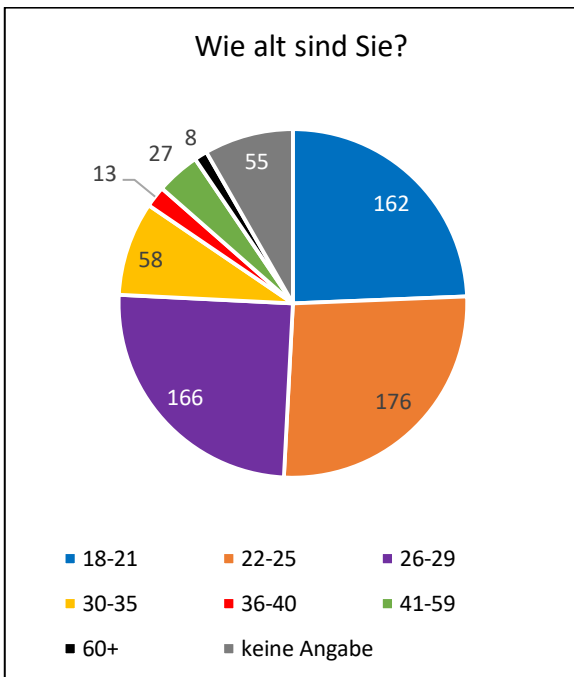


Abb. 58: Alter der TeilnehmerInnen. N = 665

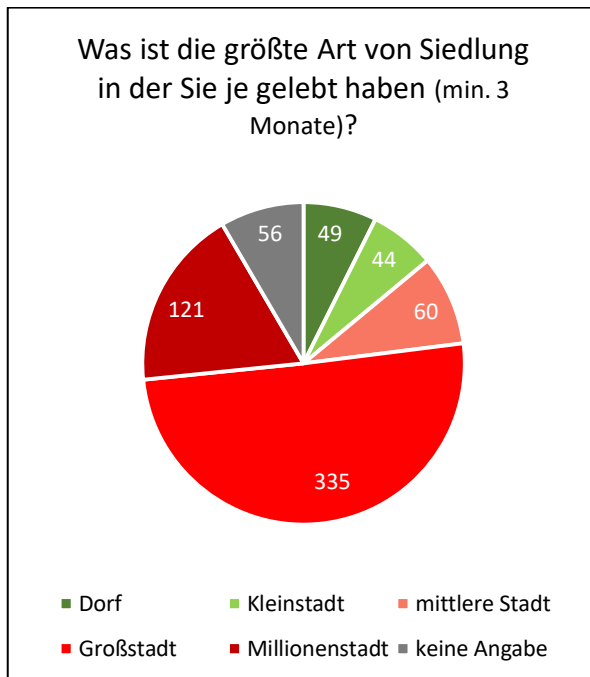


Abb. 59: Größter Wohnort. N = 665

8.2 Internet und Smartphones

Mit über 93 Prozent hat ein sehr hoher Anteil bereits einmal das Internet für die Reiseplanung verwendet (siehe Abb. 60). 40 Prozent tun dies sogar fast immer und nicht malein Zehntel verwendet das Internet kaum (*selten, eher selten, einmal*) für die Reiseplanung (siehe Abb. 61).

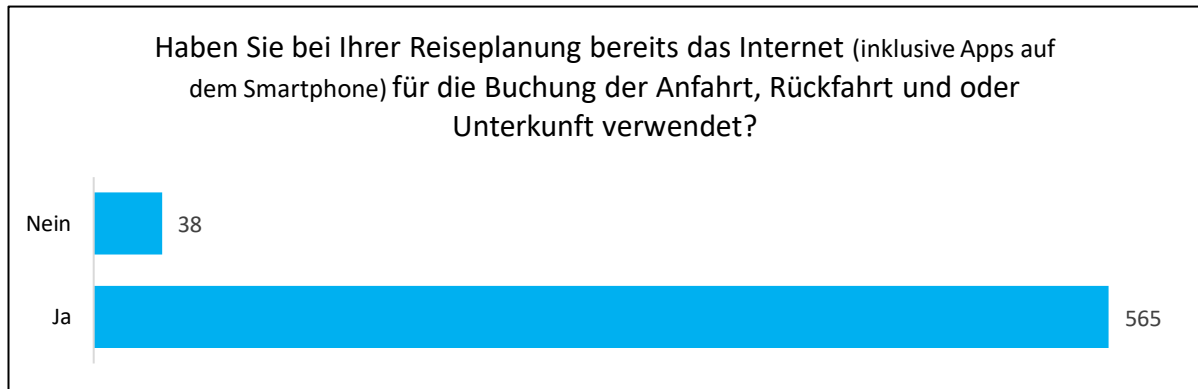


Abb. 60: Internetverwendung für Reiseplanung. $n = 603$

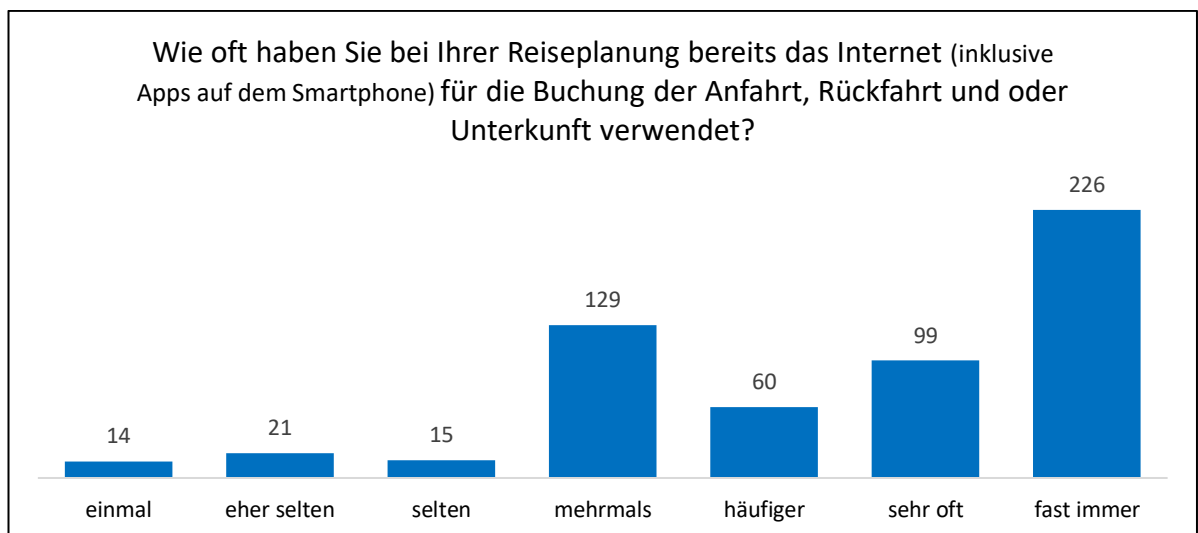


Abb. 61: Häufigkeit der Internetverwendung für Reiseplanung. $n = 564$

Während des Urlaubs sieht die Verwendung des Internets sehr ähnlich aus, fällt sie hier um 10 Prozent geringer aus (siehe Abb. 62). Bei der Häufigkeit ist der Trend zwar ähnlich wie bei der Buchung, weiter gestreut (siehe Abb. 63).

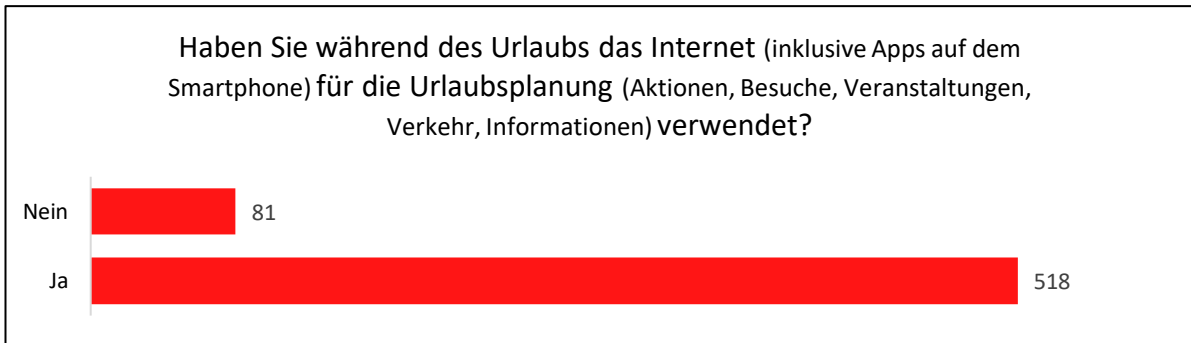


Abb. 62: Internetverwendung während des Urlaubs. n = 599

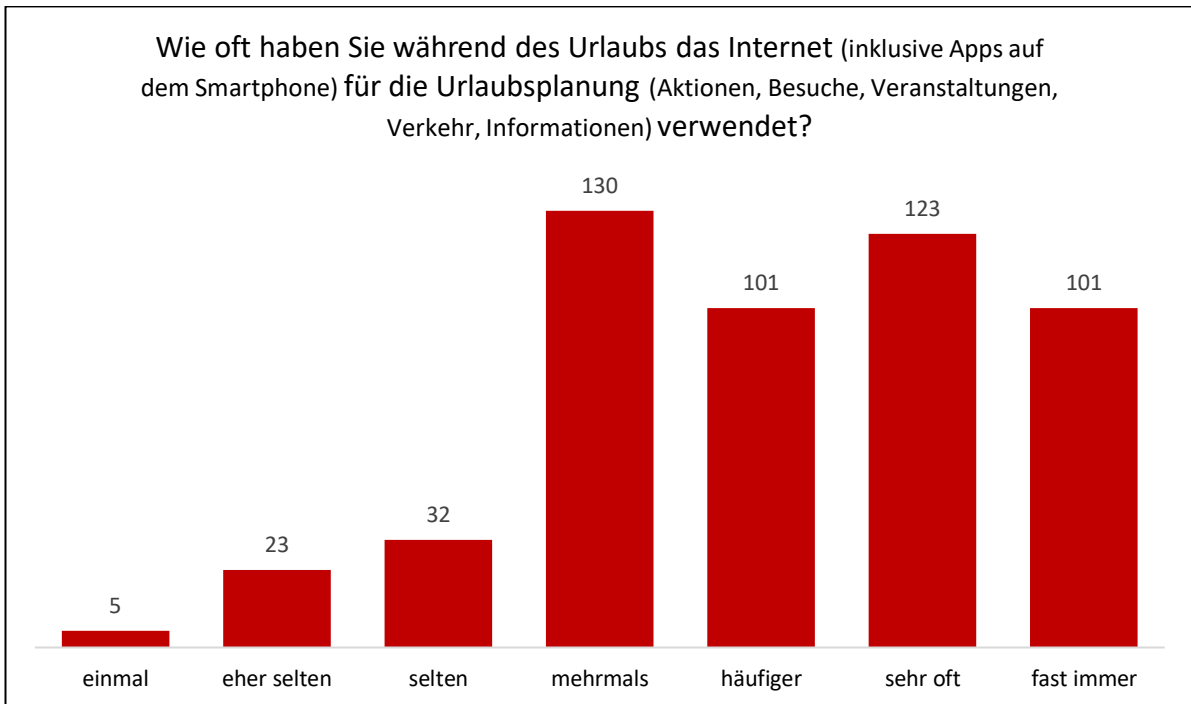


Abb. 63: Häufigkeit der Internetverwendung während des Urlaubs. n = 515

Nur ein Viertel hat während des Urlaubs das Internet verwendet, um nachhaltige Einrichtungen oder Aktionen zu finden (siehe Abb. 64), in den meisten Fällen geschah dies zudem nicht regelmäßig (siehe Abb. 65).

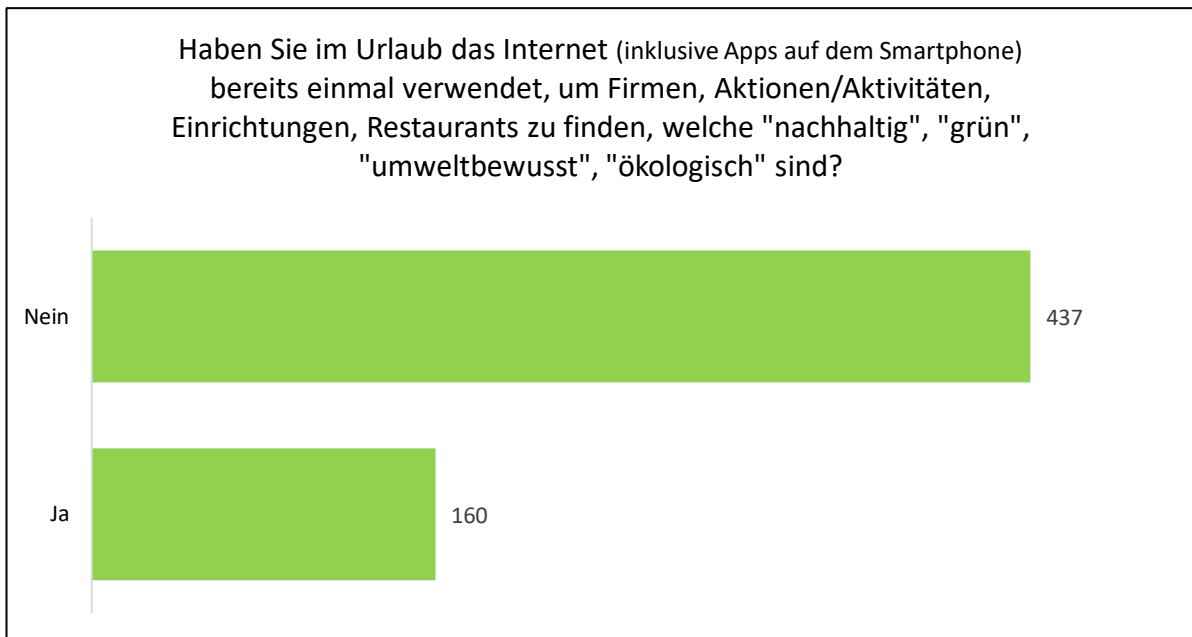


Abb. 64: Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub. $n = 597$



Abb. 65: Häufigkeit der Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub. $n = 160$

Bei der Buchung der Reise ist das Internet bereits fest verankert und auch während des Urlaubs wird es von den meisten verwendet, jedoch nicht so häufig. Für nachhaltige Einrichtungen und Aktivitäten wurde es jedoch nur von wenigen und auch nur sehr unregelmäßig verwendet.

8.3 Ökologische Aspekte während eines Städteurlaubes

Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte sind für viele TeilnehmerInnen wichtig. Es gibt eine Pyramiden-Verteilung, jedoch ist der Mittelpunkt bei 4 und somit ist das Thema von Bedeutung für viele (siehe Abb. 66).

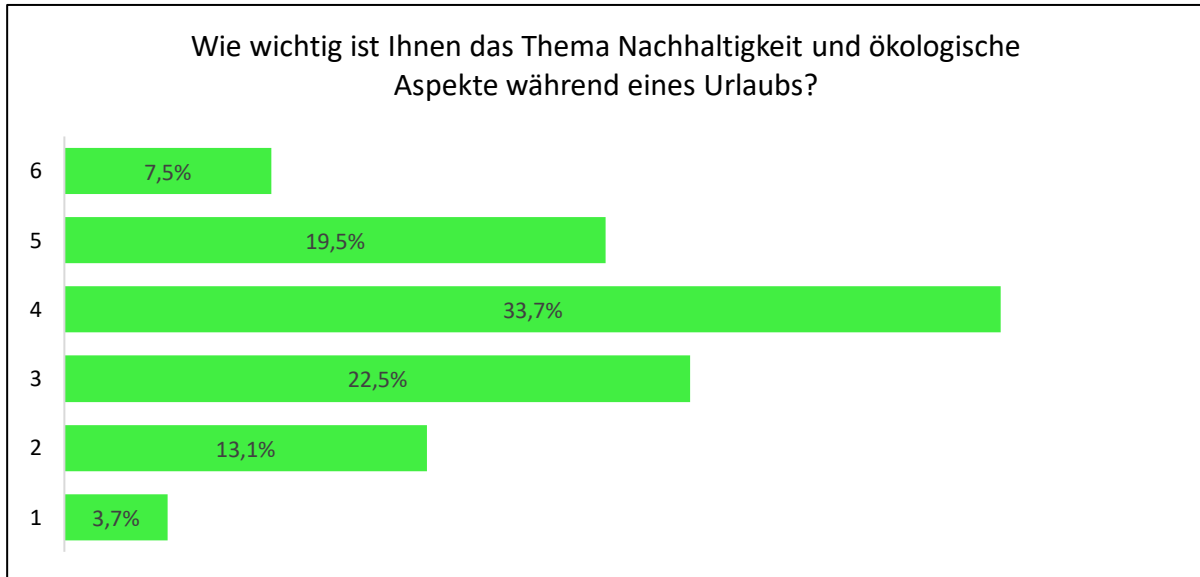


Abb. 66: Persönliche Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während einen Urlaubs (1 = gar nicht und 6 = sehr wichtig) n = 590

Bei den Aktivitäten während eines Städteurlaubs hat der Großteil schon Denkmäler und Gebäude angesehen, Grünflächen fürs Spazieren genutzt, das Kulturangebot wahrgenommen und Gewässer aufgesucht. Fast die Hälfte war Schwimmen, im Zoo, im Tierpark oder hat eine Stadttour mitgemacht. Mehr als ein Drittel ist Radgefahren oder hat Zeit im Park verbracht.

Nur ein Fünftel hat Tiere in freier Wildbahn beobachtet und nur sehr wenige sind Kanu gefahren. (siehe Abb. 67)



Abb. 67: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden. N = 665

Parks sowie Gewässer sehen weit über 80 Prozent als Natur in der Stadt an. Einen botanischen Garten immerhin noch fast 67 Prozent. Fast die Hälfte empfindet dies auch bei Gärten (privat wie auch Vereine) und Straßenbepflanzung so. Bei Brachflächen und Friedhöfen sieht das nur ein Fünftel so und auch Tierparks werden nur von 28 Prozent als Natur in der Stadt gesehen, beim Zoo sogar nur 16 Prozent. Sport- und Golfplätze sowie Deponien werden von nur sehr wenigen als Natur in der Stadt betrachtet. (siehe Abb. 68)

Angelegte Grünflächen und Gewässer erreichen die höchsten Werte. Gebiete mit einer bestimmten Funktion wie Friedhöfe, Golfplätze, Sportplätze oder Tierparks erhalten tendenziell niedrigere Werte.

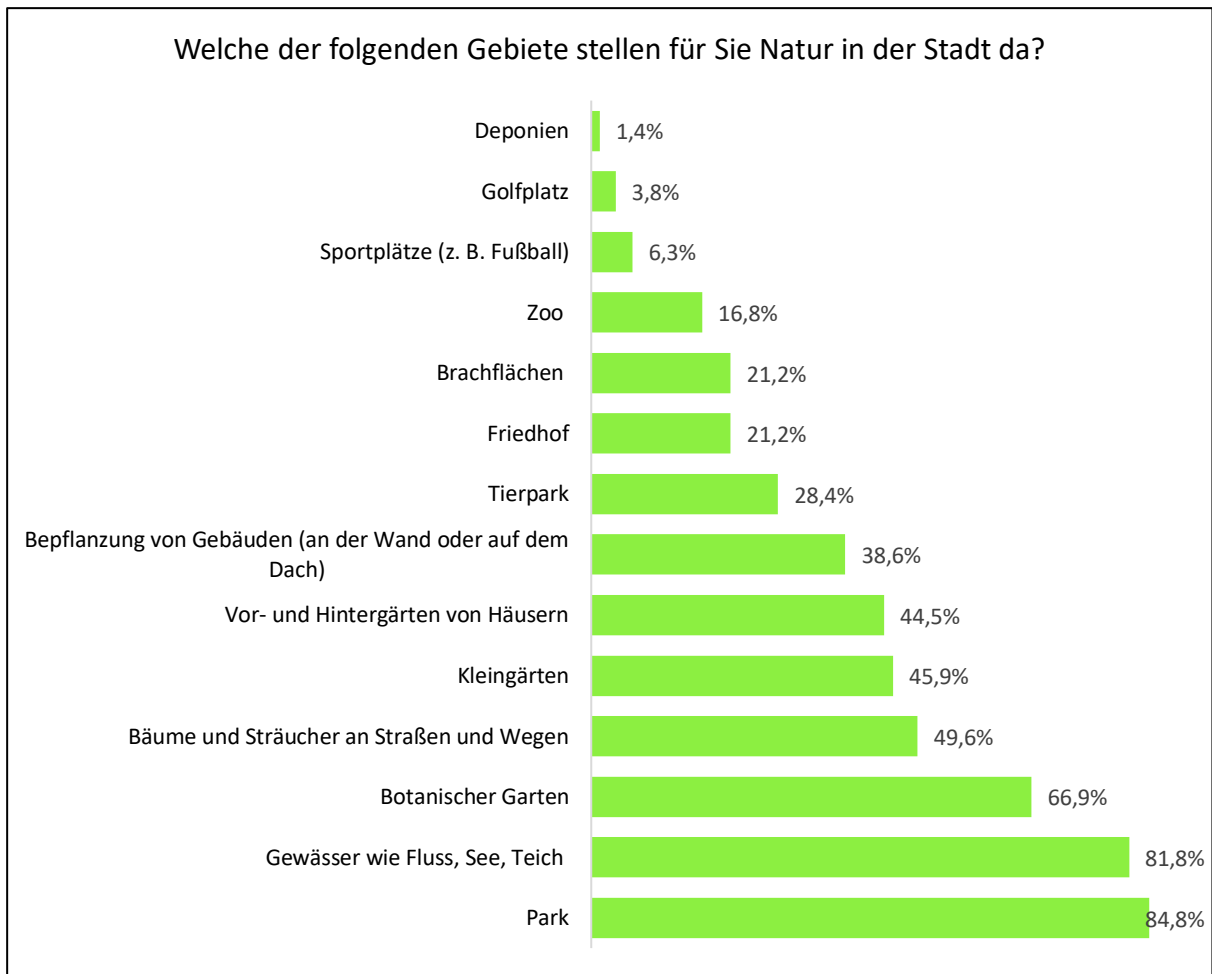


Abb. 68: Gebiete, welche Natur in der Stadt darstellen. N = 665

Eine große Mehrheit der TeilnehmerInnen eher eine nachhaltigere als eine günstigere Unterkunft wählen und nur 15 Prozent tendieren zu einer negativen Antwort (siehe Abb. 69).

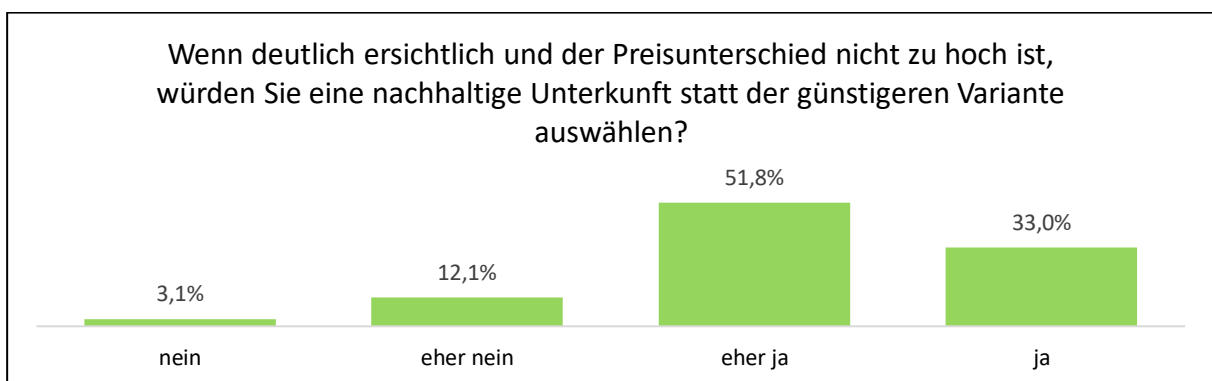


Abb. 69: Bereitschaft bei nur geringem Preisaufschlag die nachhaltige statt der günstigen Unterkunft zu wählen. n = 587

Fast die Hälfte der TeilnehmerInnen achtet eher darauf, lokale Produkte zu kaufen und fast ein Drittel sogar definitiv (siehe Abb. 70).

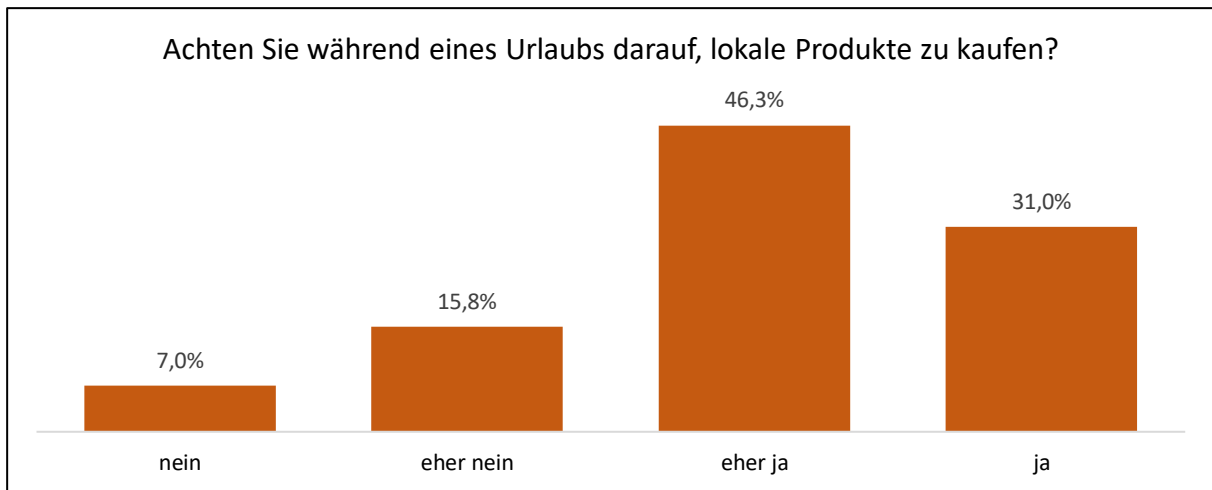


Abb. 70: Kauf von lokalen Produkten während des Urlaubs. $n = 588$

Beim Städteurlaub achten immer noch fast die Hälfte der TeilnehmerInnen darauf lokale Produkte zu kaufen. Jedoch achten lediglich halb so viele definitiv darauf und fast ein Drittel eher nicht. (siehe Abb. 71)

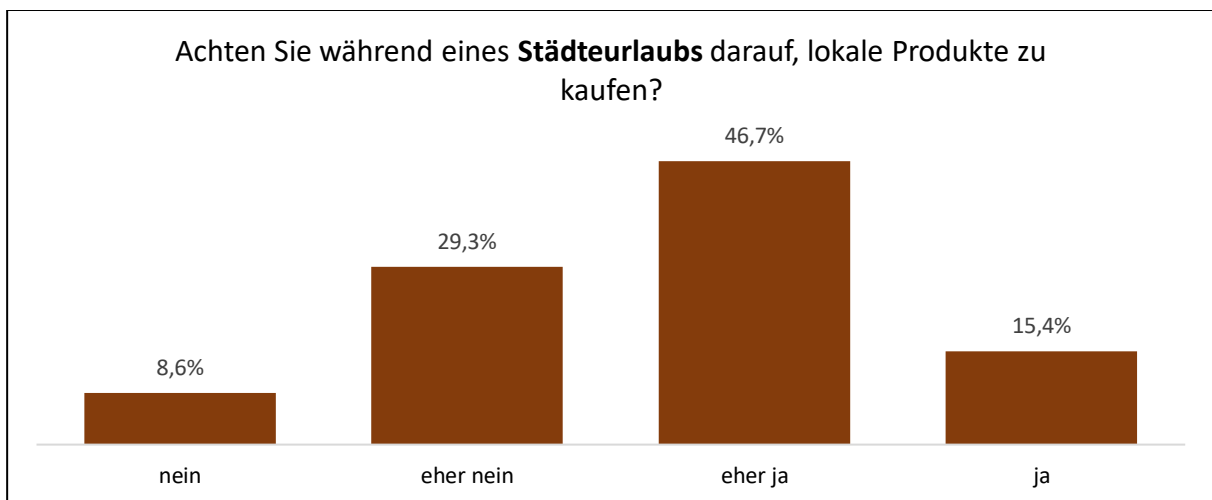


Abb. 71: Kauf von lokalen Produkten während einen Städteurlaubs. $n = 584$

Im Urlaub scheint die Nachhaltigkeit Einzug gehalten zu haben. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit und ökologischen Themen während eines Urlaubes ist für die TeilnehmerInnen eher hoch. Der Großteil von ihnen würde außerdem die nachhaltigere, teurere vor der günstigen Unterkunft wählen. Auch darauf lokale Produkte während eines Urlaubs oder sogar eines Städteurlaubs zu kaufen, achtet ein Großteil. Bei den Aktivitäten in der Stadt sind vor allem die sportlicheren Unternehmungen weniger stark vertreten. Gebäude anschauen, Grünflächen nutzen, das Kulturangebot wahrnehmen und Gewässer aufsuchen kommen auf einen respektablen Wert. Natur erkannten die TeilnehmerInnen vor allem in Parks und Gewässern. Bei Gärten und Bepflanzung von Infrastruktur und Gebäuden ist die Meinung geteilt.

8.4 Naturverständnis

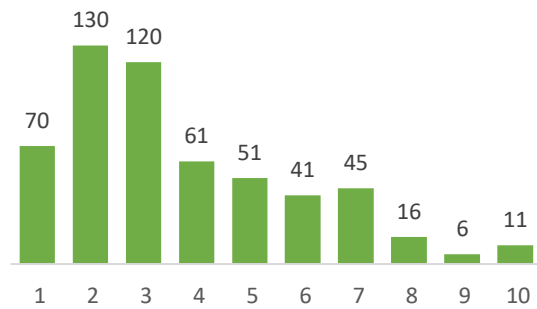
Bitte bewerten Sie die folgenden Bilder aus Großstädten danach, wie viel Natur Sie persönlich in dem Bild erkennen: (1 = gar keine bis 10 sehr viel)

Angezeigtes Bild

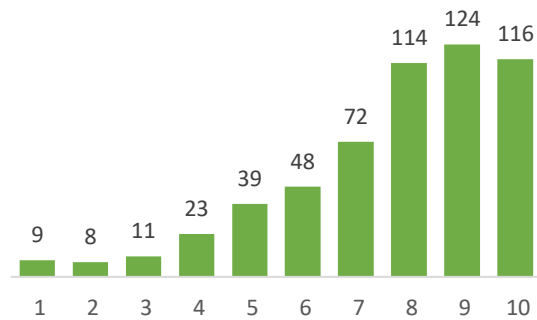
Ergebnis



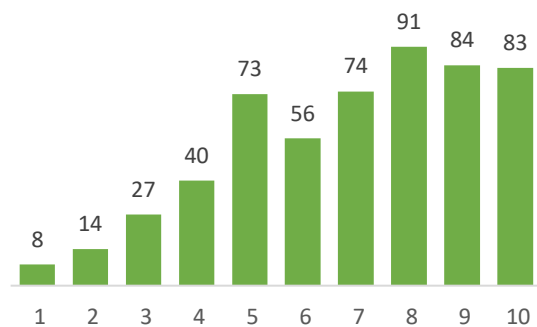
n = 551



n = 564

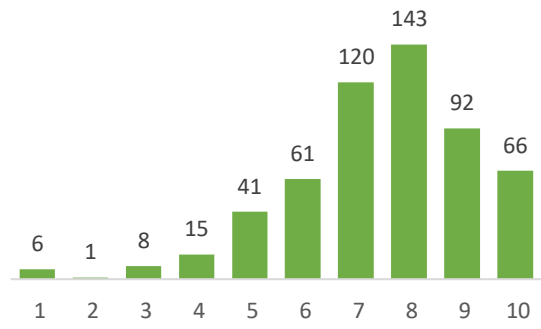


n = 550

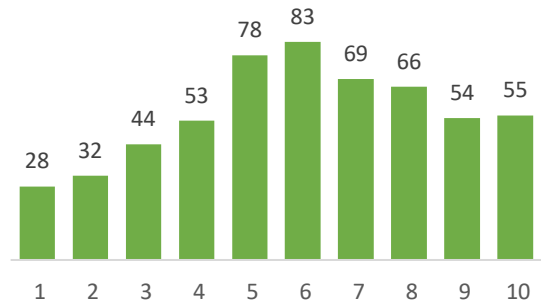




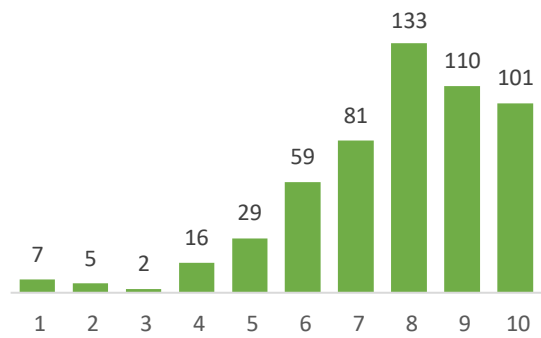
n = 553



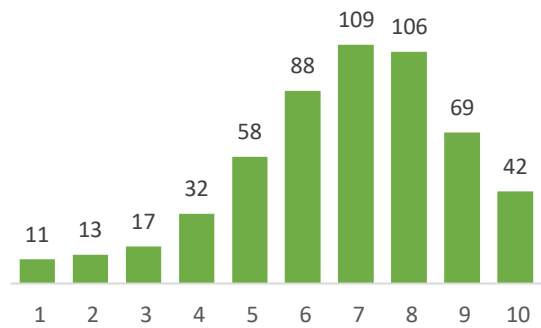
n = 562



n = 543

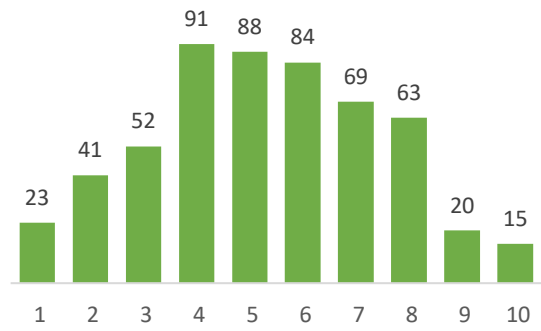


n = 545

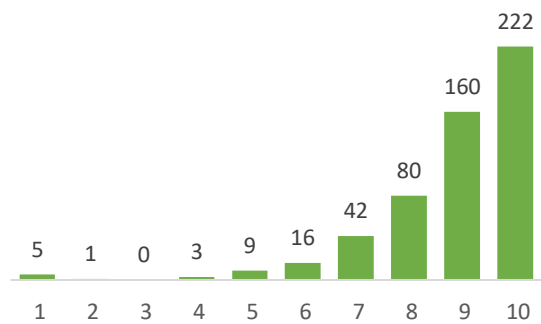




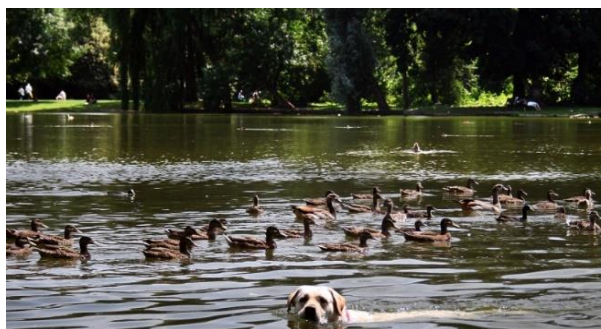
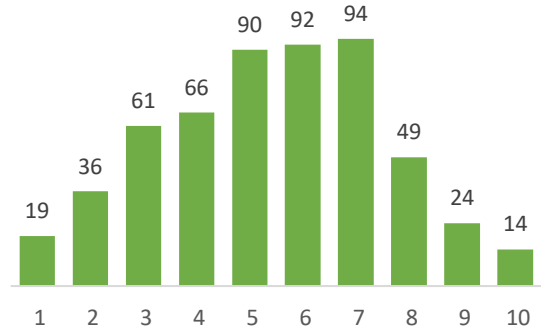
n = 564



n = 538



n = 545



n = 543

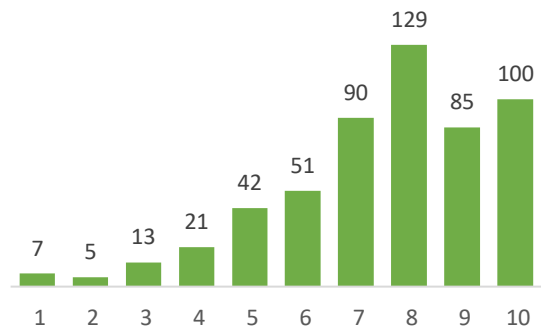


Abb. 72: Natur bewerten in einem Bild. n = variabel

Die Bildbewertungen fallen sehr unterschiedlich aus. Interessanterweise haben sogar das erste und zehnte Bild, welche beide Wildtiere in der Stadt zeigen, unterschiedliche Bewertungen. Der Fuchs in der Stadt wird wesentlich schlechter als die Wildschweine bewertet. Vielleicht liegt es daran, dass bei Bild 10 hinter den Wildschweinen ein Grünstreifen zu sehen ist und die Straße eher einer Straße am Stadtrand ähnelt. Bei Bild 1 sind nur Autos und Straße zu sehen sowie nur ein ganz wenig Hecke. Oder Stadtfüchse werden als weniger natürlich empfunden als Wildschweine, welche vielleicht mit dem Wald verbunden werden. Die Park-Bilder 2 und 11 haben beide sehr hohe Wertungen erhalten.

Bild 9 mit dem Leipziger Stadtwald hat das deutlich beste Ergebnis erhalten.

Auch die Aufnahme des Südfriedhofs, welche einen großen Anteil an Bäumen hat, erhält eine sehr positive Wertung.

Bei Bild 8 von der Brachfläche in Leipzig liegt die Bewertung breit aufgeteilt im mittleren Feld. Ähnlich breit aufgeteilt ist die Bewertung bei Bild 3 vom Cospudener See vor Leipzig. Jedoch liegt hier die breite Masse der Antworten im höheren Punkte Bereich.

Bilder 4 (Karl-Heine-Kanal in Leipzig) und 7 (Urban Gardening in Leipzig) haben beide eine breit aufgefächerte Bewertung, wobei der Schwerpunkt bei 7 und 8 liegt. (siehe Abb. 72) Es scheint, die Bewertung der Bilder steigt mit dem Grünanteil innerhalb des Bildes. Das Bild vom Gewässer hat eine sehr gute Bewertung auch ohne Grünanteil erhalten, das Bild mit dem Fuchs nicht. Gewässer scheinen für sich genommen stärker Natur wahrgenommen zu werden als Tiere.

8.5 Zustimmung zu Ökotourismus in einer Großstadt

Die Zustimmung zum Ökotourismus in der Großstadt hat sich vom Anfang zum Ende der Befragung nicht stark verändert (siehe Abb. 73 und Abb. 74). Lediglich der Anteil der TeilnehmerInnen welche keine Antwort gegeben haben hat sich verdoppelt.

60 Prozent haben die gleiche Bewertung abgegeben. Und es haben fast genauso viele eine schlechtere Bewertung wie eine bessere Bewertung abgegeben. Entsprechend lässt sich kein Trend ausmachen, da es sich ausgleicht. (siehe Abb. 75)

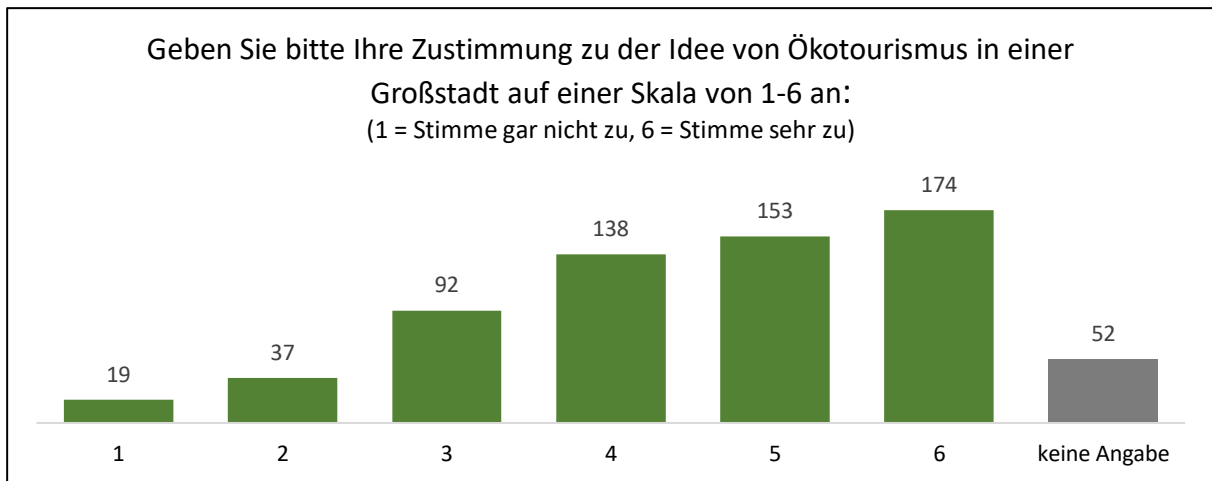


Abb. 73: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Anfang der Befragung. N = 655

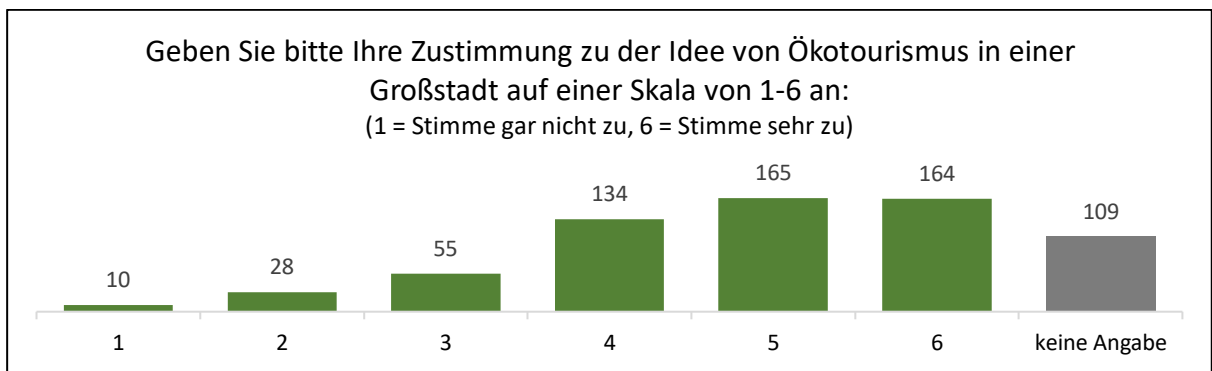


Abb. 74: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Ende der Befragung. N = 655

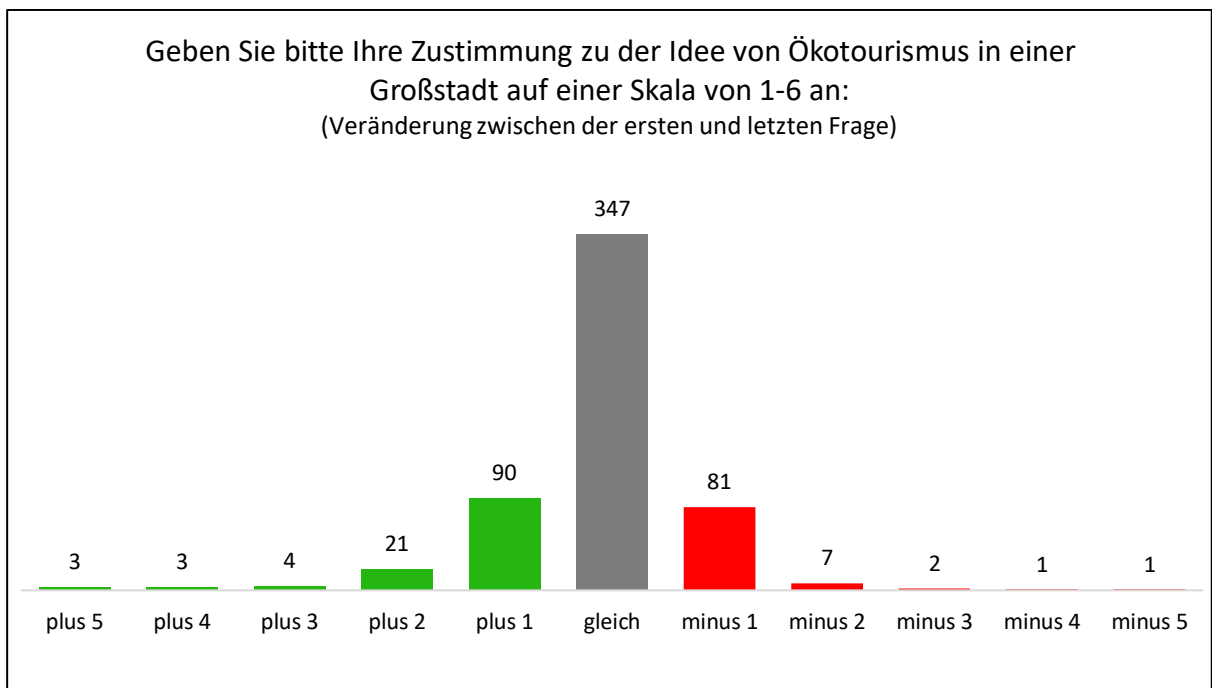


Abb. 75: Zustimmung zu Ökotourismus in der Großstadt, Unterschied zwischen der ersten und letzten Frage. Die Zahlen zeigen an, in welchem Rahmen sich die Antwort bei der letzten Frage zu der Antwort der ersten Frage verändert hat. Die roten Säulen zeigen einen niedriger gewordenen Wert an und die grünen Säulen eine Erhöhung des Wertes. n = 569

8.6 Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs

Die Antworten auf die Frage „Haben Sie im Urlaub das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) bereits einmal verwendet, um Firmen, Aktionen/Aktivitäten, Einrichtungen, Restaurants zu finden, welche "nachhaltig", "grün", "umweltbewusst", "ökologisch" sind?“ wurden verwendet, um andere Fragen, genauer zu betrachten. Die folgenden Diagramme zeigen die Antworten der jeweiligen Frage sortiert nach den sechs Antwortmöglichkeiten (Skala von 1 bis 6) dieser Frage.

Bei allen Fragen zeigt sich der Trend, dass die Wahrscheinlichkeit für eine positive Antwort steigt, je höher die Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte bewertet wurde.

Auffällig ist, dass selbst von den TeilnehmerInnen, welche antworteten, dass Ihnen Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs sehr wichtig sind, nur die Hälfte bereits das Internet verwendet haben, um nachhaltige Einrichtungen oder Aktivitäten zu finden (siehe Abb. 76).

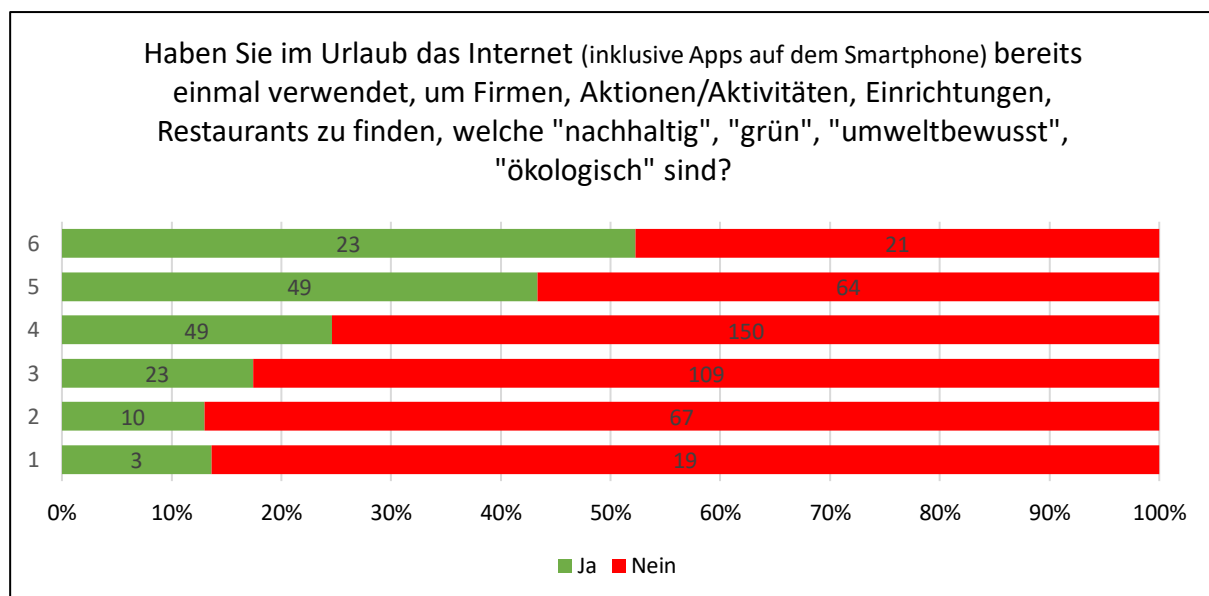


Abb. 76: Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs. n = 587

Überraschend ist, dass sogar von den TeilnehmerInnen, welche bei der Filterfrage den geringsten Wert angaben, die Hälfte bereit wäre die nachhaltigere gegenüber der günstigeren Unterkunft vorzuziehen. Bei dem höchsten Wert der Filterfrage sind es sogar über 80 Prozent. (siehe Abb. 77)

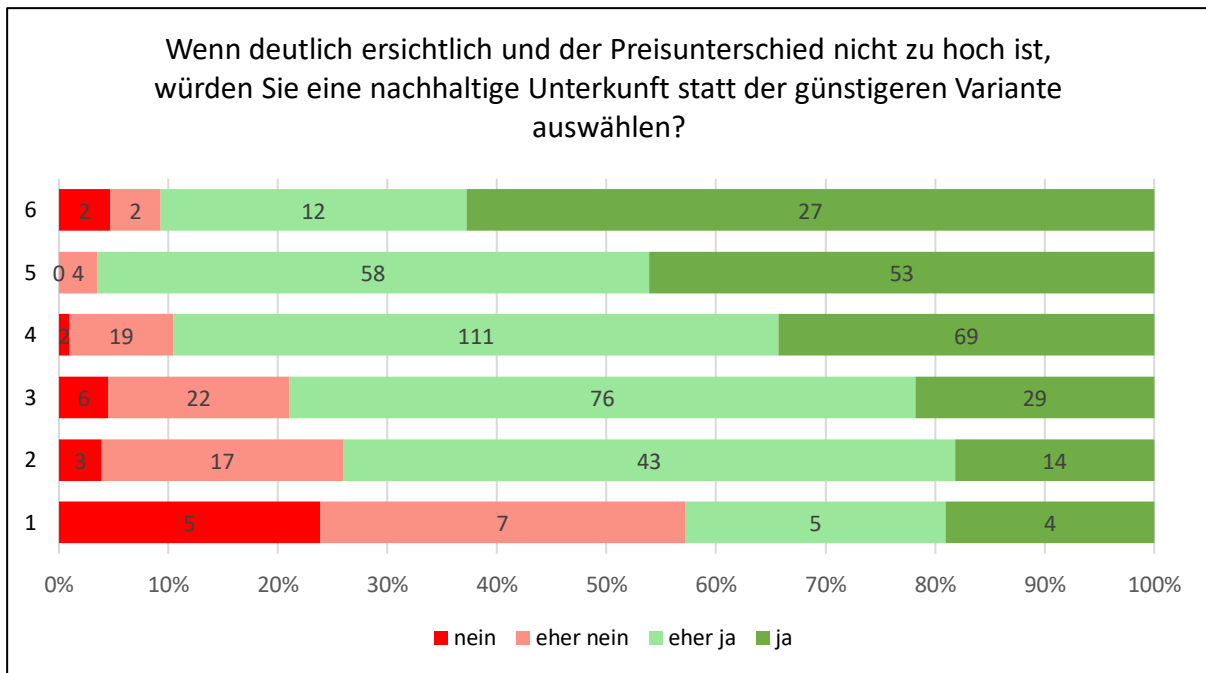


Abb. 77: Bereitschaft bei nur geringem Preisaufschlag die nachhaltige statt der günstigen Unterkunft zu wählen sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs. n = 590

Beim Kauf lokaler Produkte im Urlaub und Städteurlaub sind die Werte ähnlich hoch. Sogar bei den TeilnehmerInnen, welche bei der Filterfrage eher geringe Werte ausgewählt haben (siehe Abb. 78 und Abb. 79).

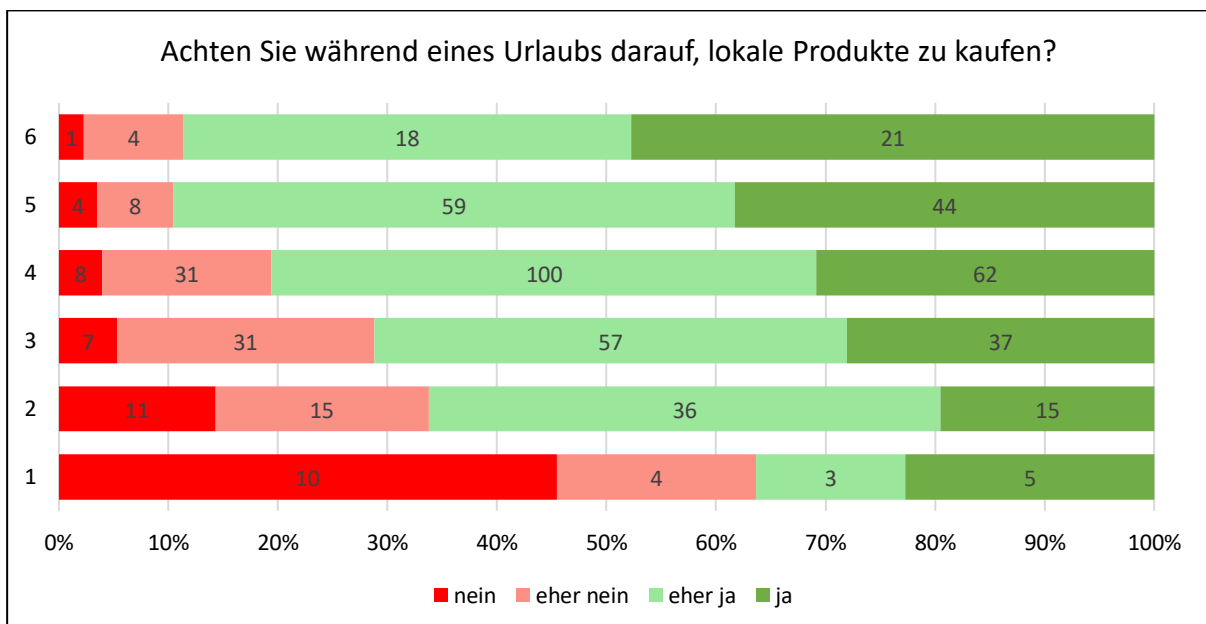


Abb. 78: Kauf von lokalen Produkten während des Urlaubs sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs. n = 591

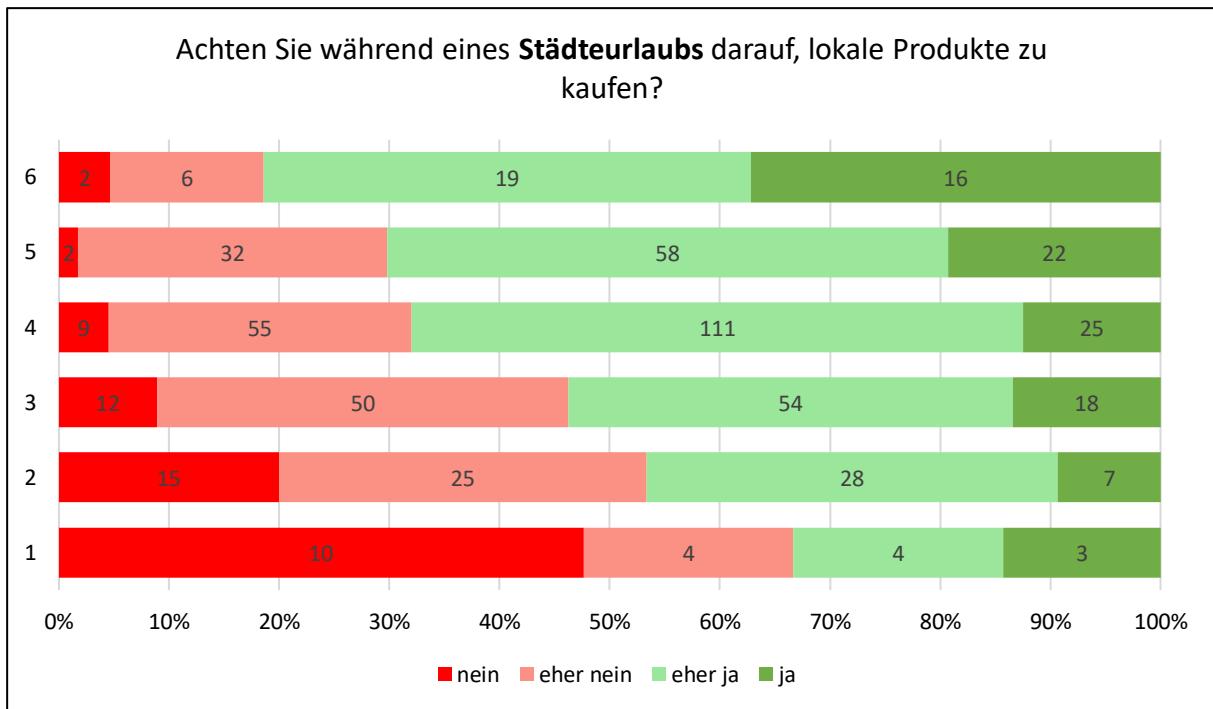


Abb. 79: Kauf von lokalen Produkten während des Städteurlaubs sortiert nach persönlicher Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs. n = 587

8.7 Deutschland und Österreich im Vergleich

Bei der Frage nach der Nationalität haben sich nur zwei Gruppen mit genug TeilnehmerInnen gezeigt, um verglichen zu werden. Dies sind Deutschland und Österreich. Diese werden nun als Filter bei den folgenden Fragen angewandt, um zu sehen, ob sich zwischen den beiden Ländern ein Unterschied zeigt.

Geht man von den Werten dieser Umfrage aus, sind die ÖsterreicherInnen ein wenig positiver als die Deutschen gegenüber dem urbanen Ökotourismus eingestellt. Ihre Zustimmung zum Ökotourismus in Großstädten ist ein wenig höher (siehe Abb. 80). Und auch wenn den deutschen TeilnehmerInnen Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte im Urlaub ein wenig wichtiger sind (siehe Abb. 81), achten ÖsterreicherInnen mehr drauf, lokale Produkte während des Urlaubs und Städteurlaubs zu erwerben (Abb. 83 und Abb. 84). Es wären auch ein wenig mehr ÖsterreicherInnen bereit, die nachhaltigere statt der günstigeren Unterkunft zu wählen.

Der Unterschied zwischen den Ländern ist nur sehr gering und bei einzelnen Fragen könnte man jeweils nicht von einem Trend sprechen. Da sich dies jedoch bei mehreren verwandten Fragen beobachten lässt, kann man es als einen Trend anerkennen, dass die ÖsterreicherInnen ein wenig mehr in Richtung Nachhaltigkeit im Urlaub tendieren als die deutschen TeilnehmerInnen.

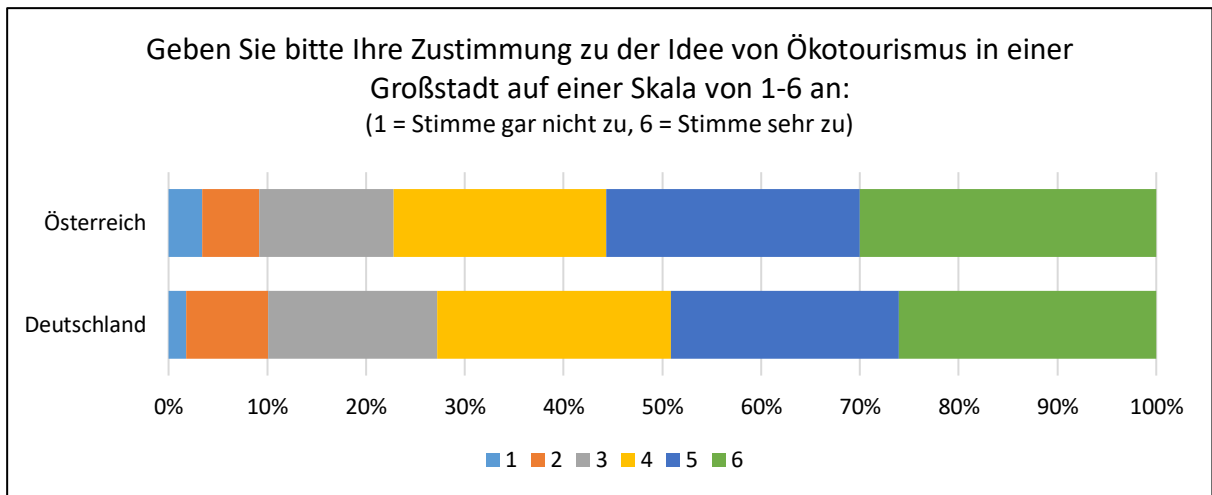


Abb. 80: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Anfang der Befragung sortiert nach Nationalität. n = 582

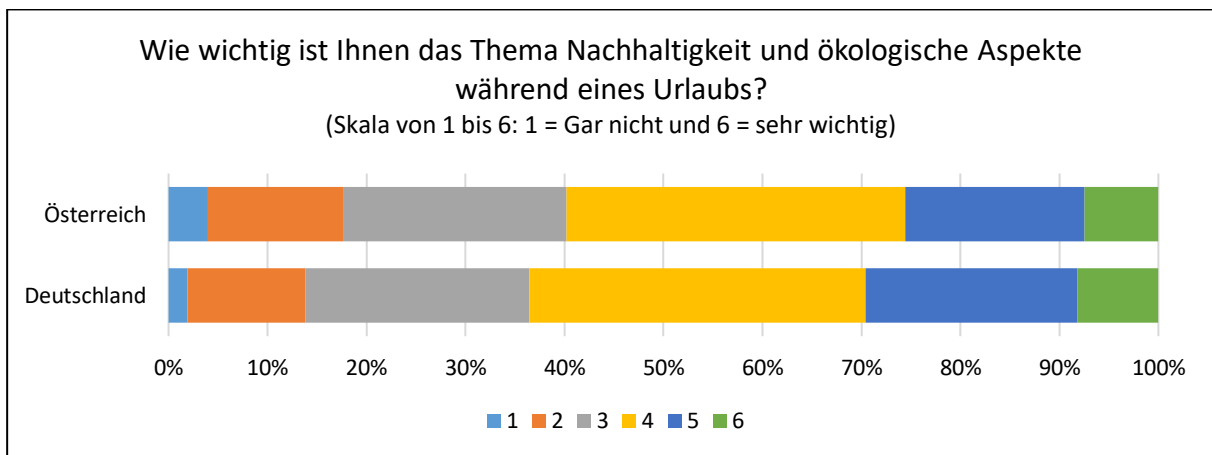


Abb. 81: Persönliche Wichtigkeit des Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während einen Urlaubs. n = 562

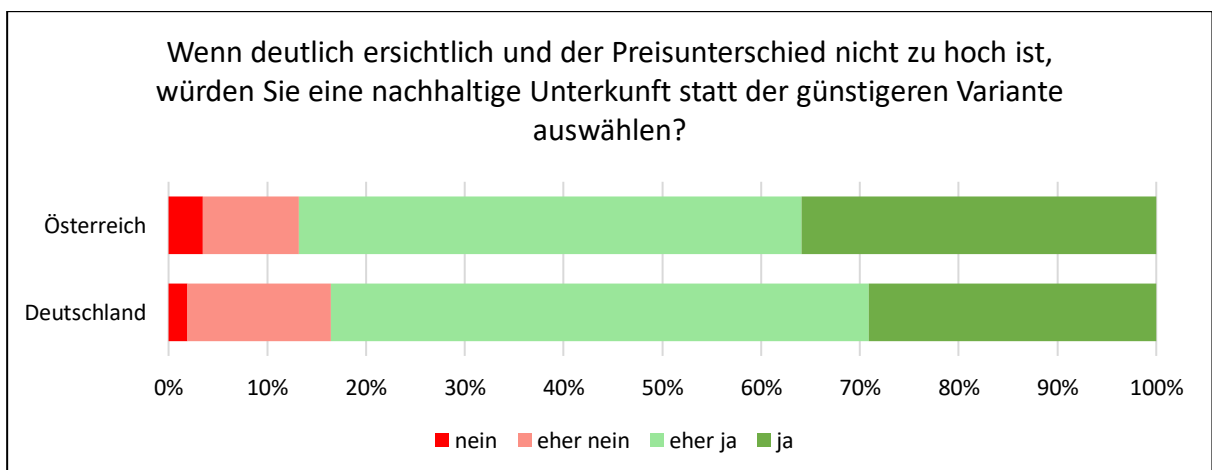


Abb. 82: Bereitschaft bei nur geringem Preisaufschlag die nachhaltige statt der günstigen Unterkunft zu wählen sortiert nach Nationalität. n = 559

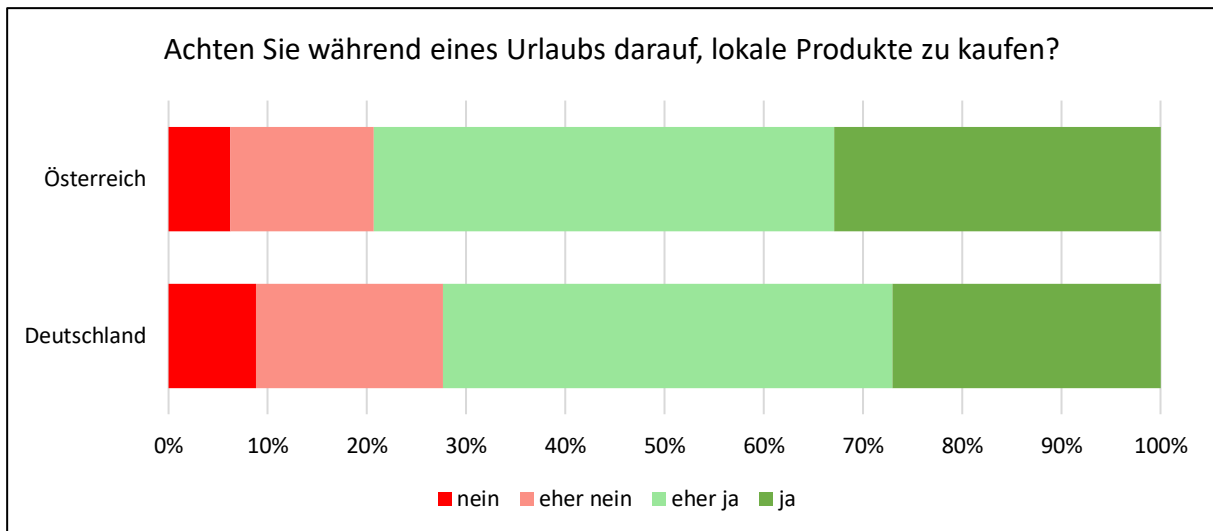


Abb. 83: Kauf von lokalen Produkten während des Urlaubs sortiert nach Nationalität. n = 560

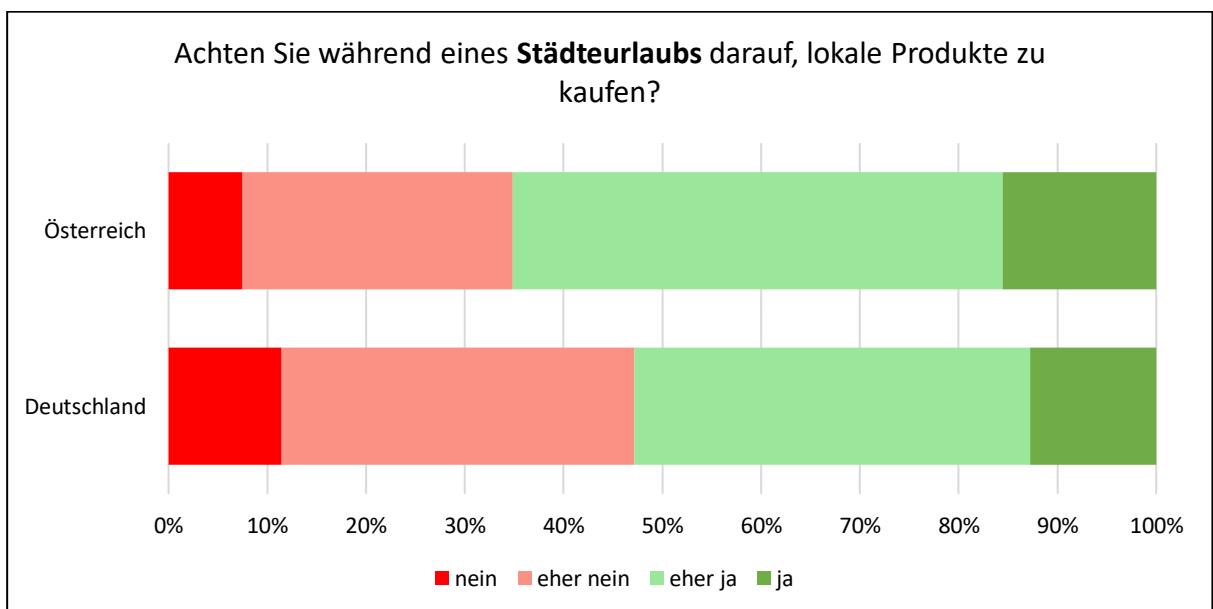


Abb. 84: Kauf von lokalen Produkten während eines Städteurlaub sortiert nach Nationalität. n = 556

Bei den Aktivitäten ist ebenso ein nur sehr leichter Trend erkennbar. Die ÖsterreicherInnen haben bei fast jeder Aktivität einen höheren Anteil, jedoch nur im einstelligen Bereich mit Ausnahme von Zoo und Tierpark. (siehe Abb. 85)

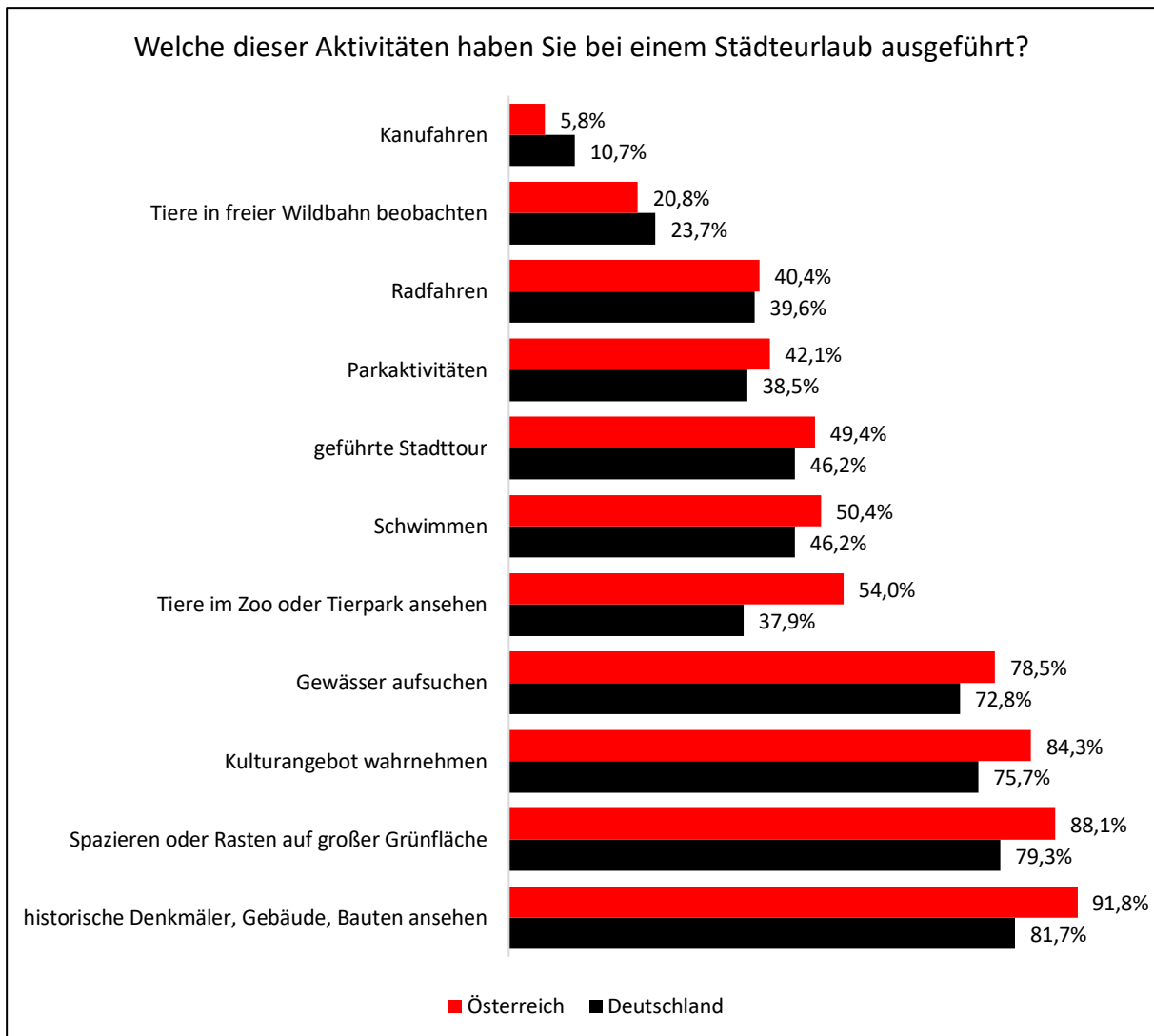


Abb. 85: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden sortiert nach Nationalität. Deutschland n = 169, Österreich n = 413

ÖsterreicherInnen haben auch mehr Gebiete als Natur in der Stadt anerkannt mit Ausnahme von Friedhöfen und Zoos. Jedoch ist auch hier der Unterschied zu den Deutschen wieder gering und einseitig. Die Ausnahme sind die Gärten, wo wesentlich mehr ÖsterreicherInnen als

Deutsche die Kleingärten sowie Vor- und Hintergärten als Natur in der Stadt sehen. (siehe Abb. 86)

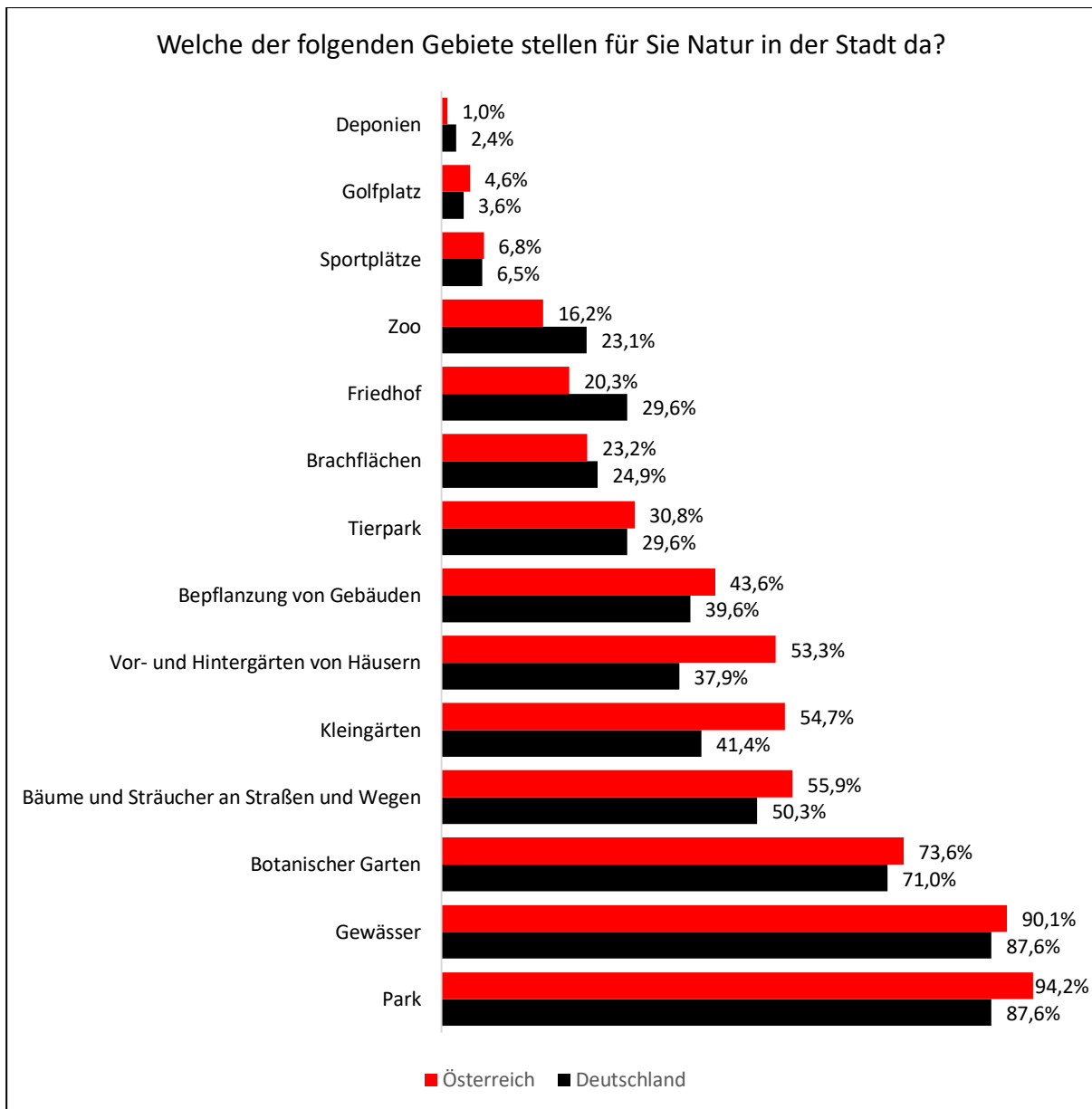


Abb. 86: Gebiete, welche Natur in der Stadt darstellen sortiert nach Nationalität. Deutschland n = 169, Österreich n = 413

8.8 Bilderbewertung

In diesem Abschnitt wurden einzelne Bilder herausgenommen und ihre Bewertung nach Gruppen angeschaut. Diese Gruppen entstehen durch eine Antwort bei einer der vorangegangenen Frage der Umfrage.



Abb. 87: Bild 1 Fuchs auf Gehweg



Abb. 88: Bild 2 Toronto Park



Abb. 89: Bild 4 Kanal Leipzig



Abb. 90 Bild 8 Brachfläche Leipzig



Abb. 91: Bild 10 Wildschweine Berlin



Abb. 92: Bild 11 Park Wiesbaden

Die TeilnehmerInnen, welche Parks in der vorangegangenen Frage als Natur in der Stadt bezeichnet haben, haben dem Bild 2 vom Park in Toronto als auch dem Bild 11 vom Park in Wiesbaden eine sehr gute Bewertung gegeben (siehe Abb. 93 und Abb. 94). Die Bilder scheinen also der Vorstellung eines Parks der TeilnehmerInnen sehr nahe zu kommen.

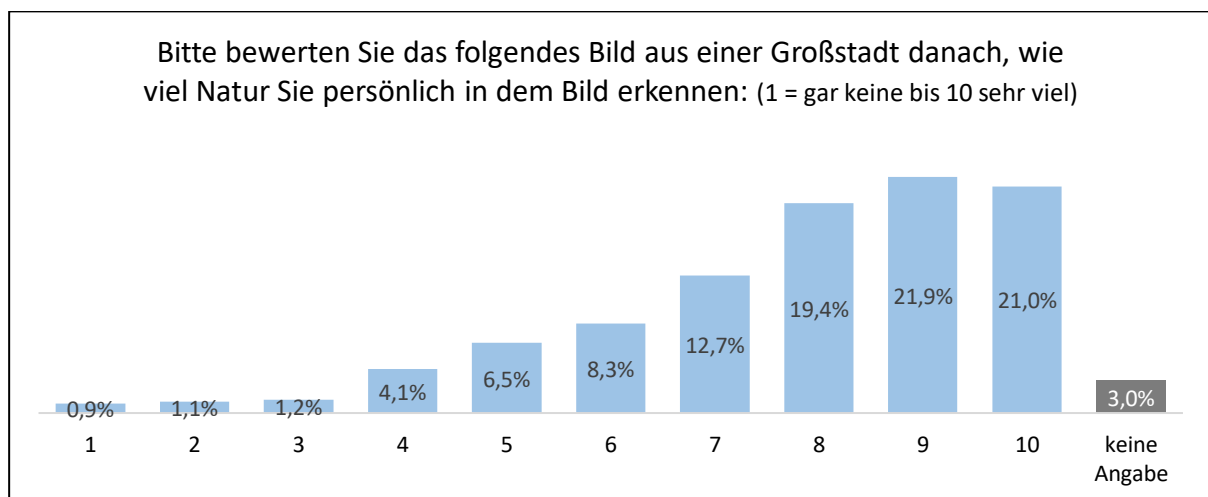


Abb. 93: Natur bewerten in Bild 2, wenn vorher Park als Natur bezeichnet. n = 567

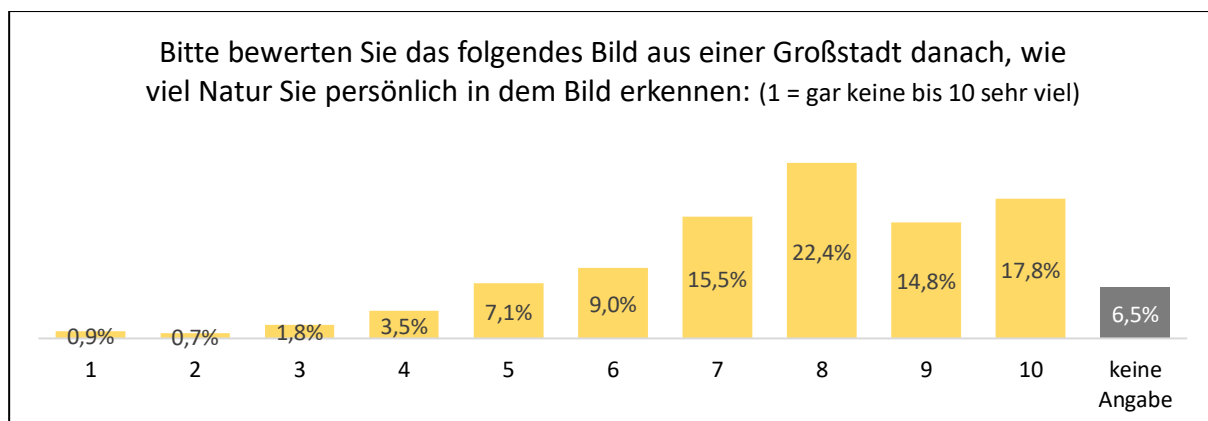


Abb. 94: Natur bewerten in Bild 11, wenn vorher Park als Natur bezeichnet. n = 567

Bei der Brachfläche verhält es sich anders als bei den Parks. Personen, welche Brachflächen als Natur in der Stadt bezeichnet haben, geben dem Bild 8 einer Brachfläche in Leipzig eine bessere Bewertung, als die, welche eine Brachfläche nicht als Natur in der Stadt bezeichneten (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Jedoch bewerteten sie das Bild eher niedrig, obwohl die dargestellte Brachfläche relativ grün ist. Vielleicht hatten viele TeilnehmerInnen bei dem Wort *Brachfläche* eine landwirtschaftliche Brachfläche im Kopf.

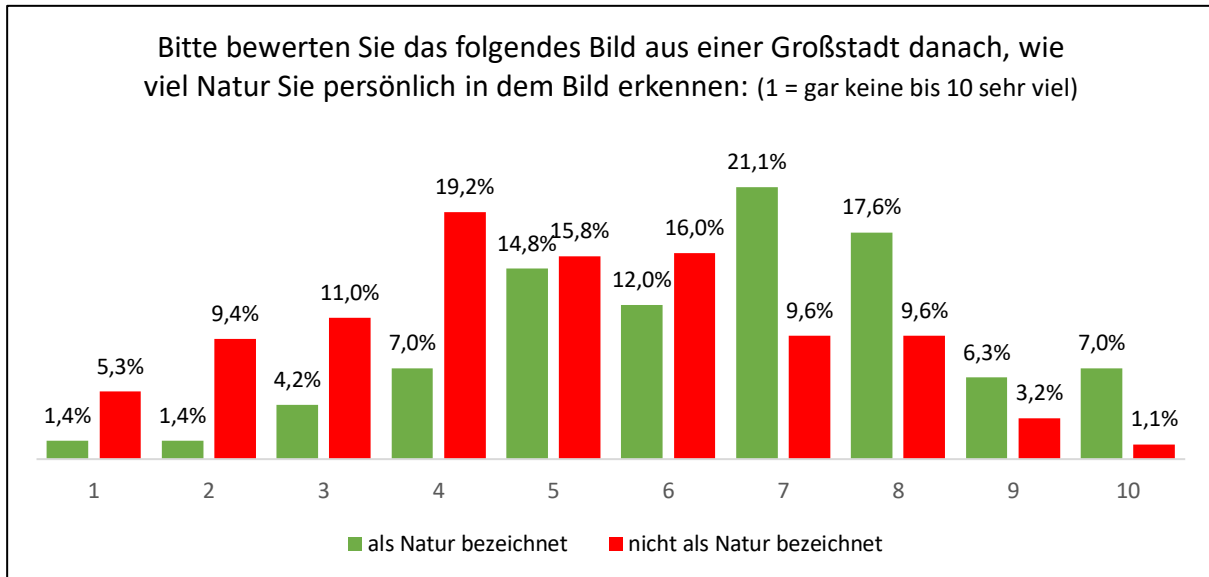


Abb. 95: Natur bewerten in Bild 8 sortiert danach, ob Brachfläche vorher als Natur bezeichnet wurde oder nicht. n = 580

Bei der Unterteilung nach den fünf Wohnortgrößen gibt es durchaus Schwankungen bei der Bewertung der Bilder 1, 4 und 10, jedoch nur in einem Rahmen, der keine Trendaussage zulässt, da die Bewertungen zu ähnlich sind. Bei den drei Bildern spielt der Wohnort keine große Rolle. (siehe Abb. 96, Abb. 97, Abb. 98, Abb. 99, Abb. 100 und Abb. 101)

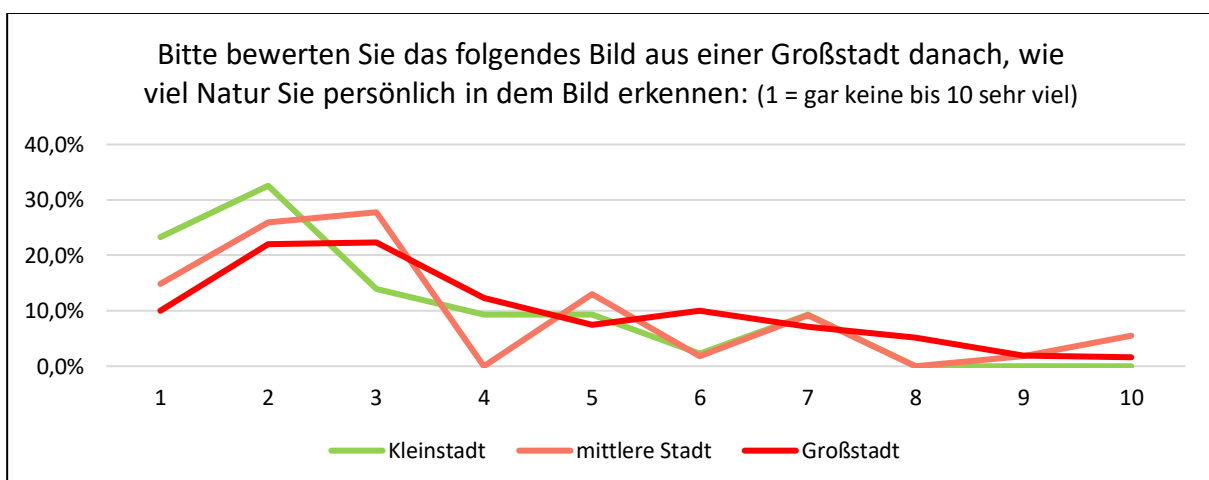


Abb. 96: Natur bewerten in Bild 1 sortiert nach Wohnortgröße. n = 406

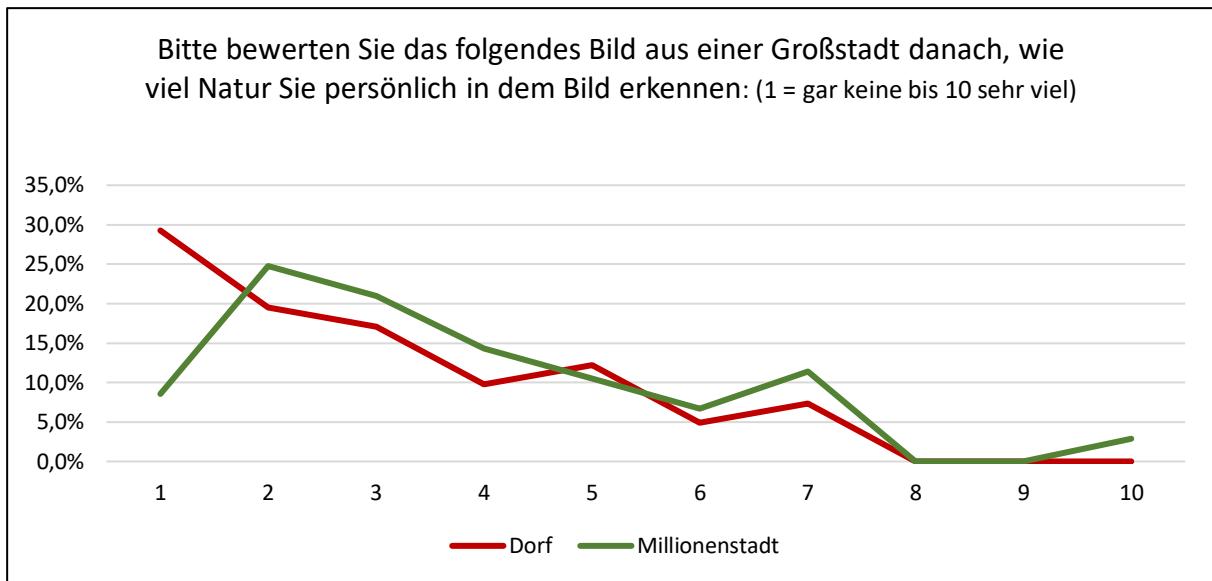


Abb. 97: Natur bewerten in Bild 1 sortiert nach Wohnortgröße. n = 146

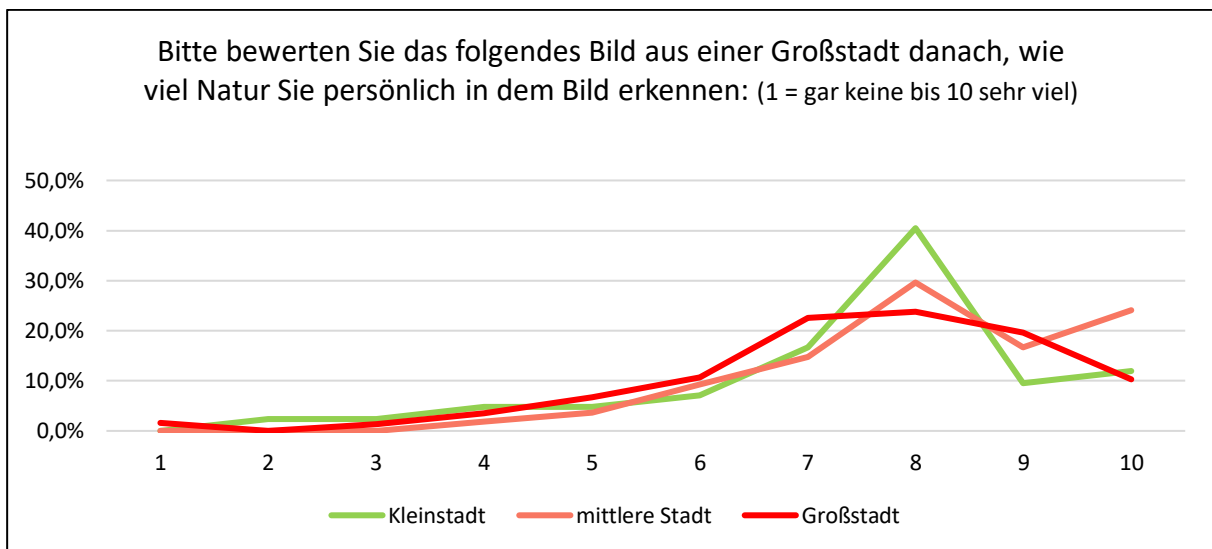


Abb. 98: Natur bewerten in Bild 4 sortiert nach Wohnortgröße. n = 407

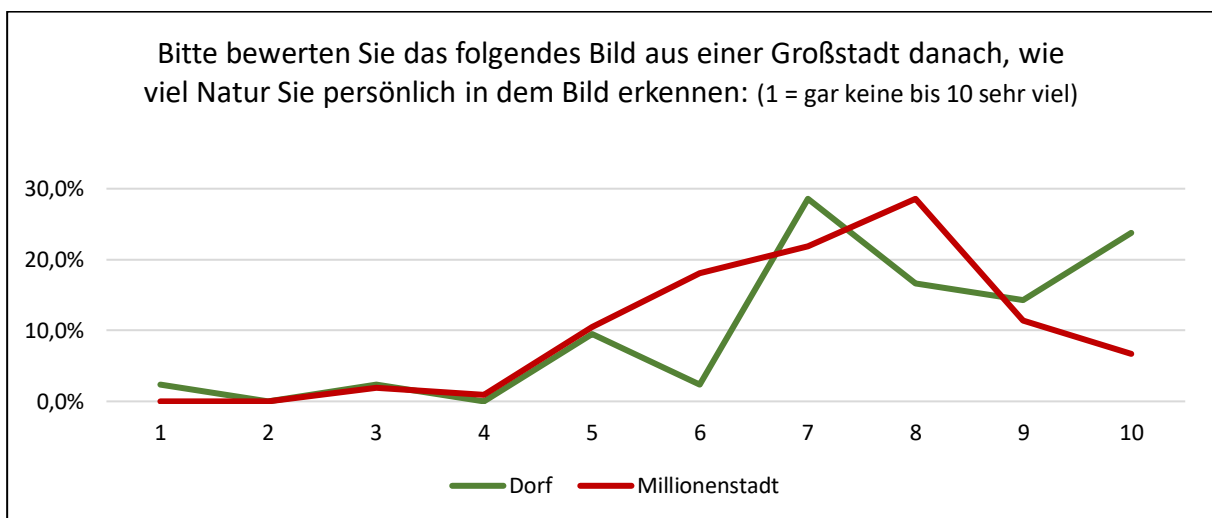


Abb. 99: Natur bewerten in Bild 4 sortiert nach Wohnortgröße. n = 147

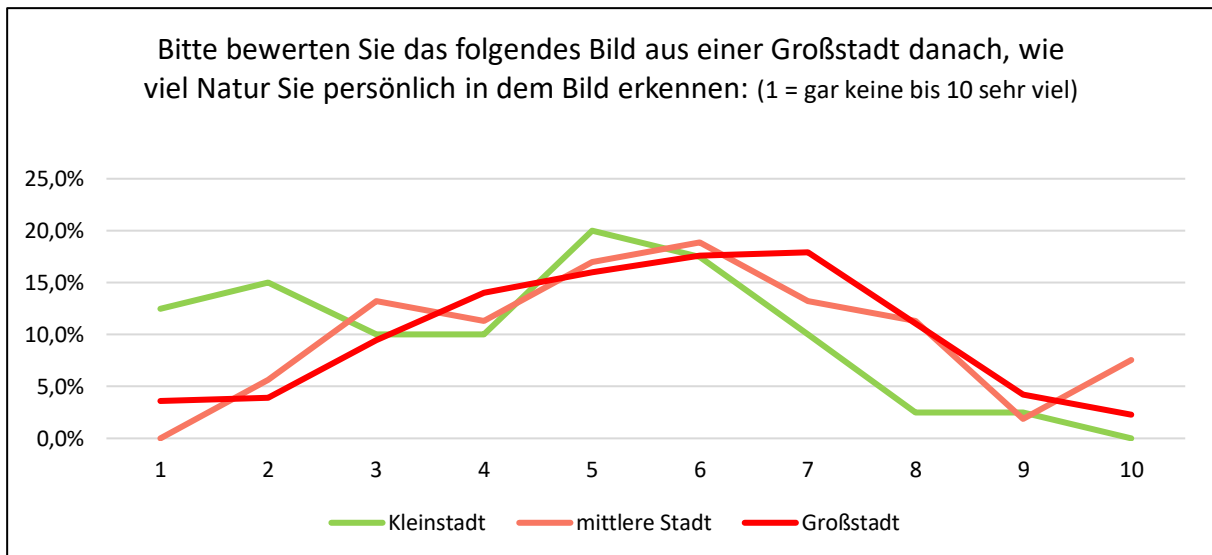


Abb. 100: Natur bewerten in Bild 10 sortiert nach Wohnortgröße. n = 400

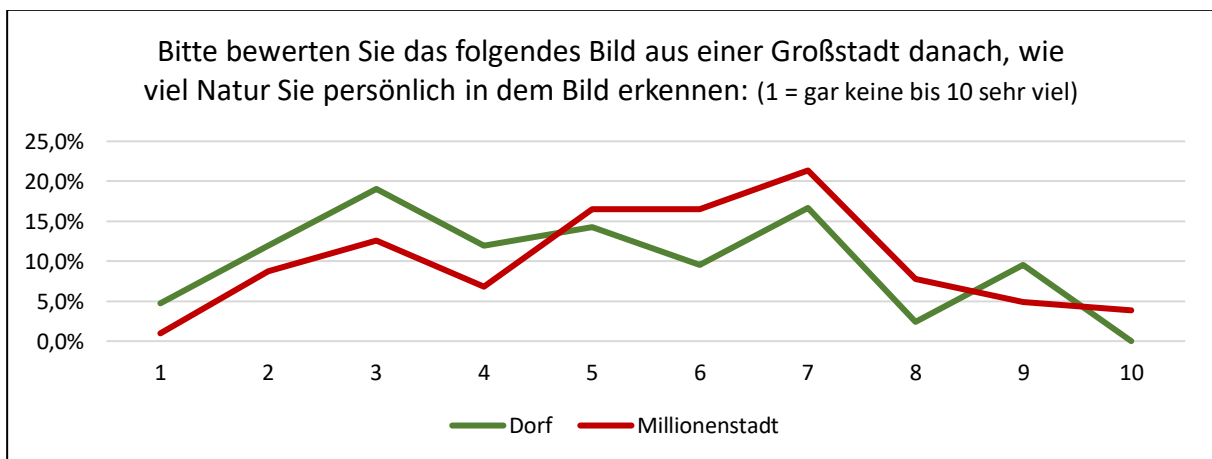


Abb. 101: Natur bewerten in Bild 10 sortiert nach Wohnortgröße. n = 145

8.9 Wohnortgröße

Für die weitere Analyse mit Berücksichtigung der Wohnortgröße wurden Gruppen gebildet: Die Millionenstadt und die Großstadt wurden zu einer Gruppe zusammengefasst und die Kleinstadt sowie das Dorf in einer zweiten Gruppe verbunden. Die mittlere Stadt wurde weggelassen, um einen Puffer zwischen diesen beiden gegensätzlichen Gruppen zu schaffen.

Bei der Zustimmung zu Ökotourismus in der Großstadt zeigt sich nun eine Auswirkung der Wohnortgröße. Die TeilnehmerInnen, welche schon mal in einer Millionen- oder Großstadt gelebt haben, bewerten die Idee wesentlich besser und fast ein Drittel sogar mit der höchsten Bewertung. (siehe Abb. 102)

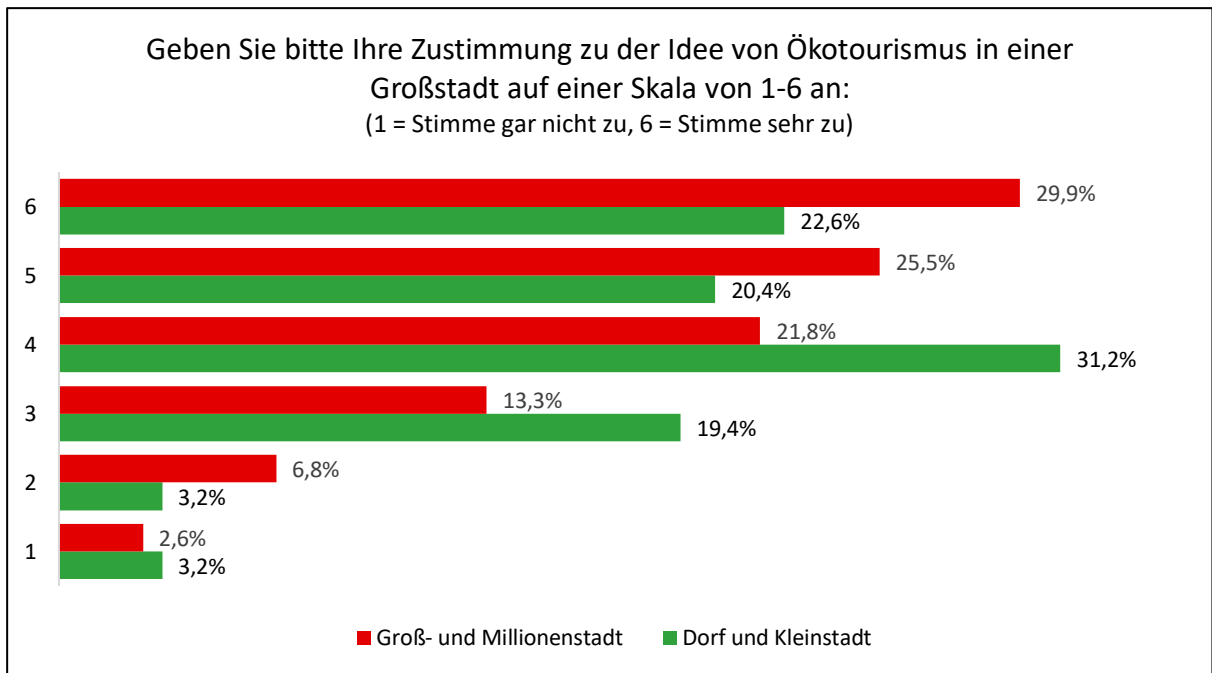


Abb. 102: Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten am Anfang der Befragung sortiert nach Wohnortgröße n = 551

Bei den Aktivitäten ist es nur ein sehr leichter Unterscheid, welcher sich in einstelligem Bereich befindet, aber bis auf das Kanufahren und Tiere beobachten liegt der Anteil bei den Groß- und MillionenstadtbewohnerInnen bei jeder Aktivität höher. Beim Radfahren und den Parkaktivitäten liegt der Anteil sogar um rund 10 Prozent höher. (siehe Abb. 103)

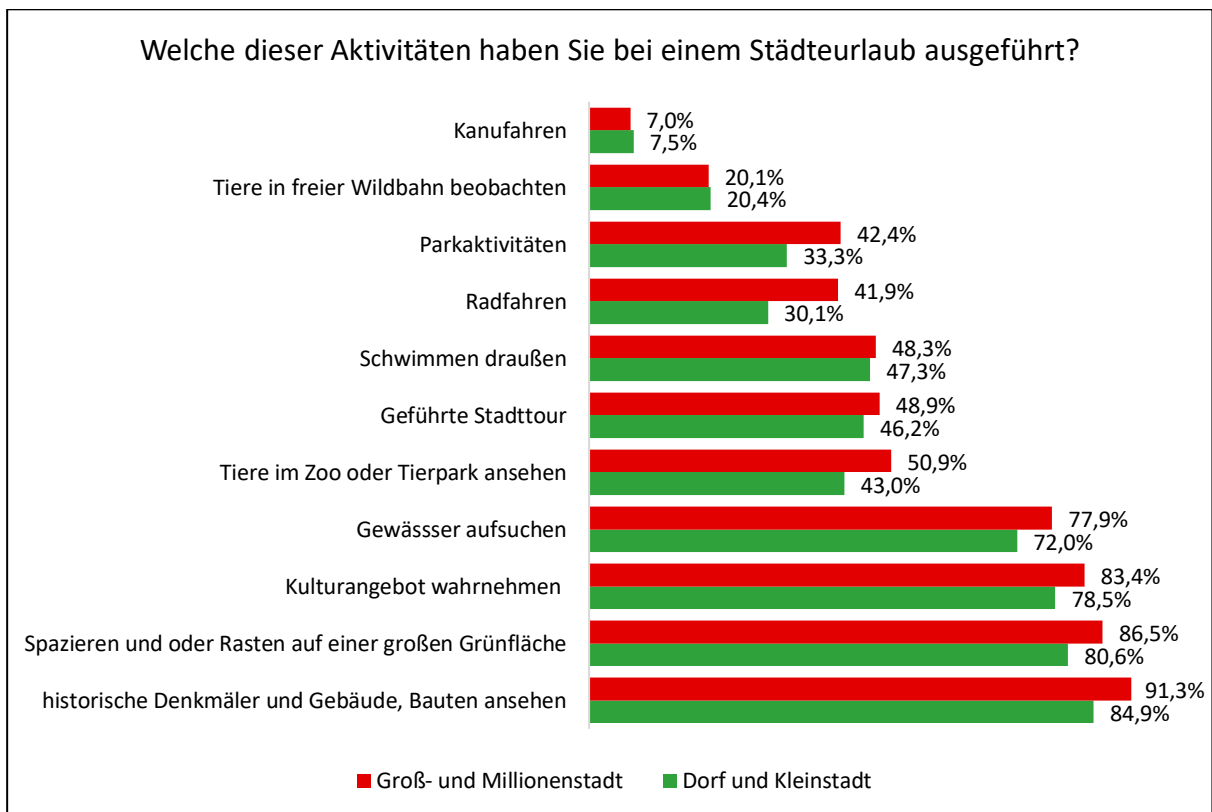


Abb. 103: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden sortiert nach Wohnortgröße. n = 551

Bei den Gebieten, welche Natur in der Stadt darstellen, zeigt sich der Trend noch deutlicher. Die Groß- und MillionenstadtbewohnerInnen haben bis auf den Zoo immer einen höheren Anteil. Dieser ist bei den Brachflächen, den Friedhöfen und den Gärten mit bis zu 14 Prozent Unterschied sogar sehr deutlich. (siehe Abb. 104)

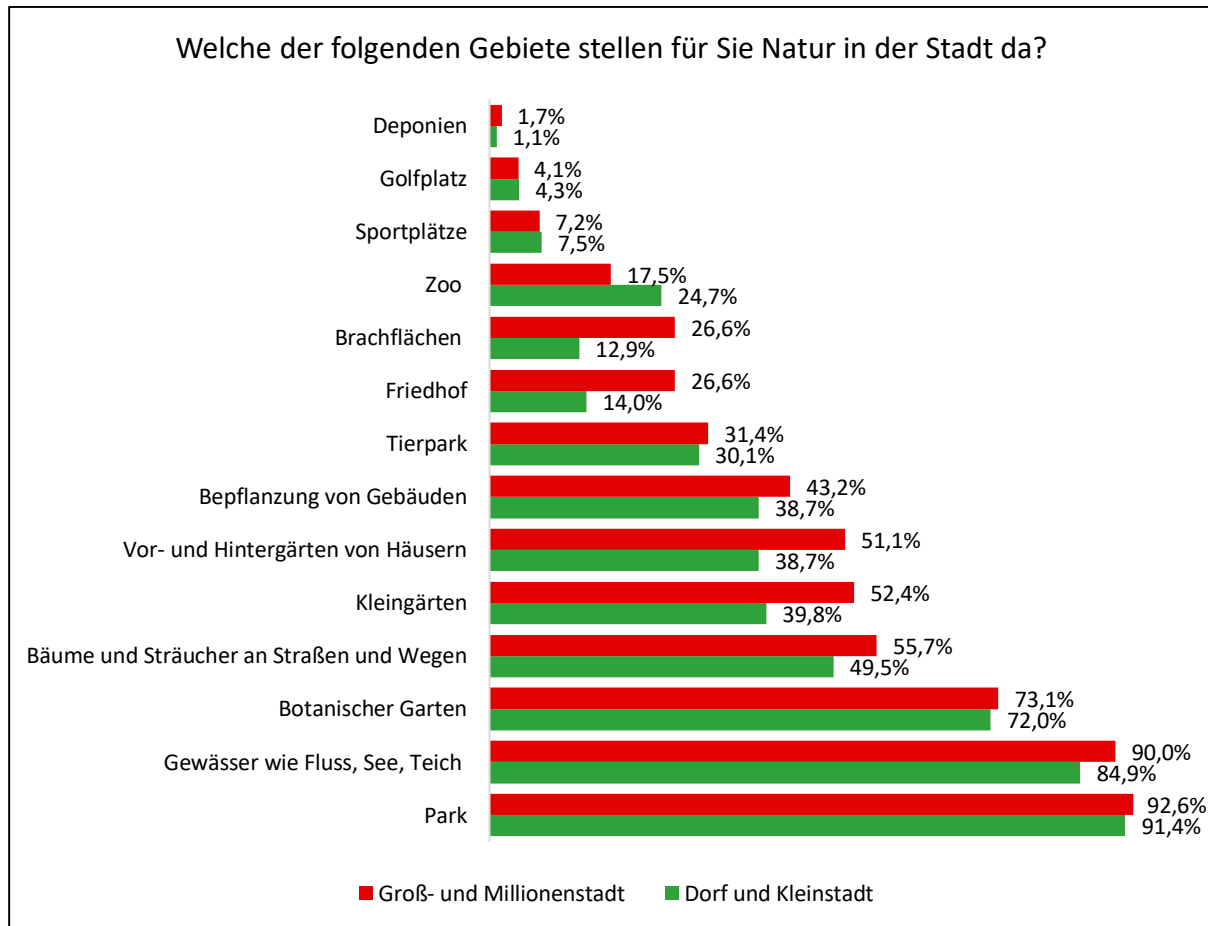


Abb. 104: Gebiete, welche Natur in der Stadt darstellen sortiert nach Wohnortgröße. n = 551

Groß- und MillionenstadtbewohnerInnen scheinen für den urbanen Ökotourismus ein wenig mehr Potential zu zeigen, da sie sowohl eine höhere Zustimmung haben, als auch mehr Flächen als Natur in der Stadt erkennen und ein wenig mehr Aktivitäten im Städteurlaub ausführen, die für den urbanen Ökotourismus geeignet sind.

8.10 Alter

Unter der Hypothese, dass jüngere Menschen neue Technologien, welche im urbanen Ökotourismus eine große Rolle spielen, leichter annehmen, wurde das Internet-Verhalten dieser betrachtet. Die vier jüngsten Altersgruppen, welche auch den höchsten Anteil an TeilnehmerInnen hatten, wurden in zwei neuen Gruppen zusammengefasst: Die 18- bis 24-Jährigen und die 25- bis 31-Jährigen.

Beide Altersgruppen haben zu rund 95 Prozent bereits das Internet für die Reiseplanung verwendet (siehe Abb. 105). Bei der Häufigkeit zeigt sich aber ein Unterschied:

Annähernd die Hälfte der 25- bis 31-Jährigen verwendet das Internet fast immer für die Reiseplanung und gut ein Fünftel immerhin sehr oft. Die jüngere Altersgruppe tut dies weniger häufig. (siehe Abb. 106)

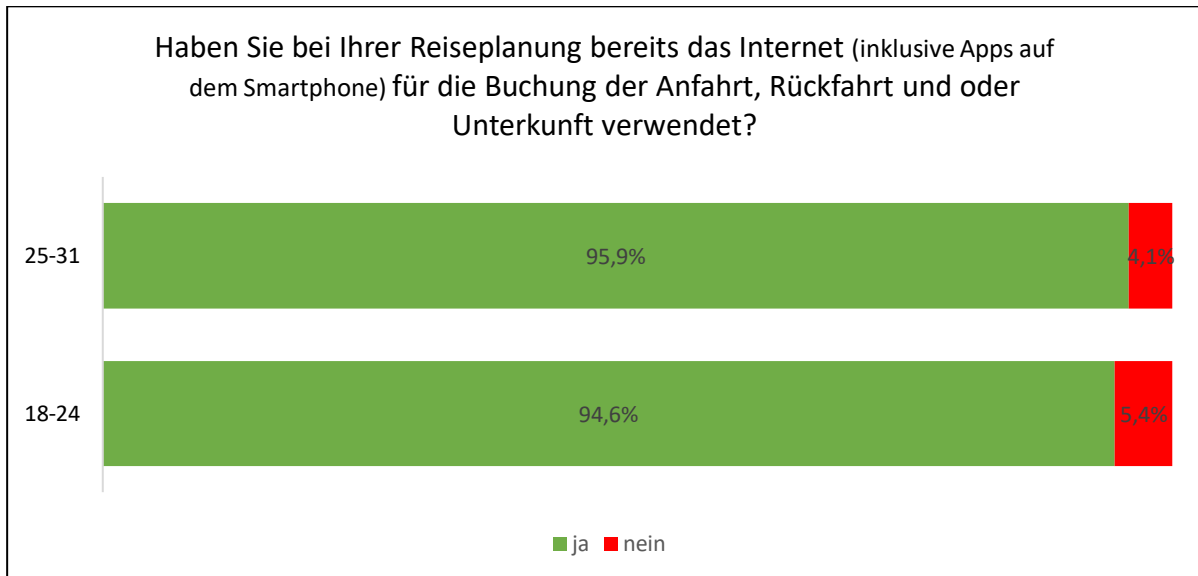


Abb. 105: Internetverwendung für Reiseplanung sortiert nach Alter. n = 555

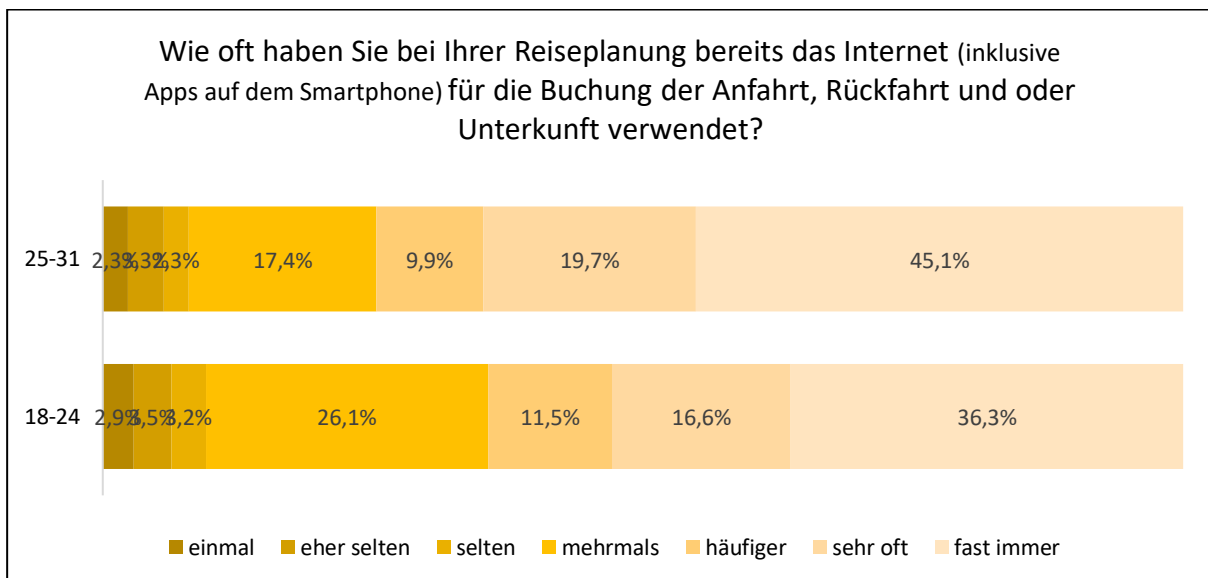


Abb. 106: Häufigkeit der Internetverwendung für Reiseplanung sortiert nach Alter. n = 527

Während des Urlaubs verwenden in beiden Altersgruppen das Internet weniger als sonst, aber immer noch der Großteil mit 85 Prozent (siehe Abb. 107). Bei der Häufigkeit gibt es diesmal keinen sehr klaren Trend zwischen den beiden Altersgruppen, da die Werte sehr ähnlich sind. Lediglich die ältere Altersgruppe ist mit fast 24 Prozent gegenüber rund 16 Prozent mehr bei *mehrmals* vertreten und im Gegensatz dazu bei *häufiger* weniger vertreten als die jüngere Altersgruppe. (siehe Abb. 108)

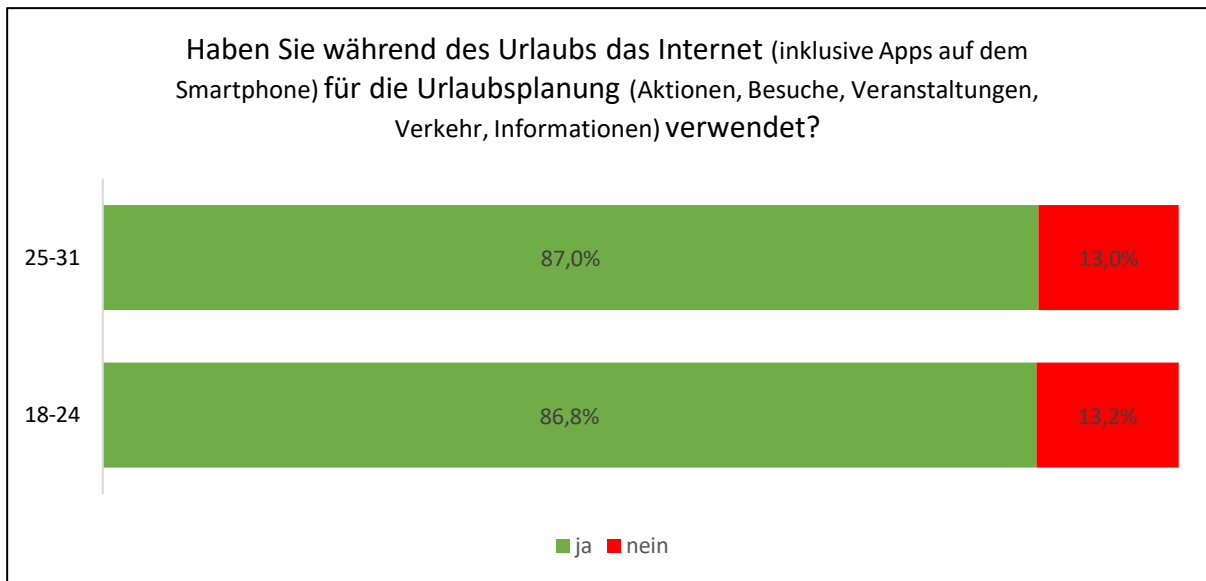


Abb. 107: Internetverwendung während des Urlaubs sortiert nach Alter. n = 533

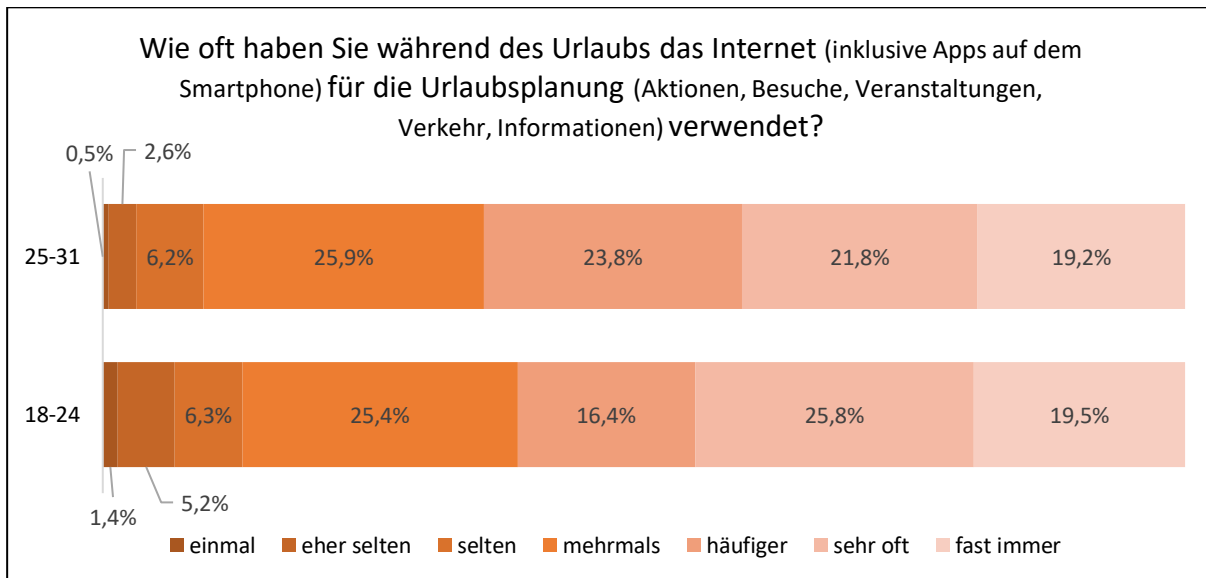


Abb. 108: Häufigkeit der Internetverwendung während des Urlaubs sortiert nach Alter. n = 480

Es haben bei beiden Altersgruppen der gleiche Prozentanteil an Personen das Internet bereits im Urlaub verwendet, um nachhaltige Einrichtungen oder Aktionen zu finden (siehe Abb. 109). Bei der Häufigkeit zeigt sich ein leichter Unterschied zwischen den beiden Altersgruppen, jedoch nur an den Enden. Bei der jüngeren Altersgruppe ist der Anteil an TeilnehmerInnen bei *fast immer* größer, jedoch bei *nur einmal* auch. Bei den 25- bis 31-Jährigen ist es ziemlich genau andersherum. Daher gleichen sich die Ergebnisse gegenseitig aus und es kann von keinem Trend gesprochen werden. (siehe Abb. 110)

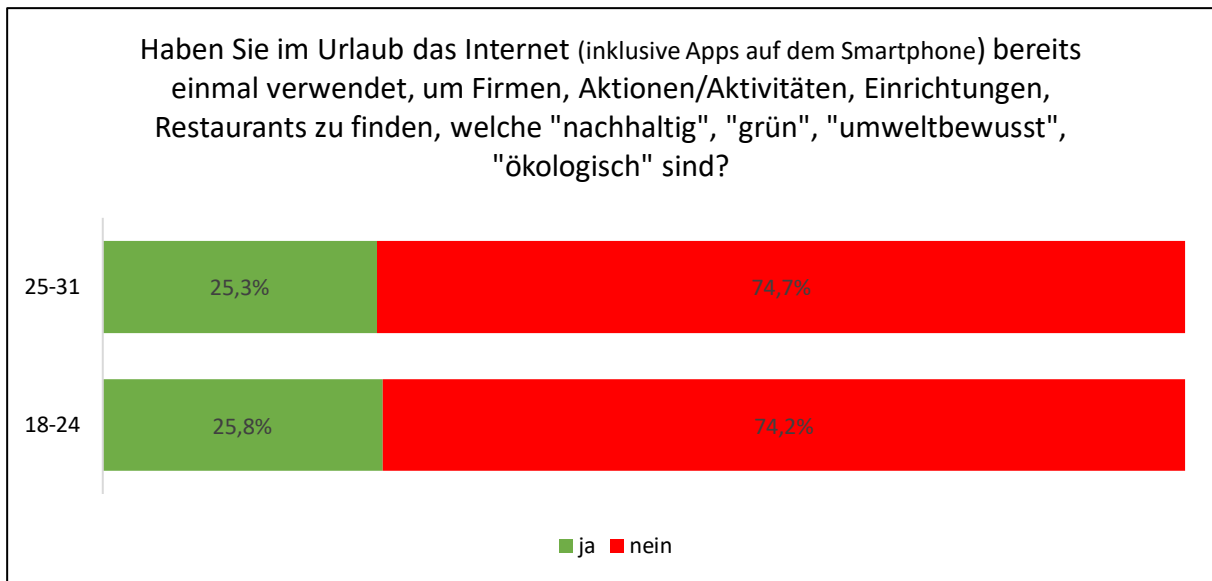


Abb. 109: Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub sortiert nach Alter. n = 550

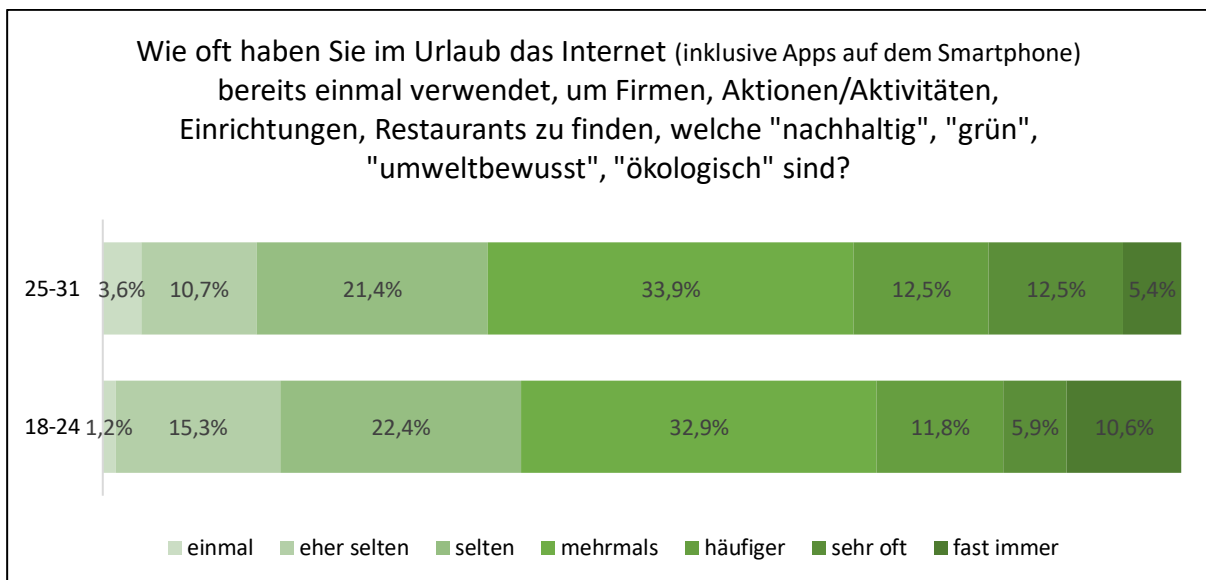


Abb. 110: Häufigkeit der Internetverwendung für Nachhaltigkeit im Urlaub sortiert nach Alter. n = 141

Weder die jüngere, noch die ältere Altersgruppe ist aktiver bei den Aktivitäten des urbanen Ökotourismus. Bei allen Aktivitäten, bis auf Schwimmen, wo die 18- bis 25-Jährigen einen deutlich größeren Anteil haben, sind die Unterschiede zu gering, als dass von einem Trend gesprochen werden könnte.

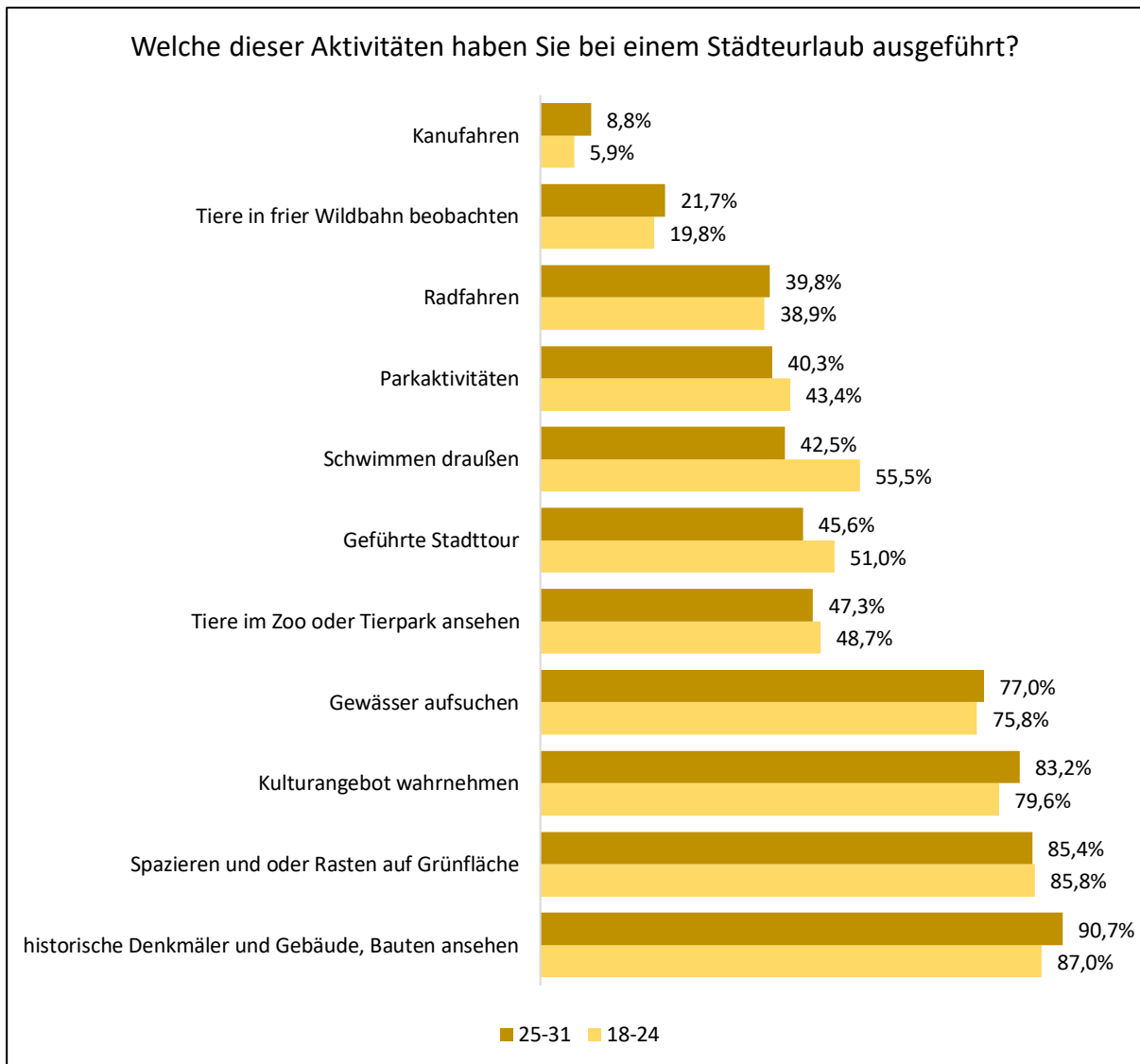


Abb. 111: Aktivitäten, welche bei einem Städteurlaub ausgeführt wurden sortiert nach Alter. n = 565

Das Alter zeigt keinen Trend an. Nur bei der Häufigkeit der Internetverwendung für die Reiseplanung wird das Internet von den 25- bis 31-Jährigen ein wenig häufiger verwendet.

8.12 Zwischenfazit

Fast jeder hat bereits einmal das Internet für die Reiseplanung verwendet und auch während des Urlaubs liegt der Anteil nur geringfügig niedriger. Die Mehrheit dieser TeilnehmerInnen tut dies sogar mehrmals bis häufig. Die 25- bis 31-Jährigen verwenden für die Reiseplanung das Internet sogar etwas häufiger als die 18- bis 25-Jährigen. Für das Suchen von nachhaltigen Einrichtungen und Aktionen wurde das Internet jedoch lediglich von einem Viertel der TeilnehmerInnen verwendet und dies auch nicht sehr häufig. Sogar von den TeilnehmerInnen, welche bei der Frage nach der Wichtigkeit von Nachhaltigkeit und ökologischen Aspekten im Urlaub den höchsten Wert angaben, haben nur die Hälfte dies bereits getan. Das Internet ist ein wichtiger und bei vielen fester Bestandteil für die Urlaubsplanung geworden und auch während des Urlaubs wird es von vielen verwendet.

Dies ist sehr gut für urbanen Ökotourismus, da dieser von den neuen einfacheren Wegen übers Internet zu informieren, profitiert. Jedoch ist es nicht so gut, dass im Zuge des Urlaubs nur wenige nachhaltige Einrichtungen und Aktionen im Internet gesucht haben. Hier ist noch Luft nach oben. Es sollte daher von den Anbietern und Städten aus darauf geachtet werden, dass diese Informationen leicht zu finden sind und an Kunden sowie potentielle Kunden herangetragen werden. Indem z.B. diese Informationen bei Portalen und Informationsseiten für die Buchung platziert werden.

Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte sind nur wenigen sehr wichtig, aber vielen wichtig oder bedingt wichtig, wodurch es auf jeden Fall ein Thema von Bedeutung für den Tourismus ist. Der Trend, dass Nachhaltigkeit in vielen Lebensbereichen eine Bedeutung erhalten hat, hat sich bestätigt. Dies ist eine gute Ausgangslage für den urbanen Ökotourismus, da er auf diesem Bedürfnis nach nachhaltigen Produkten aufbauen kann.

Dies bestätigt sich auch in der Frage danach, ob bei einem leicht erhöhten Preis die nachhaltigere Unterkunft der günstigeren vorgezogenen würde. Weniger als 15 Prozent würden eine negative Entscheidung treffen. Selbst von den TeilnehmerInnen, denen in der vorherigen Frage Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte im Urlaub gar nicht wichtig sind, würden nur etwas über die Hälfte zu einer negativen Entscheidung tendieren. Es sollte also darauf geachtet werden, dass klar ersichtlich ist, welche Unterkünfte nachhaltiger sind. Außerdem leichter werden, diese online zu finden.

Auch achten sehr viele der TeilnehmerInnen darauf, lokale Produkte im Urlaub zu kaufen. Im Städteurlaub sind es nur geringfügig weniger.

Damit scheint das Konsumverhalten sehr nachhaltig ausgerichtet zu sein bzw. es besteht das Potential dazu, wenn die TeilnehmerInnen als UrlauberInnen die Möglichkeit dazu bekommen, sie also richtig informiert werden.

Beim Urlaubsverhalten der TeilnehmerInnen, bezogen auf die Aktivitäten, zeigt sich ein sehr heterogenes Bild. Die anderen Aktivitäten haben jedoch eher ungenügende Werte, da nur ein Drittel bis noch nicht einmal der Hälfte der TeilnehmerInnen diese zumindest einmal bereits ausgeführt haben. Es sollten daher auch diese Aktivitäten vermehrt beworben werden und z.B. auf kostenlosen Tourismuskarten für UrlauberInnen auftauchen.

Ein wichtiger Teil der Umfrage war es auch, zu erfahren, was die TeilnehmerInnen als Natur in der Stadt erkennen. Parks und Gewässer werden von fast allen TeilnehmerInnen als Natur in der Stadt angesehen. Auch botanische Gärten als Variation eines Parks erhalten gute Werte. Gärten (Privat und Verein), Straßen- und Gebäudebepflanzung sind im Mittelfeld während Zoos, Brachflächen und Friedhöfe nur von gut einem Fünftel als Natur in der Stadt gesehen werden. Die Ergebnisse sind zusammengenommen so zu interpretieren, dass die knappe Mehrheit in der Stadt relativ viel Natur sehen dürfte.

Die Bewertungen der Bilder lassen den Schluss zu, dass Natur vor allem mit Grün in Form von Vegetation verbunden wird. Tiere scheinen keinen derart großen Einfluss zu haben. Anders ist dies bei Wasser. Das Gewässer, obwohl es sehr künstlich auf dem Bild erscheint (angelegter Strand, keine Vegetation, viele Menschen) erhält sehr gute Werte.

Die Wohnortgröße zeigte, dass die TeilnehmerInnen, welche in einer größeren Siedlung gelebt haben oder leben zu größerem Anteil die angegebenen Gebiete als Natur in der Großstadt erkennen und auch von den Aktivitäten hat ein größerer Anteil diese bereits einmal im Urlaub ausgeführt. Hieraus lässt sich schließen, dass Menschen aus größeren Siedlungen eher für den urbanen Ökotourismus geeignet sind. Jedoch ist der Trend nur sehr schwach an den Werten abzulesen.

Sehr verwunderlich sind daher die Werte aus einem Vergleich zwischen ÖsterreicherInnen und Deutschen. Obwohl Deutschland das stärker urbanisierte Land ist, haben die Österreicher in den Fragen nach dem Internetverhalten, lokalen Produkten und der teureren nachhaltigen Unterkunft den höheren Anteil bei den positiven Werten. Ebenso erkennt ein größerer Anteil Gebiete als Natur in der Großstadt an und sie haben bereits mehr der angefragten Aktivitäten im Städteurlaub unternommen. Da dieser Trend jedoch nur sehr gering in den Werten sichtbar ist, sollte hieraus kein Schluss erfolgen.

Wobei auch die Zustimmung zu Ökotourismus in Großstädten bei den ÖsterreicherInnen leicht höher als bei den Deutschen ist. Die Zustimmung dazu war allgemein in der Befragung sehr hoch und hat sich auch bei der erneuten Frage am Abschluss nicht verschlechtert. Jedoch hat sich das Ergebnis trotz der vorher beantworteten thematischen Fragen auch nicht verbessert. Die meisten TeilnehmerInnen gaben erneut die gleiche Zustimmung oder nur einen sehr gering höheren oder niedrigeren Wert, wobei sich die Anzahl gegenseitig ungefähr ausgleicht.

9. Fazit

Bei der Betrachtung des Städtetourismus in Deutschland konnte gezeigt werden, dass die Tourismus-Kennzahlen steigen und negativen Folgen dadurch in den Destinationen entstehen können. Diese Schäden, durch den deutschen Städtetourismus erzeugt, zeigen die Notwendigkeit, ein neues Tourismuskonzept zu entwickeln, auf.

Ein Blick in die Medien, die Politik und die Forschung zeigte, dass sich bisher nur wenige Forscher mit der Idee des urbanen Ökotourismus beschäftigt haben, aber gute Argumente für dieses neue Konzept anbrachten. Eine Definition gibt es jedoch noch nicht und musste im Zuge dieser Arbeit entwickelt werden.

Eine Beschäftigung mit dem Ursprung des Ökotourismus-Konzeptes und seinen zahlreichen Definitionen diente als Grundlage für eine Definition des urbanen Ökotourismus sowie die Auseinandersetzung mit den Hindernissen für einen urbanen Ökotourismus:

Ein Ökotourismus muss nicht small-scale sein, dies ist nur oft gegeben, weil er als Gegenstück zum large-scale Massentourismus entwickelt wurde. Mittlerweile kann Ökotourismus auch ein Massentourismus sein, wenn der softe Ökotourismus angewandt wird. Durch den höheren Lebensstandard in den Städten gelingt es, dass die Besucher sich (oft aus Industriestaaten) auf den Lebensstandard der lokalen Bevölkerung einstellen können. Das größte Hindernis, die benötigte Natur, kann auch in Städten gefunden werden. Die Umfrage im Rahmen dieser Arbeit, die Untersuchung von Chirgwin und Hughes sowie die des Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit 2015 zeigten, dass ein Großteil der Personen dazu bereit ist, Natur auch in städtischen Gebieten anzuerkennen. Modifizierte Gebiete (Park, Friedhöfe, Gärten) wurden von einem Großteil der TeilnehmerInnen als Natur wahrgenommen. Zusätzlich konnte in dieser Arbeit gezeigt werden, dass eine hohe Anzahl an Tierarten in städtischen Gebieten angesiedelt sind und sehr viele naturverbundene Aktivitäten (Schwimmen, Wandern, Radfahren, Kanufahren) in der Stadt und um direkten Umland der Stadt möglich sind. Das Angebot an Hochkultur in den Städten kann als gleichwertig in seiner touristischen Qualität für Ökotourismus für die lokale Kultur in Entwicklungsländern angesehen werden. Somit sind urbane Gebiete auch für einen angepassten Ökotourismus geeignet. Jedoch nur, wenn zwei Faktoren akzeptiert werden: Dass Natur auch in der Stadt zu finden ist und ein Ökotourismus-Urlaub flexibel sein kann, also nicht vollständig den Ökotourismus-Kriterien entsprechen muss. Es gibt nicht nur das komplette Ökotourismus-Programm. Städtetourismus ist tendenziell flexibler und es gibt nur selten feste Programme. Dadurch können Ab- und Anreise, Unterkunft sowie Aktivitäten eines Städteurlaubs unterschiedlichen Tourismus-Konzepten entsprechen.

Das stärkste, wenn auch nicht einzige, Argument, diese beiden Faktoren zu akzeptieren, ist, dass durch die Masse des Städtetourismus bereits kleine Verbesserungen einen positiven Effekt haben. Mit dem steigenden Städtetourismus weltweit und seinen aufgezeigten schädlichen Einflüssen kann es sich die Gesellschaft nicht leisten, diesen als grundsätzlich nicht nachhaltig abzuschreiben und nicht weiterentwickeln zu wollen. Die schädlichen Auswirkungen des Städtetourismus müssen minimiert und passende Konzepte hierfür entwickelt werden. Der urbane Ökotourismus könnte ein solches Konzept sein. Da dies in der Forschung noch nicht gegeben ist, wurde im Zuge dieser Arbeit Prinzipien und eine Definition eines urbanen Ökotourismus entwickelt:

Eine Reise in ein urbanes Gebiet mit möglichst minimaler Schadenseinwirkung auf die lokale Umwelt und Kultur, wobei beide Faktoren von den BesucherInnen respektiert werden und sich über diese im Laufe des Aufenthalts informieren. Aktionen vor Ort beinhalten die lokale Natur und für An- und Abreise sowie Unterkunft und Verpflegung werden nachhaltige Betriebe in lokalem Besitz favorisiert.

- **Reise in ein urbanes Gebiet**
- **Schädliche Einflüsse auf die Destination, lokale Kultur und Umwelt werden möglichst geringgehalten**
- **An- und Abreise, Unterkunft sowie Aktionen werden möglichst nachhaltig gestaltet**
- **Bewusstseinsbildung über die örtliche Kultur, Gesetze und Normen sowie Umwelt und diese respektieren**
- **Der Aufenthalt enthält Aktionen, welche die örtliche Natur nutzen**
- **Einnahmen für die Anwohner und örtlichen Betriebe**
- **Unterstützung von demokratischen und partizipativen Projekten**

Die beiden Fallstudien in Leipzig und München zeigten auf, dass die Städte viel Potential für den urbanen Ökotourismus bieten. Die Bedingungen wie Flora und Fauna, Grünflächen, nachhaltige An- und Abreise- sowie Unterkünfte-Möglichkeiten sind ebenso vorhanden, wie die Möglichkeiten für naturbezogene und umweltfreundliche Aktivitäten. Es mangelt jedoch noch an Möglichkeiten für eine stärkere Partizipation der EinwohnerInnen am Tourismus. Zudem werden die Natur und die grünen Aspekte der Stadt noch zu wenig beworben und auch die naturbezogenen sowie umweltfreundlichen Aktivitäten erhalten zu wenig Aufmerksamkeit. Auch fehlt es an leicht zugänglichen Informationen hierzu und einer anschaulichen Sammlung dieser, wie z.B. eine Karte mit alternativen Aktivitäten. Wahrscheinlich ist dies so, weil das Profil eines nachhaltigen Städtetouristen bisher keine Beachtung in der Tourismus-Vermarktung der untersuchten Städte findet. Mögliche Schäden durch den Tourismus werden nicht thematisiert und einige Auswirkungen, wie z.B. der erhöhte PKW-Verkehr mit den daraus resultierenden Problemen wie Feinstaub, werden als ganzheitliches Problem der Stadt gesehen.

Es ist fraglich, wie stark der Wille der Tourismus-Verantwortlichen ist, den urbanen Ökotourismus aufzugreifen, wenn die Schäden und Gefahren durch den Tourismus noch nicht erkannt werden. Momentan ist es das Ziel der Städte, möglichst viel finanziellen Gewinn mit den TouristInnen zu generieren. Es könnte trotzdem zu einer positiven Entwicklung kommen, da mit steigendem Städtetourismus auch die Schäden sichtbar werden sollten und Nachhaltigkeit ein immer wichtigeres Thema in der Politik wird.

Zwar gibt es aufgrund der beschriebenen flexiblen Eigenschaft des Städtetourismus bereits inoffiziell einen teilhaften urbanen Ökotourismus in deutschen Großstädten, doch die Tourismus-Verantwortlichen müssen einige Schritte tun, damit es einen erfolgreichen urbanen Ökotourismus geben kann:

- Nachhaltig denkende TouristInnen müssen als Profil im Marketing vorkommen
- Es sollte versucht werden, TouristInnen zu Betrieben in lokalem Besitz zu steuern und diese Betriebe sollten auch bei der Zusammenarbeit bevorzugt werden
- Es muss mehr Möglichkeiten für die Bürger geben, sich mit den Verantwortlichen über das Thema Tourismus auszutauschen und an der Gestaltung teilzuhaben
- Natur in der Stadt muss präserter und deutlicher beworben werden
- Aktivitäten, die dem urbanen Ökotourismus entsprechen, müssen stärker beworben werden
- Die Informationen über die Natur und die Aktivitäten, die dem urbanen Ökotourismus entsprechen, müssen für die TouristInnen leicht zugänglich sein (alternative Sightseeing Karte, Internetseiten, Apps)
- Potentielle TouristInnen müssen vor ihrer Reise leicht an Informationen kommen, wie sie ihren Aufenthalt sowie ihre An- und Abreise nachhaltig gestalten können
- Informationstafeln und Schilder für Touren durch die Stadt, die abgegangen werden können und über Kultur und Geschichte der Stadt aufklären, sollten aufgestellt werden
- Den Nahverkehr zu touristischen Zielen (auch im Umland) gut ausbauen und erschwinglich machen
- Projekte für mehr Nachhaltigkeit in der Stadt fördern, z.B. Ökostrom
- Die Bedeutung von Natur in der Stadtplanung weiter stärken

Die Ergebnisse, die für diese Arbeit durchgeführte Online-Umfrage zeigten, dass viele Voraussetzungen, die bei potentiellen KundInnen eines urbanen Ökotourismus wichtig wären, gegeben sind: Das Internet, welches die Vermittlung von den eben erwähnten Informationen und auch das Buchen umweltfreundlicherer Unterkünfte sowie An- und Abreise-Möglichkeiten viel leichter gestaltet, ist für einen Großteil fester Bestandteil der Urlaubsplanung. Um nachhaltige und naturbezogene Aktivitäten zu finden, wird das Internet noch relativ wenig verwendet, aber dies kann auch an dem eher schlechten Angebot betreffender Informationen liegen. Derselbe Schluss lässt sich auch daraus ziehen, dass einem sehr großen Teil der Befragten Nachhaltigkeit und ökologische Themen während eines Städteurlaubes durchaus wichtig sind.

Dies spiegelt sich auch im Verhalten wieder, da viele TeilnehmerInnen angaben, dass sie darauf achten, im Urlaub lokale Produkte zu kaufen und eher die nachhaltigere statt der günstigeren Unterkunft wählen würden.

Bei den Aktivitäten, welche einem urbanen Ökotourismus entsprechen, besteht noch Ausbaubedarf, jedoch wurden die meisten davon durchaus von einer großen Gruppe der TeilnehmerInnen bereits ausgeführt. Natur in der Stadt erkannte der Großteil der TeilnehmerInnen ebenfalls und zwar vor allem in Parks und in Gewässern. Eine Bewertung von Bildern, welche Natur in der Stadt zeigen, bestätigte das Ergebnis, dass Natur in der Stadt vor allem durch viel Vegetation und Gewässer, nicht aber Tieren erkannt wird. TeilnehmerInnen, welche in einer Großstadt- oder Millionenstadt leben oder bereits gelebt haben, haben mehr der aufgeführten Aktivitäten eines urbanen Ökotourismus ausgeführt und erkannten auch mehr vorgeschlagene Flächen als Natur an. Diese Gruppe zeigte auch eine größere Zustimmung zu der Idee eines urbanen Ökotourismus in der Großstadt als die TeilnehmerInnen aus kleineren Wohnorten. Allgemein war die Zustimmung zu der Idee relativ hoch, wobei die TeilnehmerInnen nur den Begriff genannt bekamen und nicht die im Zuge dieser Arbeit entwickelte Definition.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Möglichkeiten für einen urbanen Ökotourismus in deutschen Großstädten sehr gut sind, da die Großstädte Potential gezeigt haben und von den potentiellen KundenInnen aus ein Interesse besteht. Es fehlt jedoch noch stark an der Umsetzung.

11. Literaturverzeichnis

Altherr, Jasmin; Buch, Britta; Pinten, Andrea (2003): Neue Tourismustrends in Deutschland als Potentiale des Städtetourismus. In: Wenn einer eine Reise macht. Neue Tourismustrends in Deutschland am Beispiel der Fremdenverkehrssegmente Kletter- und Städtetourismus. Band 3 von Arbeitspapiere zur Regionalentwicklung. Technische Universität Kaiserslautern.

Anstiftung: Querbeet Leipzig. >> <https://anstiftung.de/sachsen/422-querbeet-leipzig><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Arte (2017): Tourist Go Home!. Europas Sehnsuchtsorte in Gefahr. >><http://www.arte.tv/de/videos/066309-000-A/tourist-go-home><< (zuletzt geprüft am 06.06.2017).

BAFU Bundesamt für Umwelt (2011): Littering kostet. Zürich.

Baumgartner, Christian (2008): Nachhaltigkeit im Tourismus. Von 10 Jahren Umsetzungsversuchen zu einem Bewertungssystem. Studienverlag. Innsbruck.

Becker, Christoph (2006): Nachhaltiger Tourismus in Deutschland. In: Nachhaltigkeit als regulative Idee in der geographischen Stadt- und Tourismusforschung. Schneider, Helmut (Hg.). LIT. Hamburg. Seiten 227 - 236.

Bergtierpark Blindham: Tierpark. >><https://www.bergtierpark.de/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Bluemagnet. (2012): What is a LEED-certified Hotel?. >><http://www.bluemagnetinteractive.com/blog/2012/06/26/what-is-a-leed-certified-hotel-how-do-i-become-green-certified/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Blue&green tomorrow (2014): Urban sustainable tourism. Being responsible in the city. >> <http://blueandgreentomorrow.com/features/urban-sustainable-tourism-being-responsible-in-the-city/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

BMUB1 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: Nachhaltiger Tourismus. >><http://www.bmub.bund.de/themen/natur-arten-tourismussport/tourismus-sport/nachhaltiger-tourismus/><< (zuletzt geprüft am 06.06.2017).

BMUB2 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: Naturtrip.>><http://www.klimaschutz.de/de/projekt/naturtriporg><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

BMUB3 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: DEHOGA Energiekampagne.>><http://www.bmub.bund.de/themen/klima-energie/energieeffizienz/indriegewerbe-handel-dienstleistungen/dehoga-energiekampagne/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

BMUB4 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: Großschutzgebiete.>> <http://www.bmub.bund.de/themen/natur-arten-tourismus-sport/naturschutz-biologische-vielfalt/grossschutzgebiete/><< (zuletzt geprüft am 06.06.2017).

BMUB5 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: Natura 2000 >> <http://www.bmub.bund.de/themen/natur-biologische-vielfalt-arten/naturschutz-biologische-vielfalt/gebietsschutz-und-vernetzung/natura-2000/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

BMUB6 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (2015): Naturbewusstsein 2015. Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt. Berlin.

BMWI (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) 2015: Incoming-Tourismus Deutschland. Zahlen, Daten, Fakten 2014. >>http://www.germany.travel/media/pdf/dzt_mktforschung/DZT_Incoming-Tourismus-Deutschland-2015.pdf<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: nachhaltiger Tourismus. Eine Chance für Entwicklungsländer. >>http://www.bmz.de/de/themen/nachhaltige_wirtschaftsentwicklung/tourismus/index.html<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Böll, Sven (2017): Größte Angebotsverbesserung seit Jahrzehnten. In: Spiegel Online. >><http://www.spiegel.de/reise/aktuell/neue-ice-strecke-erfurt-ebensfeld-a-1152353.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Botanischer Garten. >><http://www.botmuc.de/de/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Brehl, Hektor (2013): Hashtags, die du für dein Holocaust-Gedenkstätten-Selfie nicht verwenden solltest. >><https://www.vice.com/de/article/25-hashtags-die-du-an-holocaust-gedenkstätten-nicht-verwenden-solltest><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Bundeswettbewerb: Nachhaltige Tourismusdestinationen. >><http://www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de/wettbewerb><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Burkhardt, Marcel (2013): Leipzig vs. Berlin Natürlich ist Leipzig das bessere Berlin. In: Berliner Zeitung. >><http://www.berliner-zeitung.de/berlin/leipzig-vs--berlin--natuerlich-ist-leipzig-das-bessere-berlin--6599924><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

- Chirgwin, Sharon; Hughes, Karen (1997): Ecotourism. The participant's perceptions. In: Journal of Tourism Studies. Volume 8.
- Certified1. Leipzig. >>https://www.certified.de/certified-hotels/type/certified-green-hotel/location/leipzig/country/deutschland/location_range/50/<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Certified2. München >>https://www.certified.de/certified-hotels/location/m%C3%BCnchen/country/deutschland/location_range/50/<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Certified3. Prüfkriterien. >> <https://www.certified.de/pruefkriterien/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- CREST (Center for Responsible Travel) (2016): The Case for Responsible Travel. Trends & Statistics 2016. >>http://www.responsibletravel.org/whatWeDo/The_Case_for_Responsible_Travel_2016_Final.pdf<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- De Haas, Heidi C. (2002): Sustainability of Small-Scale Ecotourism. The Case of Niue, South Pacific. In: Current Issues in Tourism, Heft 5.
- Deutscher Alpenverein Münchener Oberland: Mit der Bahn in die Berge. >><https://www.davplus.de/bergundbahn><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Deutscher Städtetag (2012): Positionspapier zum Städtetourismus. Anforderungen und Voraussetzungen einer nachhaltigen Tourismuspolitik für die Städte. Köln. >>http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/positionspapier_staedtetourismus_2012.pdf << (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Deutsches Institut für Urbanistik (2011): Städtetourismus als Wirtschaftsfaktor. Handlungsfelder, Trends und Perspektiven. >><http://www.difu.de/publikationen/difu-berichte-42011/staedtetourismus-als-wirtschaftsfaktor.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Deutschland (2013): Ökotourismus in der Uckermark. >><https://www.deutschland.de/de/topic/kultur/stadt-land/oekotourismus-in-der-uckermark><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Dodds, Rachel (2014): Urban sustainable tourism. Being responsible in the city. In: Sustainable tourism. 3. Auflage.
- DTV (Deutscher Tourismusverband) (2015): Zahlen-Daten-Fakten. >>https://www.bvcd.de/fileadmin/bvcd/9_Zahlen_Daten_Fakten/1_Monatserhebung/Monatserhebung-Tourismus_2015_12_ZahlenDatenFakten_2015_DTV.pdf<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

- Fassbinder, Helga: Rot als Grün. Die Stadt als Natur. Gedanken über eine urbane Zukunft. >><http://www.biotope-city.net/article/rot-als-gr-n-die-stadt-als-natur-gedanken-ber-eine-urbane-zukunft-0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Fennel, David A. (2015): Ecotourism. Vierte Ausgabe. Taylor & Francis Ltd. New York.
- Fischer, Anton (2014): Sustainable Tourism. UTB. Bern.
- Fischer, Beat; Widmer, Karin (2011): Ameisenlöwe & Zimbelkraut. Tier- und Pflanzenporträts aus der Stadt. Haupt. Stuttgart.
- Focus: Fernbusse bald in ganz Deutschland. >>http://www.focus.de/reisen/service/gesetz-beendet-bahn-monopol-fernbusse-fahren-bald-in-ganz-deutschland_aid_819833.html<< (zuletzt geprüft am 06.06.2017).
- Freeplovdivtour: What? >><http://www.freeplovdivtour.com/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2014): Abschlussbericht zu dem Forschungsverfahren: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse. Kiel.
- Gabler Wirtschaftslexikon. Stadt. >><http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/9180/stadt-v11.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- GBI (2016): Etwa jeder elfte Städtereisende in Deutschland schläft bei Airbnb & Co. >><http://www.gbi.ag/detailansicht/news/etwa-jeder-elfte-staedtereisende-in-deutschland-schlaeft-bei-airbnb-co/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Gibson, Anna; Dodds, Rachel; Joppe, Marion; Jamieson, Brian (2003): Ecotourism in the city? Toronto's Green Association. In: International Journal of Contemporary Hospitality Management. Seiten 324 - 327.
- Green Hotelier (2013): Summery of Accor'S Planet 21 initiative. >><http://www.greenhotelier.org/our-themes/policy-certification-business/summary-of-accors-planet-21-initiative/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Gormsen, Niels (1996): Leipzig – Stadt, Handel, Messe. Die städtebauliche Entwicklung der Stadt Leipzig als Handels- und Messestadt. Leipzig.
- Green Routes. About green routes. >><http://greenroutes.org/about/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Higham, James; Lück, Michael (2002): Urban Ecotourism. A Contradiction in Terms? In: Journal of Ecotourism. Seiten 36-51.

- Honey, Martha (2008) ecotourism and sustainable development. Who owns paradise? Zweite Ausgabe. Island Press. Washington.
- Jaun, Andreas (2012): In der Stadt. Natur erleben-beobachten-verstehen. Verlag das Beste. Stuttgart.
- Jegdic, Vaso; Gradnic, Oliver (2017): Cities as Destinations of Urban Ecotourism. The Case Study of Novi Sad. In: Acta Economica Et Turistica. Band 2. Heft 2. Seiten 155 - 166.
- Joppe, Marion; Dodds, Rachel (1998): Urban Green Tourism. Applying ecotourism principles to the city. >>https://www.researchgate.net/publication/228954116_Urban_Green_Tourism_Applying_ecotourism_principles_to_the_city<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Joppe, Marion; Dodds, Rachel (2001): Promoting urban green tourism: The development of the other map of Toronto. In: Journal of Vacation Marketing. Volume 7. Issue 3. Seiten 261 - 267.
- Kassam, Ashifa (2014): Naked Italiens spark protests against antics of drunken tourists in Barcelona. >><https://www.theguardian.com/world/2014/aug/21/naked-italians-protests-drunken-tourists-barcelona><< (zuletzt geprüft am 12.05.2017).
- Landgrebe, Silke; Schnell, Peter (2005): Städtetourismus. De Gruyter Oldenbourg. München.
- Lawton, Laura; Weaver, David (2000): Nature-based Tourism and Ecotourism. In: Falkner, Bill; Moscardo, Gianna; Laws, Eric (2000): Tourism in the 21st century. Lessons from experience. New York.
- Leipzig Statistik1. Ankünfte und Übernachtungen. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=8&rub=9&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Leipzig Statistik2. Bettenkapazität und Auslastung in Beherbergungseinrichtungen >> <http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=8&rub=8&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Leipzig Statistik3. Bibliotheken. >> <http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=11&rub=3&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Leipzig Statistik4. Einwohner. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=2&rub=1&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Leipzig Statistik5. Gäste nach Herkunftsländern. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=8&rub=10&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Statistik6. Hochschulen. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=5&rub=4&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Statistik7. Messen und Ausstellungen. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=8&rub=11&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Statistik8. >> <http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=11&rub=1&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Statistik9. Sporteinrichtungen. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=11&rub=7&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Statistik10. Stadtgebiet und Witterung. Fläche. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=1&rub=2&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Statistik11. Theater. >><http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=11&rub=2&obj=0><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzig Travel. Wir über uns. >> http://www.leipzig.travel/de/Wir_ueber_uns/Kontakt/Unternehmen_1553.html<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Auwald1. Lage und Größe. >>http://www.leipziger-auwald.de/front_content.php?idart=5<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Auwald2. Lebensräume. >> http://www.leipziger-auwald.de/front_content.php?idcat=25&lang=1<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Auwald3. Pflanzen. >> http://www.leipziger-auwald.de/front_content.php?idcat=27&lang=1<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Auwald4. Überblick. >> http://www.leipziger-auwald.de/front_content.php?idcat=16&lang=1<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Neuseenland1. Gut zu Fuß im Leipziger Neuseenland. >>http://leipzigerneuseenland.leipzig.travel/de/Wandern-Pilgern_1061.html?sid=MfVzg7Exhb4WiHx2kMSXvAsCe7oOQaq1<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Neuseenland2. Klettern in den Steinbrüchen. >>http://leipzigerneuseenland.leipzig.travel/de/Leipziger-Neuseenland/Aktiv/Klettern-Trendsport/Klettern-in-den-Steinbruechen_1082.html?regiopoi5458.id=464®iopoi5458.fmd=1<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Neuseenland3. Kletterwald Leipzig am Albrechtshainer See. >>http://leipzigerneuseenland.leipzig.travel/de/Leipziger-Neuseenland/Aktiv/Klettern-Trendsport/Kletterwald-Leipzig-am-Albrechtshainer-See_1082.html?regiopoi5458.id=203®iopoi5458.fmd=1<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Neuseenland4. Lehrpfade & geologische Route. >>http://leipzigerneuseenland.leipzig.travel/de/Leipziger-Neuseenland/Aktiv/Wandern-Pilgern/Lehrpfade-Geo/Routen_1351.html<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Neuseenland5. Tablet-Touren in der Region Leipzig. .>>http://leipzigerneuseenland.leipzig.travel/de/Leipziger-Neuseenland/Aktiv/Klettern-Trendsport/Tablet/Touren-in-der-Region-Leipzig_1082.html?regiopoi5458.id=614®iopoi5458.fmd=1&sid=de<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Volkszeitung (2012): Begehrtes Fotomotiv. Waschbär sorgt am Bundesverwaltungsgericht für Aufsehen. >><http://www.lvz.de/Leipzig/Lokales/Begehrtes-Fotomotiv-Waschbaer-sorgt-am-Bundesverwaltungsgericht-fuer-Aufsehen><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Volkszeitung (2015a): Immer mehr Studenten aus dem Westen. >><http://www.lvz.de/Leipzig/Bildung/Immer-mehr-Studenten-aus-dem-Westen><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Volkszeitung (2015b): Leipzig verteidigt zweiten Platz im europäischen Zoo Ranking. >><http://www.lvz.de/Leipzig/Boulevard/Leipzig-verteidigt-zweiten-Platz-im-europaeischen-Zoo-Ranking><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipziger Volkszeitung (2016): Polizei überrascht. Waschbär spürt Marihuana Plantage in Leipzig auf. >><http://www.lvz.de/Leipzig/Polizeiticker/Polizeiticker-Leipzig/Polizei-ueberrascht-Waschbaer-spuert-Marihuana-Plantage-in-Leipzig-auf><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leipzigseen. Das Leipziger Neuseenland. >><http://www.leipzigseen.de/die-seen.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Leser, Hartmut; Haas, Hans-Dieter; Moismann, Thomas; Paesler, Reinhard (1997): Diercke Wörterbuch – Allgemeine Geographie. dtv. München.

Machowecz, Martin (2015): Kein Hype dauert ewig. In: Zeit Online. >><http://www.zeit.de/2015/41/leipzig-hype-andre-herrmann><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Maps München. Schutzgebiete >><http://maps.muenchen.de/plan/schutzgebiete><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

- Maxim, Christina (2016): Sustainable tourism implementation in urban areas. A case study in London. >><http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2015.1115511><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Meixner, Isabel (2016): Der Biber ist zurück in München. >><http://www.sueddeutsche.de/muenchen/naturschutz-der-biber-ist-zurueck-in-muenchen-1.3230850><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Metropolregion München. >><https://www.metropolregion-muenchen.eu/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Müller, Hansruedi (2007): Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder. 3. Auflage. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. München.
- Münchener Städtmuseum: Nationalsozialismus in München. >> <https://www.muenchner-stadtmuseum.de/daueraustellungen/nationalsozialismus-in-muenchen.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- N24 (2008): Auf Hitlers Spuren durch München. Eine Führung. >><https://www.welt.de/reise/article2127731/Auf-Hitlers-Spuren-durch-Muenchen-eine-Fuehrung.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- NABU: Ökotourismus. >>https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/naturschutz/weltweit/naturschutzprojekte/international_oekotourismus.html<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- National Geographic: About Geotourism. >><http://www.nationalgeographic.com/travel/geotourism/about/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Oh, Je Seaong (2007): Urban ecotourism. Applying natural ecological resources to tourism in Seaul, Korea. Binghamton.
- Okech, Roselyne (2009): Promoting Green Tourism in Urban Areas. In: ecotourism KENYA. Heft Nr. 22. Seiten 1 - 2.
- Ö.T.E. e.V.: Der Ö.T.E. e.V.>><http://www.oete.de/index.php/de/ueber-uns/der-oe-t-e-e-v><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- ORF (2016): 500 Meter Bach mitten in der Stadt renaturiert. >><http://salzburg.orf.at/news/stories/2768447/><< (zuletzt geprüft am 06.06.2017).
- Planeta1. About. >><http://old.planeta.com/rabout.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Planeta2. City. >><http://old.planeta.com/city.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

- ResearchGate (2013): Does urban ecotourism exist? >>https://www.researchgate.net/post/Does_urban_ecotourism_exist<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Sächsische Zeitung (2014): Selfies werden für Holocaust-Mahnmal zum Problem. >><http://www.sz-online.de/nachrichten/selfies-werden-fuer-holocaust-mahnmal-zum-problem-2916390.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Scharnig, Max (2017): Mia san mia? Nein, blöd san mia. >><http://www.sueddeutsche.de/muenchen/lebensgefuehl-muenchen-da-ist-keine-stadt-nirgends-1.3492547><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Schmied, Martin; Götz, Konrad; Kreikamp, Edgar; Buchert, Matthias; Hellweg, Thomas; Otten, Sabine (2009): Traumziel Nachhaltigkeit. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt. Heidelberg.
- Schmude, Jürgen; Namberger, Phillip (2015): Tourismusgeographie. 2. Auflage. WBG. Darmstadt.
- Sealife München: Willkommen. >><https://www.visitsealife.com/de/de/muenchen/>>> (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Seitz, Erwin (1983): Die Bewertung alternativer Strategien der Imagewerbung im Fremdenverkehr (Städtetourismus) auf der Grundlage von Werbeerfolgskontrollen. Freie Universität. Berlin.
- Stadt Honig: Imkern in der Stadt. >><http://www.stadthonig.ch/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt Leipzig1. Kleingärtenanlagen. >><http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/parks-waelder-und-friedhoeefe/kleingartenanlagen/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt Leipzig2. Metropolregion Mitteldeutschland. >><http://www.leipzig.de/bauen-und-wohnen/stadtentwicklung/projekte/metropolregion-mitteldeutschland/><< (zuletzt geprüft am 28.05.2017).
- Stadt Leipzig3. Parks, Wälder und Friedhöfe. >><http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/parks-waelder-und-friedhoeefe><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt Leipzig4. Seen, Flüsse und Gewässer. >><http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/seen-fluesse-und-gewaesser/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

- Stadt Leipzig5. Stadtwald und Auenwald. >><http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/parks-waelder-und-friedhoefe/stadtwald-und-auenwald/#c15933><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt Leipzig6. Südfriedhof. >><http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/parks-waelder-und-friedhoefe/friedhoefe/suedfriedhof/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt Leipzig7. Wildpark. >><http://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/parks-waelder-und-friedhoefe/wildpark/#c42090><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München1. Geschützte Landschaftsbestandteile. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Stadtplanung-und-Bauordnung/Natur-Landschafts-Baumschutz/Landschaftsbestandteile.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München2. Englischer Garten. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120242.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München3. Grüngürtel >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Stadtplanung-und-Bauordnung/Stadt-und-Bebauungsplanung/Gruenplanung/Muenchner-Gruenguertel.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München4. Königlicher Hirschgarten. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120223.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München5. Hofgarten. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120231.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München6. Landschaftsschutzgebiete. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Stadtplanung-und-Bauordnung/Natur-Landschafts-Baumschutz/Landschaftsschutzgebiete.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München7. Münchener Kräutergärten. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Kommunalreferat/stadtgueter/krautgaerten.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München8. Naturschutzgebiete. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Stadtplanung-und-Bauordnung/Natur-Landschafts-Baumschutz/Naturschutzgebiete.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München9. Neuer Botanischer Garten. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120268.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München10. Olympiapark. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120221.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

- Stadt München11. Ostpark. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120226.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München12. Parks und Gärten. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/parks-und-gaerten.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München13. Schloss Nymphenburg. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120263.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München14. Statistik. Bevölkerung. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtfos/Statistik/Bev-lkerung.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München15. Statistik. Bildung, Kultur und Freizeit. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtfos/Statistik/Bildung.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München16. Statistik. Geographische Verhältnisse. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtfos/Statistik/Geografie.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München17. Statistik. Tourismus. >><https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Arbeit-und-Wirtschaft/Tourismusamt/B2B/Statistik.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stadt München18. Westpark. >><http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/orte/120259.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Stahleder, Helmuth: München. Ein chronologischer Überblick von Helmuth Stahleder. >>https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Direktorium/Stadtarchiv/Stadtgeschichte1/Stadtgeschichte.html#mnchen-im-21-jahrhundert_4<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Statista: Prognose zur Entwicklung des Anteils von Stadt- und Landbewohnern in den Jahren 1990 bis 2050. >><https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167166/umfrage/prognose-des-bewohneranteils-nach-wohnstandort-seit-1990/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Statistisches Bundesamt (2015): Statistisches Jahrbuch. Deutschland und Internationales. Paderborn.
- STMUV Bayrisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz: Ehrung für besondere Verdienste um die Umwelt in Bayern. >>http://www.stmuv.bayern.de/ministerium/auszeichnungen/verdienst_umwelt/index.htm<< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Strasdas (Hrsg.), Wolfgang; Rein, Hartmut (2015): Nachhaltiger Tourismus. Einführung. UTB. Konstanz.

- Sustainable Swansea. Green Maps. >><http://www.sustainableswansea.net/green-maps.html><< (zuletzt geprüft am 25.04.17). (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- The Local (2017): Barcelona approves new tourist accommodation cap. >><https://www.the-local.es/20170127/barcelona-approves-new-tourist-accomodation-cap><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Tierpark Hellabrunn: Über Hellabrunn. >><http://www.hellabrunn.de/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- TIES The International Ecotourism society: What is Ecotourism. >><https://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Toronto: Discovery Walks. >><https://www1.toronto.ca/wps/portal/contentonly?vgnextoid=bdefbd6fe941a510VgnVCM10000071d60f89RCRD> << (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Umwelt Bundesamt (2014): Städte begrünen. An den Klimawandel anpassen. >><http://www.umweltbundesamt.de/themen/staedte-begrueenen-an-den-klimawandel-anpassen> << (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Viabono1: Infothek. >><http://www.viabono.de/PhilosophieService/Infothek.aspx><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Viabono2: Viabono-Trägerverein. >><http://www.viabono.de/PhilosophieService/ViabonoTr%c3%a4gerverein.aspx#5><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Vogelpark Olching: Herzlich Willkommen. >><https://www.vogelpark-olching.de/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- Weaver, David Bruce (2001): Ecotourism as Mass Tourism. Contradiction or Reality? In: Sage Journals. Volume 42. Issue 2.
- Weaver, David Bruce (2005): Mass and Urban Ecotourism. New Manifestations of an Old Concept. In: Tourism Recreation Research. Volume 30. Issue 1. Seiten 19 – 26.
- Weaver, David Bruce (2008): Sustainable tourism. Routledge. Oxford.
- Weaver, David Bruce; L. J. Lawton (2001): Modified Spaces. In: The Encyclopedia of Ecotourism. Oxon. New York. Seiten 315 - 326.
- Wildpark Poing: Der Park für die ganze Familie. >><https://www.wildpark-poing.de/park-tiere/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).
- World Tourism Organization: Definition. >><http://sdt.unwto.org/content/about-us-5><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Wu, Yi-Yen; Wang, Hsiao-Lin; Ho, Yu-Feng (2010): Urban ecotourism. Defining and assessing dimensions using fuzzy number construction. In: Tourism Management. Volume 31. Issue 6. Seiten 739 - 743.

Yolocaust. >> <http://yolocaust.de/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Zimmermann, Friedrich (2016): Nachhaltigkeit wofür? Springer Spektrum.Heidelberg.

Zamfir, Andreea; Corbos, Razvan-Andrei (2015): Towards Sustainable Tourism Development in Urban Areas. Case Study on Bucharest as Tourist Destination. In: MDPI-Sustainability. Volume 7. Heft 9. >><http://www.mdpi.com/2071-1050/7/9/12709><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Zick, Florian (2014): Tiere. Münchens Big Five. >><http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.wildtiere-in-muenchen-tiere-muenchens-big-five.88d133cd-820b-4155-b686-a65b345d322c.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Zick, Florian (2016): Ökostrom in München. Der Herr des Wassers. >><http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.er-ist-fuer-die-wasserkraftwerke-verantwortlich-oekostrom-in-muenchen-der-herr-des-wassers.efbf6b35-32e4-4da0-8f64-22d679717a65.html><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

Zobre, Katherine (2013): World insight essay series. Greening urban tourism. Progress in urban ecotourism. >><https://ampglobalyouth.org/students/world-insight-essay-series-greening-urban-tourism-progress-in-urban-ecotourism/><< (zuletzt geprüft am 06.07.2017).

12. Anhang

12.1 Interviews

12.1.1 Interview mit Susi Wieschollek (Leipzig)

Datum: 31.05.2017

Zeit: 8:45 Uhr – 9:25 Uhr

Ort: Leipzig und Graz

Form: Telefon

Interviewer:

Arne Nico Krage

Student der Karl-Franzens-Universität Graz

Master of Science Nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung

Interviewpartner:

Susi Wieschollek

Junior Projektmanagerin International PR & Sales

Leipzig Tourismus und Marketing GmbH

Vorstellung meiner Person.

Frage nach ihrer Stellung und Aufgabenbereich in der LTM-

Sie sei Junior Projektmanagerin für International PR & Sales. Ihr Aufgabenbereich liege somit in der Vermarktung Leipzig im Ausland. Hierfür würden Redaktionen, welche Artikel über Leipzig schreiben wollten, mit Informationen versorgt. Ebenso würden Journalisten und andere Vertreter für Führungen nach Leipzig eingeladen. Zusätzlich gebe es noch weitere Projekte um Leipzig im Ausland zu vermarkten.

Nachfrage, wie Leipzig ans Ausland vermarktet wird.

Es werde nicht nur die Stadt, sondern die Region mit dem Neuseenland, der Dübener Heide und dem Burgenland beworben. Die Vermarktung werde damit je nach Land bzw. Gebiet angepasst. Für die Niederlande, die Schweiz und Österreich funktioniere der Natur verbundene Tourismus.

Die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM) hat laut ihrer Internetseite zur Aufgabe, den Tourismus Leipzigs zu fördern. Außerdem Werbung und Pressearbeit sowie Interessenvertretung und Kooperation mit Wirtschaft, Verbänden und Institutionen.

Frage danach, ob die LTM bestimmt, was die Werbung und Vermarktung Leipzigs betrifft.

Die LTM entscheide selber, tausche sich jedoch mit den Stadtämtern aus und beobachte die Trends und Vorgaben im Deutschland Tourismus. Die endgültigen Entscheidungen würden von der LTM selbst getroffen.

Frage danach, wie mit der derzeitigen starken Berichterstattung über Leipzig mit den Begriffen *Hypzig* und *Better Berlin* umgegangen wird.

Man sei nicht sehr glücklich über den Begriff *Better Berlin*, da Leipzig einzigartig sei und nicht ein zweites Berlin. Im Allgemeinen seien solche Berichterstattungen zwar positiv, aber es würde sich von diesen Begriffen auf Anfrage eher distanzieren. Die Wörter würden in der eigenen Vermarktung nicht verwendet.

Frage, welche Motive für Werbung verwendet werden, welches Image von Leipzig vermarktet werden soll?

Das Motiv Kultur werde durch die Musikstadt Leipzig beworben. Die Museenlandschaft für die Hochkultur, wie auch die kleinen Galerien. Beides verwende man meist für die älteren TouristInnen. Für jüngere, aktivere BesucherInnen stelle man die vielfältigen Möglichkeiten an Aktivitäten bei der Vermarktung in den Vordergrund. Vor allem für Blogger und den ausländischen Journalismus seien die vielfältigen Aktivitäten in Leipzig interessant.

Es werde mit mehreren Profilen gearbeitet und diese an das jeweilige Zielpublikum der Vermarktung angepasst.

Frage, ob Nachhaltigkeit ein Thema bei der (ausländischen) Vermarktung sei.

Nachhaltigkeit sei fast kein Thema bei der Kommunikation mit dem Ausland und würde nicht nachgefragt.

Frage wie die Meinung der LTM zu dem neuen Fernbus-Angebot ist.

Es sei gut, daher auch werde offensiv auf der LTM Seite drauf als Anfahrt-Möglichkeit hingewiesen.

Frage, ob bei der Zusammenarbeit Leipziger Firmen bevorzugt werden (um die lokale Wirtschaft zu fördern) oder Investoren von woanders gleichbehandelt werden?

LTM arbeite selbstverständlich mit zahlreichen Leipziger Firmen zusammen, da die Erarbeitung von beispielsweise Gruppenangeboten oder Programmplanung für Presse- und Studienreisen ohne diese Kooperation gar nicht möglich wären.

Wird die Bevölkerung in das Marketing und die Gestaltung des touristischen Leipzigs mit einbezogen?

Es gebe einmal im Quartal ein Tourismusfrühstück, bei dem die Bevölkerung und lokale Partner zum offenen Austausch über diverse aktuelle Themen des Tourismus eingeladen seien. Die Teilnahme sei kostenlos. Im Ablauf gebe es erst eine Diskussionsrunde und im Anschluss Zeit für Fragen aus dem Publikum.

12.1.2 Interview mit Ralf Zednik (München)

Datum: 22.06.2017

Zeit: 14:00 Uhr – 14:50 Uhr

Ort: München und Graz

Form: Telefon

Interviewer:

Arne Nico Krage

Student der Karl-Franzens-Universität Graz

Master of Science Nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung

Interviewpartner:

Ralf Zednik

Head of Marketing (Marktforschung)

Referat für Arbeit und Wirtschaft, Landeshauptstadt München

Vorstellung meiner Person.

Frage nach seiner Stellung und Aufgabenbereich.

Er sei der Vorsitzende in der Marktforschung für den Tourismus im Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München.

Wo sind die Kompetenzen für die touristische Vermarktung Münchens?

Die Kompetenzen für die touristische Vermarktung der Stadt München lägen allein bei dem Referat als Vertretung der Stadtverwaltung.

Welche Motive bestehen für die Vermarktung Münchens?

Das Ziel des Tourismus in München sei moderates Wachstum. Die Bettenkapazität solle in einer Geschwindigkeit wachsen, welche die prozentuelle Auslastung auf einem ähnlichen Stand wie jetzt belasse. Aus diesem Grunde werde die Stadt nur außerhalb der Hochsaison beworben, also Oktober bis April. Des Weiteren sei es ein Ziel, dass die TouristInnen möglichst viel Geld während ihres Aufenthalts in München ausgaben.

Welche Strategie, welche Kernpunkte werden für die Vermarktung von München momentan verwendet? (Themen, Schwerpunkte)

Die Gäste sollten München während ihres Aufenthalts erleben wie Einheimische es tun. Es werde mit drei Sinus Milieus gearbeitet: Die Konservativ-Etablierten würden mit Kultur und Genuss beworben. Liberal-Intellektuelle sprächen auf ein Vertiefen der Kultur, unbekannte Stadtteile und unerwartetes. Adaptiv-Pragmatische würden weniger mit Hochkultur sondern mit Alltagskultur angesprochen.

Sind mögliche Schäden bzw. negative Effekte durch Tourismus / Touristen ein Thema?

Man sei sich den Gefahren bewusst, aber diese seien noch nicht aufgetaucht. Ein Entgegensteuern als Vorsorge bestehe daraus, dass München nicht in der Hochsaison beworben werde.

Sind PKW Urlauber ein Problem für München (gibt es Bemühungen diese in umweltfreundlichere Besucher umzuwandeln) oder werden diese aktiv umworben?

Das Problem des vermehrten PKW-Verkehrs und Feinstaub werde ganzheitlich gesehen und nicht als Problem des Tourismus.

Wie ist die Meinung zu dem Trend der Fernbusse?

Dieser werde als positiv angesehen, da er bei dem Sinus Milieu der adaptiv-Pragmatischen gut ankomme.

Wie ist die Meinung zu AirBnB, willkommener Trend oder ein Problem für die Tourismuswirtschaft / Wohnungsmarkt?

Man sehe dies nicht als Trend, sondern als bleibende Entwicklung. Es solle einheitliche Regelungen vom Gesetzgeber geben, damit der Markt geschützt wird.

Internet und Apps als wichtiges Thema? Wie wird auf den vernetzten Touristen in der Zukunft eingegangen?

Die Internetseite und die App von München würden nicht von der Stadt betrieben, sondern von einer privaten Gesellschaft, bei der die Stadt München ein Gesellschafter sei, in Auftrag betrieben, welche wirtschaftlich handle und Einnahmen erzielen wolle.

Im Herbst komme eine neue Internetseite dazu, welche direkt vom Referat betrieben werde. Das Ziel der Internetseite sei es, München außerhalb der Hochsaison zu bewerben. Die Internetseiten ergänzten sich gegenseitig und verwiesen aufeinander. Ein Teil der Internetseite werde Story Telling sein. Hier könnten Münchener in Form von Geschichten Tipps an TouristInnen weitergeben. Ebenfalls im Herbst sollten Orientierungssysteme aufgestellt werden. Bis zu 21 Säulen an touristischen Hot Spots ständen den TouristInnen zur Verfügung. Diese Säulen hätten WIFI und ein Display für touristische Informationen. Eine weitere Funktion sei, dass touristische Orte (auch privatwirtschaftliche) Daten zum Abrufen weitergeben, wie viele Besucher gerade vor Ort sind. So sollten TouristInnen von überfüllten Plätzen weitergeleitet werden. Auch angedacht ist ein live feed, in dem BesucherInnen dieser Einrichtungen ihre Meinung schreiben könnten.

Werden bei der Zusammenarbeit Münchener Firmen bevorzugt (um die lokale Wirtschaft zu fördern) oder Investoren von woanders gleichbehandelt?

Da das Referat aus Steuern finanziert werde, arbeite man vorzugsweise mit Münchener Firmen zusammen, um diese zu unterstützen und mehr Einnahmen zu generieren.

Wird die Bevölkerung in das Marketing und die Gestaltung des touristischen München mit einbezogen?

Der Vorsitzende der Abteilung sei zeitgleich der zweite Bürgermeister und habe daher immer auch die Bedürfnisse der BürgerInnen im Hinterkopf, da er an einer Wiederwahl interessiert sei. Bei öffentlichen Auftritten oder seinen Bürgersprechstunden könne er auch von den BürgerInnen zu seiner Arbeit im Tourismus befragt werden.

Nachfrage, wie erreicht werden soll, dass die TouristInnen sich wie Einheimische während Ihres Aufenthaltes fühlen.

Das erwähnte Story Telling auf der neuen Internetseite sein eine Möglichkeit.

Wie wird intern mit den Grünflächen, also der Natur Münchens, umgegangen? Werden Sie als touristisches Potential beworben?

Münchener seien generell sehr viel draußen und in Parks. Daher sollten TouristInnen dies auch tun, wenn sie sich wie Einheimische während ihres Aufenthalts fühlen sollen.

Ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema? Wie sieht es mit der Sicht auf die Zukunft des Themas aus?

Das Thema sei schwer von den Bürgerinnen zu trennen. Maßnahmen in diese Richtung, wie z.B. die Renaturierung der Isar, würden nicht auf die TouristInnen abzielen, sondern die Bevölkerung. Es werde aber beim Oktoberfest sehr viel getan, um es möglichst nachhaltig zu gestalten.

12.2 Fragebogen

12.2.1 Fragen

Geben Sie bitte Ihre Zustimmung zu der Idee von Ökotourismus in einer Großstadt auf einer Skala von 1-6 an:

(1 = Stimme gar nicht zu, 6 = Stimme sehr zu)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Sind Sie männlich oder weiblich?

- Männlich
- Weiblich
- Keine Antwort

Welche Nationalität besitzen Sie?

- Deutschland
- Österreich
- Anderes Nachbarland Deutschlands, nicht Österreich
- Restliches Europa
- Außerhalb Europas
- Keine Antwort

Wie alt sind Sie?

- 18 - 21
- 22 - 25
- 26 - 29
- 30 - 35
- 36 - 40
- 41 - 59
- 60+

Was ist die größte Art von Siedlung in der Sie je gelebt haben (mindestens drei Monate am Stück)?

- Dorf
- Kleinstadt (unter 25.000 Einwohner)
- mittlere Stadt (25.000 bis unter 100.000 Einwohner)
- Großstadt (100.000 bis unter 1 Millionen Einwohner)
- Millionenstadt (mehr als 1 Millionen Einwohner)
- Keine Antwort

Haben Sie bei Ihrer Reiseplanung bereits das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) für die Buchung der Anfahrt, Rückfahrt und oder Unterkunft verwendet?

- Ja
- Nein
- Keine Antwort

Wie häufig?

- Einmal
- Selten
- Eher selten
- Mehrmals
- Häufiger
- Sehr oft
- Fast immer
- Keine Antwort

Haben Sie während des Urlaubs das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) für die Urlaubsplanung (Aktionen, Besuche, Veranstaltungen, Verkehr, Informationen) verwendet?

- Ja
- Nein
- Keine Antwort

Wie häufig?

- Einmal
- Selten
- Eher selten
- Mehrmals
- Häufiger
- Sehr oft
- Fast immer
- Keine Antwort

Haben Sie im Urlaub das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) bereits einmal verwendet, um Firmen, Aktionen/Aktivitäten, Einrichtungen, Restaurants zu finden, welche "nachhaltig", "grün", "umweltbewusst", "ökologisch" sind?

- Ja
- Nein
- Keine Antwort

Wie häufig?

- Einmal
- Selten
- Eher selten
- Mehrmals
- Häufiger
- Sehr oft
- Fast immer
- Keine Antwort

Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs?
(Skala von 1 bis 6: 1 = Gar nicht und 6 = sehr wichtig)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Wenn deutlich ersichtlich und der Preis Unterschied nicht zu hoch ist, würden sie eine nachhaltige Unterkunft statt der günstigeren Variante auswählen?

- Nein
- Eher nein
- Eher ja
- Ja

Achten Sie während eines Urlaubs darauf, lokale Produkte zu kaufen?

- Nein
- Eher nein
- Eher ja
- Ja

Achten Sie während eines **Städteurlaubs** darauf, lokale Produkte zu kaufen?

- Nein
- Eher nein
- Eher ja
- Ja

Welche dieser Aktivitäten haben Sie bei einem Städteurlaub ausgeführt?

- Geführte Stadttour zu Fuß, auf dem Fahrrad oder Segway (nicht Bus, Boot)
- Radfahren
- Kanufahren
- Schwimmen draußen (See, Teich, Meer)
- Spazieren und oder Rasten auf einer großen Grünfläche wie Park, Friedhof
- Parkaktivitäten (Picknick, Ballspiele, Sport)
- Gewässer wie einen Fluss, Meer, See, Teich aufsuchen
- Tiere in freier Wildbahn beobachten
- Tiere im Zoo oder Tierpark ansehen
- historische Denkmäler und Gebäude, Bauten ansehen
- Kulturangebot wahrnehmen (Museen, Theater, Oper, Ausstellungen)

Welche der folgenden Gebiete stellen für Sie Natur in der Stadt da?
(mehrere Antworten möglich)

- Park
- Botanischer Garten
- Friedhof
- Golfplatz
- Sportplätze (z.B. Fußball)
- Deponien
- Brachflächen
- Zoo
- Tierpark
- Bäume und Sträucher an Straßen und Wegen
- Kleingärten
- Vor- und Hintergärten von Häusern
- Bepflanzung von Gebäuden (an der Wand oder auf dem Dach)
- Gewässer wie Fluss, See, Teich

Bitte bewerten Sie die folgenden Bilder aus Großstädten danach, wie viel Natur Sie persönlich in dem Bild erkennen:
(1 = gar keine bis 10 sehr viel)



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



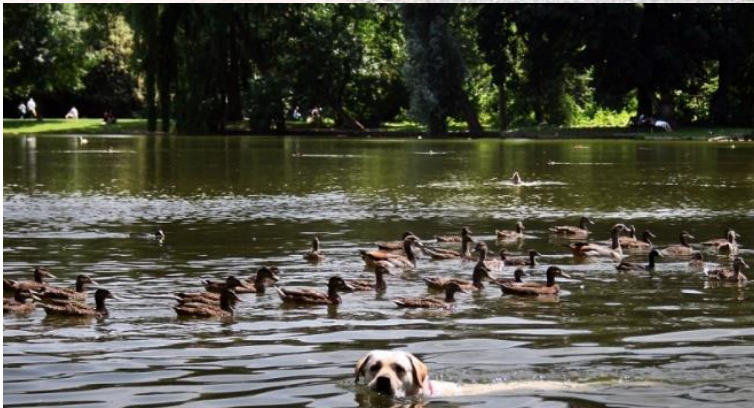
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Geben Sie bitte Ihre Zustimmung zu der Idee von Ökotourismus in einer Großstadt auf einer Skala von 1-6 an:

(1 = Stimme gar nicht zu, 6 = Stimme sehr zu)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

12.2.2 Ergebnisse

Anzahl der Datensätze in dieser Abfrage:	665	
Gesamtzahl der Datensätze dieser Umfrage:	665	
Anteil in Prozent:	100,00%	
Feld-Zusammenfassung für uOe1		
Geben Sie bitte Ihre Zustimmung zu der Idee von Ökotourismus in einer Großstadt auf einer Skala von 1-6 an: (1 = Stimme gar nicht zu, 6 = Stimme sehr zu)		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	19	2,86%
2	37	5,56%
3	92	13,83%
4	138	20,75%
5	153	23,01%
6	174	26,17%
keine Angabe	52	0,45%
Nicht beendet oder nicht gezeigt	49	7,37%
Feld-Zusammenfassung für G		
Sind Sie männlich oder weiblich?		
Antwort	Anzahl	Prozent
weiblich	437	65,71%
männlich	171	25,71%
keine Angabe	57	1,20%
Nicht beendet oder nicht gezeigt	49	7,37%
Gesamt	665	
Feld-Zusammenfassung für N		
Welche Nationalität besitzen sie?		
Antwort	Anzahl	Prozent
Deutschland	169	25,41%
Österreich	410	61,65%
anderes Nachbarland Deutschlands	3	0,45%
restliches Europa	18	2,71%
außerhalb Europas	6	0,90%
keine Angabe	59	1,50%
Nicht beendet oder nicht gezeigt	49	7,37%
Gesamt	665	
Feld-Zusammenfassung für A		
Wie alt sind Sie?		
Antwort	Anzahl	Prozent
18-21	162	24,36%
22-25	176	26,47%
26-29	166	24,96%
30-35	58	8,72%
36-40	13	1,95%
41-59	27	4,06%
60+	8	1,20%
keine Angabe	55	0,90%

Nicht beendet oder nicht gezeigt	49	7,37%
Gesamt	665	
Feld-Zusammenfassung für Leben		
Was ist die größte Art von Siedlung in der Sie je gelebt haben (mindestens drei Monate am Stück)?		
Antwort	Anzahl	Prozent
Dorf	49	7,37%
Kleinstadt	44	6,62%
mittlere Stadt	60	9,02%
Großstadt	335	50,38%
Millionenstadt	121	18,20%
keine Angabe	56	1,05%
Nicht beendet oder gezeigt	49	7,37%
Gesamt	665	
Feld-Zusammenfassung für IR		
Haben Sie bei Ihrer Reiseplanung bereits das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) für die Buchung der Anfahrt, Rückfahrt und oder Unterkunft verwendet?		
Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	565	84,96%
Nein	38	5,71%
keine Antwort	62	0,45%
Nicht beendet oder gezeigt	59	8,87%
	603	
Feld-Zusammenfassung für IRH		
Wie häufig?		
Antwort	Anzahl	Prozent
einmal	14	2,11%
eher selten	21	3,16%
selten	15	2,26%
mehrmals	129	19,40%
häufiger	60	9,02%
sehr oft	99	14,89%
fast immer	226	33,98%
keine Antwort	1	0,15%
Nicht beendet oder nicht gezeigt	100	15,04%
	564	
Feld-Zusammenfassung für IA		
Haben Sie während des Urlaubs das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) für die Urlaubsplanung (Aktionen, Besuche, Veranstaltungen, Verkehr, Informationen) verwendet?		
Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	518	77,89%
Nein	81	12,18%
keine Antwort	66	1,05%
Nicht beendet oder nicht gezeigt	59	8,87%
	599	
Feld-Zusammenfassung für IAH		
Wie häufig?		
Antwort	Anzahl	Prozent

einmal	5	0,75%
eher selten	23	3,46%
selten	32	4,81%
mehrmals	130	19,55%
häufiger	101	15,19%
sehr oft	123	18,50%
fast immer	101	15,19%
keine Antwort	3	0,45%
Nicht beendet oder gezeigt	147	22,11%
	515	
Feld-Zusammenfassung für IN		
Haben Sie im Urlaub das Internet (inklusive Apps auf dem Smartphone) bereits einmal verwendet, um Firmen, Aktionen/Aktivitäten, Einrichtungen, Restaurants zu finden, welche "nachhaltig", "grün", "umweltbewusst", "ökologisch" sind?		
Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	160	24,06%
Nein	437	65,71%
keine Antwort	68	1,35%
Nicht beendet oder gezeigt	59	8,87%
	597	
Feld-Zusammenfassung für INH		
Wie häufig?		
Antwort	Anzahl	Prozent
einmal	3	0,45%
eher selten	23	3,46%
selten	33	4,96%
mehrmals	56	8,42%
häufiger	19	2,86%
sehr oft	13	1,95%
fast immer	13	1,95%
keine Antwort	0	0,00%
Nicht beendet oder gezeigt	505	75,94%
	160	
Feld-Zusammenfassung für NW		
Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte während eines Urlaubs?(Skala von 1 bis 6: 1 = Gar nicht und 6 = sehr wichtig)		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	22	3,31%
2	77	11,58%
3	133	20,00%
4	199	29,92%
5	115	17,29%
6	44	6,62%
keine Antwort	75	0,15%
Nicht beendet oder gezeigt	74	11,13%
	590	
Feld-Zusammenfassung für NU		
Wenn deutlich ersichtlich und der Preis Unterschied nicht zu hoch ist, würden sie eine nachhaltige Unterkunft statt der günstigeren Variante auswählen?		

Antwort	Anzahl	Prozent
nein	18	2,71%
eher nein	71	10,68%
eher ja	304	45,71%
ja	194	29,17%
keine Antwort	78	0,60%
Nicht beendet oder gezeigt	74	11,13%
	587	
Feld-Zusammenfassung für NPA		
Achten Sie während eines Urlaubs darauf, lokale Produkte zu kaufen?		
Antwort	Anzahl	Prozent
nein	41	6,17%
eher nein	93	13,98%
eher ja	272	40,90%
ja	182	27,37%
keine Antwort	77	0,45%
Nicht beendet oder gezeigt	74	11,13%
	588	
Feld-Zusammenfassung für NPS		
Achten Sie während eines Städteurlaubs darauf, lokale Produkte zu kaufen?		
Antwort	Anzahl	Prozent
nein	50	7,52%
eher nein	171	25,71%
eher ja	273	41,05%
ja	90	13,53%
keine Antwort	81	1,05%
Nicht beendet oder gezeigt	74	11,13%
	584	
Feld-Zusammenfassung für Ak		
Welche dieser Aktivitäten haben Sie bei einem Städteurlaub ausgeführt? (mehrere Antworten möglich)		
Antwort	Anzahl	Prozent
historische Denkmäler und Gebäude, Bauten ansehen	543	81,65%
Spazieren und oder Rasten auf einer großen Grünfläche wie Park, Friedhof	522	78,50%
Kulturangebot wahrnehmen (Museen, Theater, Oper, Ausstellungen)	498	74,89%
Gewässer wie einen Fluss, Meer, See, Teich aufsuchen	466	70,08%
Tiere im Zoo oder Tierpark ansehen	300	45,11%
Geführte Stadttour zu Fuß, auf dem Fahrrad oder Segway	299	44,96%
Schwimmen draußen (See, Teich, Meer)	297	44,66%
Parkaktivitäten (Picknick, Ballspiele, Sport)	247	37,14%
Radfahren	237	35,64%
Tiere in freier Wildbahn beobachten	130	19,55%

Kanufahren	43	6,47%
Nicht beendet oder gezeigt	82	12,33%
Feld-Zusammenfassung für GF		
Welche der folgenden Gebiete stellen für Sie Natur in der Stadt da? (mehrere Antworten möglich)		
Antwort	Anzahl	Prozent
Park	564	84,81%
Gewässer wie Fluss, See, Teich	544	81,80%
Botanischer Garten	445	66,92%
Bäume und Sträucher an Straßen und Wegen	330	49,62%
Kleingärten	305	45,86%
Vor- und Hintergärten von Häusern	296	44,51%
Bepflanzung von Gebäuden (an der Wand oder auf dem Dach)	257	38,65%
Tierpark	189	28,42%
Friedhof	141	21,20%
Brachflächen	141	21,20%
Zoo	112	16,84%
Sportplätze (z. B. Fußball)	42	6,32%
Golfplatz	25	3,76%
Deponien	9	1,35%
Nicht beendet oder gezeigt	82	12,33%
Feld-Zusammenfassung für B1		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	70	10,53%
2	130	19,55%
3	120	18,05%
4	61	9,17%
5	51	7,67%
6	41	6,17%
7	45	6,77%
8	16	2,41%
9	6	0,90%
10	11	1,65%
keine Antwort	114	2,71%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
Gesamt	551	
Feld-Zusammenfassung für B2		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	9	1,35%
2	8	1,20%
3	11	1,65%
4	23	3,46%
5	39	5,86%
6	48	7,22%
7	72	10,83%
8	114	17,14%
9	124	18,65%
10	116	17,44%
keine Antwort	101	0,75%

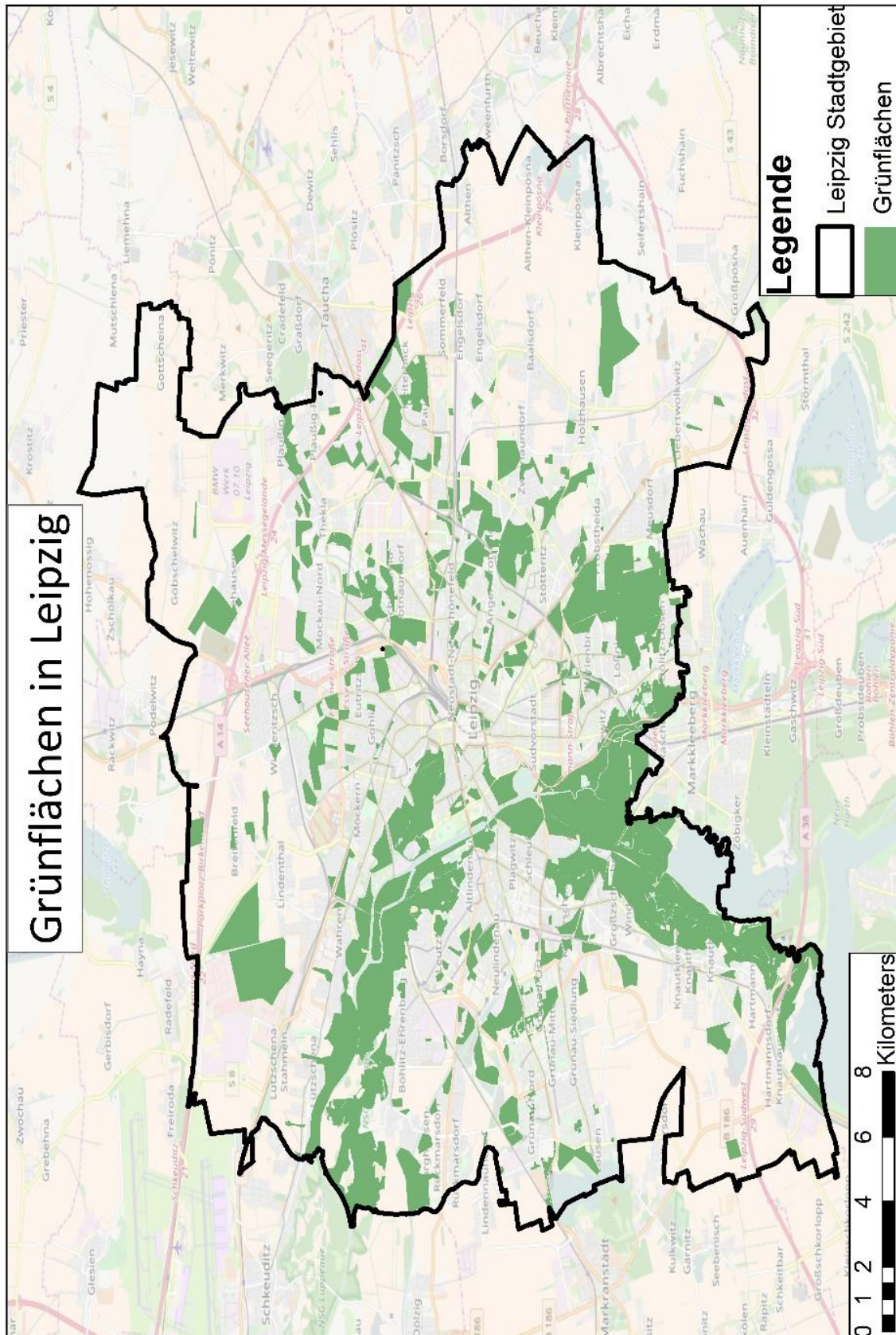
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	564	
Feld-Zusammenfassung für B3		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	8	1,20%
2	14	2,11%
3	27	4,06%
4	40	6,02%
5	73	10,98%
6	56	8,42%
7	74	11,13%
8	91	13,68%
9	84	12,63%
10	83	12,48%
keine Antwort	115	2,86%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	550	
Feld-Zusammenfassung für B4		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	6	0,90%
2	1	0,15%
3	8	1,20%
4	15	2,26%
5	41	6,17%
6	61	9,17%
7	120	18,05%
8	143	21,50%
9	92	13,83%
10	66	9,92%
keine Antwort	112	2,41%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	553	
Feld-Zusammenfassung für B5		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	28	4,21%
2	32	4,81%
3	44	6,62%
4	53	7,97%
5	78	11,73%
6	83	12,48%
7	69	10,38%
8	66	9,92%
9	54	8,12%
10	55	8,27%
keine Antwort	103	1,05%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	562	
Feld-Zusammenfassung für B6		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	7	1,05%
2	5	0,75%
3	2	0,30%
4	16	2,41%

5	29	4,36%
6	59	8,87%
7	81	12,18%
8	133	20,00%
9	110	16,54%
10	101	15,19%
keine Antwort	122	3,91%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	543	
Feld-Zusammenfassung für B7		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	11	1,65%
2	13	1,95%
3	17	2,56%
4	32	4,81%
5	58	8,72%
6	88	13,23%
7	109	16,39%
8	106	15,94%
9	69	10,38%
10	42	6,32%
keine Antwort	120	3,61%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	545	
Feld-Zusammenfassung für B8		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	23	3,46%
2	41	6,17%
3	52	7,82%
4	91	13,68%
5	88	13,23%
6	84	12,63%
7	69	10,38%
8	63	9,47%
9	20	3,01%
10	15	2,26%
keine Antwort	119	3,46%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	546	
Feld-Zusammenfassung für B9		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	5	0,75%
2	1	0,15%
3	0	0,00%
4	3	0,45%
5	9	1,35%
6	16	2,41%
7	42	6,32%
8	80	12,03%
9	160	24,06%
10	222	33,38%
keine Antwort	127	4,66%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%

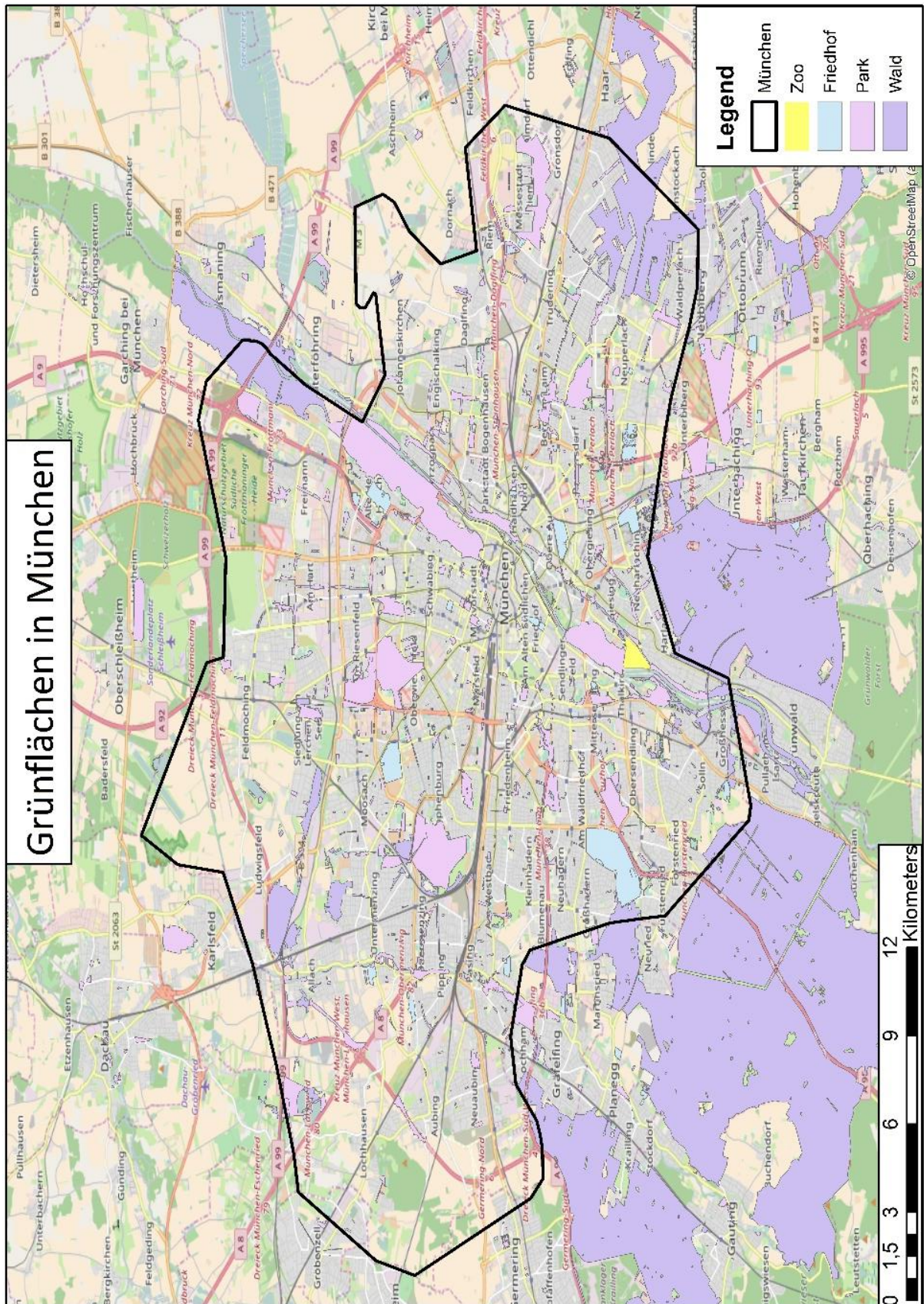
	538	
Feld-Zusammenfassung für B10		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	19	2,86%
2	36	5,41%
3	61	9,17%
4	66	9,92%
5	90	13,53%
6	92	13,83%
7	94	14,14%
8	49	7,37%
9	24	3,61%
10	14	2,11%
keine Antwort	120	3,61%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	545	
Feld-Zusammenfassung für B11		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	7	1,05%
2	5	0,75%
3	13	1,95%
4	21	3,16%
5	42	6,32%
6	51	7,67%
7	90	13,53%
8	129	19,40%
9	85	12,78%
10	100	15,04%
keine Antwort	122	3,91%
Nicht beendet oder gezeigt	96	14,44%
	543	
Feld-Zusammenfassung für uOe2		
Geben Sie bitte Ihre Zustimmung zu der Idee von Ökotourismus in einer Großstadt auf einer Skala von 1-6 an: (1 = Stimme gar nicht zu, 6 = Stimme sehr zu)		
Antwort	Anzahl	Prozent
1	10	1,50%
2	28	4,21%
3	55	8,27%
4	134	20,15%
5	165	24,81%
6	164	24,66%
keine Angabe	109	1,35%
Nicht beendet oder gezeigt	100	15,04%
Gesamt	665	

12.3 Abbildungen in vergrößerter Darstellung

12.3.1 Abb. 35: Grünflächen in Leipzig



12.3.2 Abb. 52: Grünflächen in München



Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken als solche kenntlich gemacht habe. Die Arbeit habe ich bisher keinem anderen Prüfungsamt in gleicher oder vergleichbarer Form vorgelegt. Sie wurde bisher auch nicht veröffentlicht. Ich erkläre mich damit einverstanden, dass die Arbeit mit Hilfe eines Plagiatserkennungsdienstes auf enthaltene Plagiate überprüft wird.
