©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Laufener Seminarbeitr. 3/99 S. 18-22 • Bayer. Akad. Natursch. Landschaftspfl. - Laufen/Salzach 1999

Kleine Schriftenreihe des Tiroler Umweltanwaltes • Heft 16

Landschaftsentwicklung und Tourismus

Raimund RODEWALD

Es war einmal: ...
„Ich habe mich entschlossen, fortan, solange mir von Gott das Leben vergönnt ist, jährlich mehrere Berge oder doch einen zu besteigen, wenn die Pflanzen in ihrer Vollkraft stehen, sowohl ihrer Erkenntnis halber, als auch wegen der edlen Körperübung und geistigen Erquickung (Devalcart, Snow-Rafting). Denn welche Lust und was für Wonne ist es für ein empfängliches Gemüt, die unermesslichen Gebirgsmassen staunend zu betrachten und gleichsam das haupt in die Wolken zu erheben! (CH: 1800 Seilbahnen und Skilifte) Auf unsagbare Weise wird von der ganz überwältigenden erstaunlichen Höhe das Herz berührt und hingerissen zum Gedanken an jene höchsten Baumeister (Alpengolfplätze, le grand sculpteur de la nature). Die Menschen freilich, deren Geist stumpf ist, wundern sich über nichts, verharren untätig daheim und treten nicht hinaus auf die Schaubühne des Weltalls (360 000 Zweitwohnungen überziehen das Land, jede 10. Wohnung eine Zweitwohnung); im winkel bleiben sie versteckt wie die Siebenschläfer den Winter hindurch und denken nicht, dass der menschen Geschlecht mitten in die Welt gestellt ist, um aus ihren Wundern etwas Grösseres, die erhabene Gottheit selbst zu erfassen. So groß ist ihre Stumpfheit, dass sie gleich Schweinen stets zur Erde blicken, nie mit erhobenem antlitz den Himmel betrachten, nie ihren Blick zu den Gestirnen in die Höhe richten. Mögen sie alle im Schlamme sich wälzen, unfähig, sich zu erheben, und ganz nur vom Gewinn und ihren knechtischen Bestrebungen erfüllt: Der Weisheit Jünger aber werden nicht ablassen, mit leiblichen und geistigen Augen die Wunder dieses irdischen Paradieses zu betrachten (das NaturwunderAletschgletscher soll mit neuen Seilbahnen und einer metro erschlossen werden), von denen keineswegs die letzten sin der Berge hochragende, abschüssige Firste und unzugängliche Abgründe, ihrer Flanken himmelanstrebende Wucht, ihre steilen Felsen und schattigen Wälder (Speichersee für Schneekanonen an kleinen Scheidegg: 12.000 Autopneus wurden zur Beschwerung dr Plastikfolie gebraucht, ein „sinnvolles Recycling“ gemäß Kurdirektor).“
Konrad Gessner, 1541. (Übersetzung aus dem Lateinischen)

Zentrale Fragen:
Ab wann wird der sanfte Tourismus zum harten Tourismus?
Wer hört auf die Warner? (Promotor sein ist nicht schwer, Warner sein dagegen sehr)
Wie lässt sich ein nachhaltiger Tourismus planen und wer entscheidet darüber?

INHALT

1. Die Krise des Tourismus - bereits ein „Naturgesetz“?
2. Die ökologische Schlagseite
3. Die (anderen) Pushfaktoren des Tourismus
4. Grundsätze für einen qualitativen Umbau des Tourismus
5. Ein Versuch von Thesen für das NSG Ammergauer Berge/Tiroler Lechtal

1) Die Krise des Tourismus - bereits ein „Naturgesetz“?

Der Tourismus (die Tourismusanbieter wie wir Konsument/innen) steckt in einem tiefen mehrschichtigen Dilemma:

1. Der Konkurrenzkampf bei gleichbleibender Nachfrage wird zu einem Verdrängungskampf
2. Die Tourismuswerbung wird zum Bumerang: Bsp. Billigflugangebote, Snowboardfestivals in den Städten, Tourismusseiten in den Zeitungen präsentieren jedes jahr die neuesten Modehits, die neuesten Bahnen, die neuen Schneekanonen. Das was letztes Jahr noch neu war, löst heute nur noch ein müdes Lächeln aus. Damit wirft der Tourismus sich jedes jahr wieder zum alten Eisen.
3. Intakte Umwelt und Landschaft als Werbeaufhänger wird in der vertechnisierten Freizeitwelt zu einer Farce
4. Die Stadt wird zum Dorf - die Freizeitoase zur Stadt

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

5. „Leitbilder als bewusste Grenzziehung der touristischen Entwicklung sind turbotödlich“ (Günther Aloys, Vordenker von Ischgl)
6. Millionenschwere Investitionen wurden an den Schnee gebunden, der mehr und mehr ausbleibt
7. Trendforscher rufen die totale Virtualisierung der künftigen Freizeitvergnügens aus, die Realität wird letztlich unwichtig

Die Konsumenten wollen schöne Landschaften, das touristische Angebot entwickelt sich aber zum Technorausch

2) Die ökologische Schlagseite
Was haben wir in den letzten Jahrzehnten alles unternommen, um künstliche Ferienparadiese zu schaffen, die es in Tat und Wahrheit gar nicht gibt. Für diesen Zweck werden ganze Landschaften umgestaltet, wobei nicht selten Natur und kulturelle Identitäten, aber auch die Authentizität und die ursprüngliche Atmosphäre verdrängt werden. Der deutsche Erziehungswissenschafter Jürgen Hasse redet im Zusammenhang mit Freizeitlandschaften von Fiktionswelten, welche anstelle der nicht mehr überall landschaftsbildtauglichen realen Welt eine „gereinigte“, d. h. einigermaßen kontrollierbare, künstlich reproduzierte Natur widerspiegeln: So ist die nach der Algenpest ökologisch geschundene Nordsee hinter sicheren Glasscheiben holländischer Centerparcs wieder bildfähig und vor allem katastrophenresistenter als die echte geworden. Das vormalige ästhetische Verhältnis zum Meer erhält dadurch eine neue - nach Hasse - anästhetische Ausprägung. Die Landschaft taugt nur noch als Kulisse, die man wohlbehütet hinter der Scheibe bewundern kann. Die Freizeitwelt wird zu einer Scheinwelt. Gleiches gilt mit dem heutigen Boom von Schihallen.

Die Opfer des Dranges nach aktiver Erholung, Naturerlebnis und Exzentrik bleiben vielfach verdeckt und unbeachtet, als Kehrseite der Freizeit, an die man sich nur ungerne erinnert und schon gar nicht ermahnt werden möchte. Oder denken wir bei der Skiabfahrt durch eine verschneite Waldschneise an die Waldrodungen, die Pistenplanierungen, die Kunstschneeanlagen oder die Parkplätze und Jumbochalets im Tal? Berühren un die ca. 11 000 t Schisportartikel, die jährlich in der Schweiz in den Abfall wandern? Berühren uns die all-samstäglichen Verkehrskollapse noch? (Umfrage bei Hoteliers) So scheinbar gesund Sport und Freizeit sind, so oftmals ungesund sind deren Folgen auf die Umwelt.

Das vermehrte künstliche, ja virtuelle Landschaftserlebnis hat den Vorteil, dass es unsere Mythen der heilen Welt ausserhalb unseres Alltagsdaseins „leben“ lässt. Der Mythos des ländlichen idyllischen Glücks im Berggebiet, der Zufriedenheit der dort in Bescheidenheit lebenen menschen, die den Morast der Städte und Agglomerationen doch so fern sind, verbleibt so wohlbehütet.

Fazit:
Tourismus und Freizeit werden immer mehr zu einem High-Tech-Erlebnis: Futuristische Transportanlagen, „unsichtbare“ großflächige Pistenbeschneiungen, Technoparcs mit DJ’s und Foodcorners sowie Rockkonzerte auf 2000 m Höhe widerspiegeln tiefurbane Fortschrittswerte. Natur und Landschaft werden zu einem virtuellen Hintergrund, wo unsere verklärten Klischees des ländlichen Friedens erhalten bleiben. Die Uniformierung der Tourismusorte fördert letztlich den Tagestourismus und Kurztrips; eine Identifikation des Gastes mit „seinem“ Ferienort findet in der fortschreitenden Anonymität und bei diesem Schnellerlebnis nicht mehr statt.

Aus dieser Betrachtung werden auch die Widersprüchlichkeiten der Gästeumfragen verständlicher: Schöne Landschaft und Natur sind für 9 von 10 Befragten eine zentrale Angebotskomponente. Touristisch bedingte Landschaftsveränderungen, namentlich Ferienhausbau, Pistenplanien, Schneekanonen werden mehrheitlich abgelehnt. Dennoch kann ein perfektes touristisches Infrastrukturangebot den Faktor „schöne Landschaft“ substituieren (P. Messerli 1989). Landschaft wird in das Reich der Kulisse verbannt.

Worin bestehen nun die konkreten ökologischen Probleme des Tourismus:

Tourismus tangiert einen labilen Raum. In Tat und Wahrheit handelte es sich bei früheren agrarischen Nutzungssystemen immer um ein System des nutzungsbedingten Eingriffes (aufgrund ökonomischer Eigeninteressen, vgl. auch Th. Adam 1996) und der oft unmittelbar zu Maßnahmen führenden Rückkoppelung. Im großen Unterschied zu heute hatte die nicht mit fossiler Fremdenergie unterstützte solare bäuerliche Wirtschaftsweise reproduktive Tätigkeiten zur Stabilisierung des Systems integriert, während diese heute „künstlich“, d. h. nicht-systemisch und fremdfinanziert (Direktzahlungen,

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Subventionen) herbeigeführt werden müssen und deshalb zumeist unterlassen werden.
Der Alpenraum ist heute in allen Bereichen (Ökonomie, Ökologie, Kultur) ins Wanken geraten und kaum in einem Teilbereich noch nachhaltig.
Wie bettet sich nun der Sektor Tourismus in die gesamte Berggebietsentwicklung ein? Für die Entwicklung ist der Tourismus nur ein Zweig, entscheidender ist gesamte Berggebietspolitik: Trotz beispielloser Regionalpolitik für die Schweizer Berggebiete (seit den 20er Jahren, vor allem aber seit dem Investitionshilfegesetz IHG von 1974, z. Z. in Revision) ist ein massiver Strukturwandel im gesamten ländlichen Raum auszumachen:
In jüngster Zeit ist eine fortschreitende Agglomerisierung der Berggebiete festzustellen. Verstädterung der Talräume, Sogwirkung durch die großen Zentren und Tendenz zur Deagrarisierung prägen heute in vermehrtem Maße den alpinen Raum. Zwischen 1990 und 1996 wuchs die Bevölkerung im Alpenraum von 13,6 auf 14,1 Mio. Aber 26 % aller Alpengemeinden weisen einen Bevölkerungsrückgang zwischen 1980-96 auf; diese umfassen aber eine Fläche von 41 %. Den größten Zuwachs betreffen Alpengemeinden in Agglomerationsnähe (nicht etwa Tourismusgemeinden).

Die Folgen dieses weitgreifenden Strukturwandels sind absehbar: Die ruralen Regionen werden aufgrund der Verlagerung von wertschöpfungsstarken und höher qualifizierten Arbeitsplätzen in die Zentren weiter benachteiligt, gleichzeitig wachsen die Jugend- und Altersanteile in den ländlichen Gebieten weiter an und belasten den Finanzhaushalt. Es resultieren Auspendlerregionen, sprich Schlafgemeinden, und Tourismusgebiete, die durch zumeist einseitige Strukturentwicklung eine Deagrarisierung und -wie dies der Skitourismus zeigt- eine zunehmend wirtschaftliche Labilität erfahren.
Angesetzt werden muss deshalb weniger beim Tourismus selber, zumal es diesen Adressaten eigentlich gar nicht gibt, sondern bei dessen Pushfaktoren und den volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen, welche das Segensbringer-Image des Tourismus entstehen lassen.
Was passiert, wenn die Landwirtschaft, die Forstwirtschaft, aber auch das regionalspezifische Gewerbe verschwindet? Gerade diese Bereiche nehmen eine regulative Funktion im touristischen Wachstumsprozess ein und tragen zu der relativen ökologischen und sozioökonomischen Stabilität der Dorfkultur und der traditionellen Kulturlandschaft wesentlich bei.

3) Die (anderen) Pushfaktoren des Tourismus
Der ständige quantitative Ausbau von Straßen, Parkplätzen, Zubringerbahnen, die Erweiterung der Skigebiete, die bommenden Golfplätze, die Ankurbelung der Maschinerie des lemmingartigen Auszuges der Massen aus den unwirtlichen Agglomerationen sind letztlich -neben der Wohlstandssteigerung und der Zunahme der Freizeit- eine Folge der scheinbar grenzenlosen Verfügbarkeit von Billigenergie (das 1950er Syndrom).
Die Zersiedelung (Stadtflucht), die hohe Freizeitmobilität, die Intensivierung und Rationalisierung der Landwirtschaft sowie die Aufgabe der regionalen Holzverarbeitung, des Kleingewerbes ist eine Folge der Billigenergie. Als Alternative bleibt dadurch nur der ressourcenbelastende Tourismus.

Als zweiter Pushfaktor ist die Unwirtlichkeit unserer Agglomerationen zu erwähnen. Was früher zur Jugendzeit gehörte, nämlich das Spiel auf der Quartierstraße, in einem Hinterhof oder auf einem Garagenplatz gehört heute weitgehend der Vergangeheit an. In der Grossagglomeration Schweiz fehlt es an öffentlichen Flächen, die frei gestaltet oder bespielt werden können. Spontane Lebensäußerung auf öffentlichen Plätzen wird heute oft unterbunden. Die wenigen öffentlichen Flächen gehören den autos oder sind zu Tode gestaltet wie manche Kinderspielplätze.

Auch die Raumplanung, unser 3. Pushfaktor, konnte die anrollende Stadt in den zu Freizeitgebieten erklärten Landschaften kaum je beeinflussen. Die gesetzliche Verpflichtung, Erholungsräume planerisch festzulegen und diese in das Planungswerk zu integrieren, ist bislang allzu oft gescheitert. Viele klassische Tourismusgemeinden verfügen über keine vollständig aktualisierte Nutzungsplanung. Ein gegenseitiges Aufschaukeln zwischen Verkehrsanlagen, Beherbergungsstruktur und Freizeiteinrichtungen ist nach wie vor festzustellen.

4) Grundsätze für einen qualitativen Umbau des Tourismus
1. Kostenwahrheit beim Energiepreis
2. Flugbenzinbesteuerung
3. Mehr Lebensqualität in unsere Städte und vor allem Agglomerationen
4. Eindämmung des Zweitwohnungsbaus (Bekämpfung der Freigabe von aufgegebenen Ställen und Scheunen zum Umbau in Ferienhäuser)

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

5. Mut zu neuen touristischen Wertmaßstäben/neue Sprache für Werber
6. „Agrarpolitisierung“ des Tourismus: statt Massenprodukte, ökologisch produzierte Nischenangebote
7. Keine Subventionen für landschaftsunverträgliche Infrastrukturen
8. Verzicht auf umweltunverträgliche Infrastrukturen und Angebote (Bsp.skitouristische Neuerschließungen, Heliskiing, Pistenplanien und Speicherseen oberhalb der Waldgrenze, Alpengolfplätze etc.)

5) Ein Versuch von Thesen für das NSG Ammergauer Berge/Tiroler Lechtal

These 1:

Die Tragfähigkeit der Landschaft lässt sich nicht mit Grenzwerten oder Messtabellen ausdrücken!

Wenn Sie Milch im Laden kaufen, so haben Sie ein Verfalldatum. Die Milch kippt um. Auch für die Luftbelastung haben Sie Grenzwerte. Werden diese überschritten, so ist ein Handeln im Prinzip angesagt.
Aber: Landschaft kennt weder einen Grenzwert noch ein Verfalldatum.

Landschaft ist eine typische Querschnittsaufgabe und kann daher a priori nicht über die heute segregierte Politik behandelt werden.

These 2:

Der Erhaltung von Natur und Landschaft ist nicht dem Zufall zu überlassen, sondern aktiv zu planen!

Landschaft wurde als Reststoff gehandelt. Das, was nach Befriedigung unserer Nutzungswünsche übrig bleibt ist Landschaft. Das geht solange gut, bis die scheinbar unendliche Ressource immer knapper geworden ist. In der Schweiz ist es eng geworden. Der Ruf nach Landschaftsschutz ist in diesem Jahrhundert immer stärker geworden.

„Wer die Ruhe will, kommt gar nicht mehr zu uns, sondern geht nach Kanada oder nach Nepal“, sagte jüngst ein Bündner Tourismusdirektor in einem Interview. Tatsächlich ist der Alpenraum bereits stellenweise stark touristisch erschlossen, dass ausser im Hochgebirge kaum noch Gegenden zu finden sind, die im ursprünglichen Sinne „wild“ sind und wo man die Stille der Natur genießen kann. Im 18. Jahrhundert galt die Schweiz im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern eher als unbekannt. Die Forschungsreisen von Leuten wie Josias Simler oder Konrad Gesner, von Jean-Jacques Rousseau und Albrecht von Haller, von Allessandro Volta und Horace-Benedicte de Saussure, der 1760 einen Preis für die Erstersteigung des Mont-Blanc aussetzte, bauten den vorherrschenden abschreckenden Eindruck der Gebirgswelten etwas ab. Seither ist die wilde Landschaft der Schweiz gezähmt und in strenge Baunormen gefasst worden. heute wird gerade von Tourismusseite beklagt, dass den Gästen zuwenig Spektakel geboten werden könne. Daran kann auch das Angebot eines Sprunges am Gummiseil in eine Gletscherspalte nicht hinwegtäuschen.
Eine regionale Planung ist in bezug auf die Individualsportarten anzustreben.

These 3:

Dort, wo große landschaftliche Werte vorliegen, wie in diesem Falle, ist ein touristisches Leitbild auszuarbeiten. Mit diesem Konzept sollte unterschieden werden:

1. Räume, die nicht erschlossen werden sollen (Ruhe- und Wildnisgebiete)
2. Räume, die eine infrastrukturlose touristische Nutzung ertragen
3. Räume, wo gewisse Infrastrukturen bestehen
4. Räume mit der Basisinfrastruktur (Dörfer)
5. Marketing, Einbettung in Gesamtwirtschaft (Landwirtschaft, Natur, Tourismus), Verkehr (öff. Verkehr)

These 4:

Die Gesprächskultur, was die touristische Entwicklung eines Gebietes anbetrifft, ist deutlich zu verbessern! Ein Klima des Vertrauens ist zu schaffen!

An vielen Orten werden die Machtstrukturen eines Ortes in bezug auf die Bau- und Tourismusentwicklung als undemokratisch erachtet. Es herrscht ein negatives Vertrauensklima. Dies haben Umfragen in der Bevölkerung in verschiedenen Orten zum Thema Skitourismus ergeben. Tourismusort als Unternehmung

These 5:

Eine offene Informationspolitik beispielsweise von Seiten der Seilbahnunternehmungen ist Voraussetzung für die Schaffung von Vertrauen. Entscheide über neue Infrastrukturen sowie von größeren Anlässen sind im Rahmen einer lokalen/regionalen Plattformen zu diskutieren.

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

These 6:
Nachhaltige Entwicklung für Raum NSG Ammergauer Berge/Tiroler Lechtal (Vorschlag)
Touristische Entwicklungsplanung (mit ganzer Bevölkerung)
Gebietsdifferenzierung:
- Kerngebiet (herausragende Landschaftsformen, Wasserläufe, einzelne Wälder): Ort der Ruhe und Wildnis, menschliche Nutzung der Regenerationskraft der Natur unterstellt, keine zusätzl. Bauten (auch keine Hütten!) und Anlagen (Klettergärten), keine Bodenveränderungen
- Umgebungsgebiet (alp- und forstwirtschaftlich genutzte Flächen, Bewirtschaftung nach ökolog. Kriterien), Tourismus ist Landwirtschaft untergeordnet, Erholungsverkehr ist zu kanalisieren
- Wohn- und Wirtschaftsgebiet (Dörfer): Regionalmarketing (nachvollziehbare Label Natur-Tourismus-Landwirtschaft), kulturelles Programm (als ergänzendes touristisches Angebot, Lifestyle-Formen: „Wo Aristoteles, Rousseau und König Ludwig noch heute ihre Ferien verbringen würden“), Verkehrsplanung (hier ist spätestens der motorisierte Verkehr abzufangen, ausserhalb höchstens Rufbussystem Einrichtung einer permanenten Tourismus-Plattform, wo Probleme und neue Angebotswünsche öffentlich besprochen werden
- Tourismus soll nur Hilfsfunktion erfüllen, kein Abhängigkeitsverhältnis

These 7:
Entwicklung einers regionalen Naturparkes Ammergauer Berge/Tiroler Lechtal?
Je griffiger das Label umso stärker ist die Abgrenzung zu anderen touristischen Destinationen. Gilt auch für Direktvermarktung und Förderung speziellen Handwerks

Zurück zur Frage: Wieviele Touristen erträgt die Landschaft? könnte daher gleichlauten mit der Frage „Wieviel Tourismus erträgt die Kultur? Wenn die Landwirtschaft nur noch Zulieferant für den Tourismus wird, wenn die dörfliche angestammte Kultur nur noch Etikette und Museum wird, wenn die Landschaft nur noch als austauschbare Kulisse und beliebig möblierbare Unterlage für touristische Modetrends dient, so ist von ausgewogener nachhaltiger Entwicklung keine Spur mehr. Schon Jost Krippendorf hat 1975 geglaubt, es zeichne sich eine neue Reisekultur ab, welche immaterielle Werte, wie Gesundheit, Umwelt, Natur, Wissen, Bildung zunehmend höher gewichtet. Ich meinerseits glaube heute, dass es vor allem an den Anbietern vor Ort und den Vermarktern liegt, die Trends zu bestimmen.

Dr. Raimund RODEWALD
Geschäftsleiter SL
Schweizerische Stiftung für Landschaftsschutz und Landschaftspflege
Hirschengraben 11
CH 3011 Bern

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Die Veranstaltung und vorliegende Broschüre wurden mit Mitteln der Europäischen Union gefördert.

Die mit dem Verfassernamen gekennzeichneten Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber wieder. Die Verfasser sind verantwortlich für die Richtigkeit der in ihren Beiträgen mitgeteilten Tatbestände.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der AutorInnen oder der Herausgeber unzulässig.

Bildnachweis:
Titelbildgestaltung: Josef Heringer unter Verwendung einer Briefmarke der Deutschen Bundespost;
Carl Spitzweg, Der Sonntagsspaziergang (5), Duan Hanson „Plastic-life-tourists“ (23); Josef Heringer „born to be wild ...“ (24); Josef Heringer (24, 25-29, 32, 33, 35,); Christine Gollner (39); Gisela Müller (42, 43); Michael Schödl (46); Strandfoto: Quelle unbekannt (57); Klaus Michor (60-64); Christine Gollner (6, 11, 16, 17, 22, 36, 43, 48, 50, 56, 71, 75)

Das vorliegende Heft erscheint mit entsprechender Numerierung innerhalb der beiden Schriftenreihen:

Laufener Seminarbeiträge 3/99
Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)
ISSN 0175-0852
ISBN 3-931175-50-2

Kleine Schriftenreihe des Tiroler Umweltanwalts, Heft 16

Die Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege ist eine dem Geschäftsbereich des Bayerischen Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen angehörende Einrichtung.

Bearbeitung und Satz: Bernhard Nicolussi Castellan
Redaktionelle Betreuung beim Druck: Dr. Notker Mallach (ANL)
Druck: Fa. Kurt Grauer, 83410 Laufen; Druck auf Recyclingpapier (100% Altpapier)

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: Laufener Spezialbeiträge und Laufener Seminarbeiträge (LSB)

Jahr/Year: 1999

Band/Volume: 3_1999

Autor(en)/Author(s): Rodewald Raimund

Artikel/Article: Landschaftsentwicklung und Tourismus 18-22