

discussion paper

8

Christel Rosenberger-Balz  
Ruggero Schleicher-Tappeser

Perspektiven für einen umweltgerechten Tourismus  
in Südbaden

EURES discussion paper dp-8  
ISSN 0938-1805

1991

EURES  
Institut für Regionale Studien in Europa  
Schleicher-Tappeser KG  
Basler Straße 19, D-79100 FREIBURG  
Tel. 0049/ 761/ 70 44 1-0  
Fax 0049/ 761/ 70 44 1-44

## **Das EURES-Institut**

Ökonomie und Ökologie gehören für uns zusammen.

Eine nachhaltige Entwicklung braucht eigenständigere regionale Strukturen und intensivere europäische Zusammenarbeit.

Wir helfen, Perspektiven zu entwickeln und Ideen in die Tat umzusetzen.

Wir vermitteln. Zwischen Wissenschaft und Praxis, zwischen Ansprüchen und Interessen, zwischen unterschiedlichen Kulturen.

## **Unser Anliegen**

Das EURES-Institut für regionale Studien in Europa ist ein unabhängiges Unternehmen für Beratung und Forschung. Es arbeitet mit vorwiegend sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Methoden für öffentliche und private Auftraggeber. Alle Arbeiten und Ansätze des EURES-Instituts sind durch drei wesentliche Anliegen geprägt:

- Nachhaltige Entwicklung
- Europäische Zusammenarbeit
- Demokratie

Eine verstärkte Beachtung regionaler Strukturen und Besonderheiten in Verbindung mit einer europäischen Perspektive ist in vielen Bereichen die Voraussetzung, um diesen Zielen näher zu kommen.

## **Unsere Arbeitsbereiche**

Das EURES-Institut gliedert sich in zwei Arbeitsbereiche, die sich in diesem Sinne ergänzen:

- Arbeitsbereich Regionalentwicklung
  - Integrierte Regionalentwicklung
  - Tourismus
  - Wirtschaft/ Arbeitsmarkt/ Weiterbildung
  - Unternehmenskooperation und Logistik
- Arbeitsbereich Europäische Umweltpolitik
  - Europäische Umweltpolitik allgemein
  - Güterverkehr
  - Grenzüberschreitende Zusammenarbeit

## **Perspektiven für einen umweltgerechten Tourismus in Südbaden**

Christel Rosenberger-Balz  
Ruggero Schleicher-Tappeser

1991

**EURES**  
Institut für Regionale Studien in Europa  
Schleicher-Tappeser KG  
Basler Straße 19, D-79100 FREIBURG  
Tel. 0049/ 761/ 70 44 1-0  
Fax 0049/ 761/ 70 44 1-44

Das vorliegende discussion paper wurde im Rahmen des Projektes "Perspektiven ökologischer Regionalentwicklung in Südbaden" erstellt. Es stellt ein Kapitel aus dem gleichnamigen Bericht dar (s. Publikationsverzeichnis im Anhang).

## Inhaltsübersicht

1	Tourismus und ökologische Regionalentwicklung: Neue Bündnisse für eine umweltverträgliche Wirtschaftsweise .....	1
1.1	Zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Südbaden .....	2
1.2	Perspektiven des Tourismusmarktes und die Rolle Südbadens .....	7
1.3	"Sanfter Tourismus" .....	12
1.4	Die wichtigsten Handlungsfelder .....	13
1.5	Integrierte Konzepte/ Marketing .....	15
1.6	Neue Bündnisse .....	16
2	Tourismus und Verkehr .....	17
2.1	Die Belastung durch den Straßenverkehr und die Rolle des Tourismus .....	17
2.2	Das öffentliche Verkehrsnetz .....	21
2.3	Handlungsmöglichkeiten .....	21
2.4	Schaffung "autofreier" Gebiete .....	23
2.5	Verbesserung des öffentlichen Transportangebots .....	26
3	Tourismus und Weiterbildung/ Tagungen/ Kultur .....	28
4	Tourismus und Ernährung .....	30
4.1	Landwirtschaft und Gastronomie als Kooperationspartner im sanften Tourismus .....	30
4.2	Kooperationspartner Landwirtschaft und seine Probleme .....	31
4.3	Der Kooperationspartner Gastronomie in Südbaden .....	39
4.4	Touristen als Abnehmer der Produkte des kontrolliert biologischen Anbaus .....	43
4.5	Umsetzungsprobleme .....	44
4.6	Handlungsvorschlag I: Das Nahrungsmittel-Abo "bio-regional" .....	46
4.7	Handlungsvorschlag II: Genossenschaft für Vertrieb und Weiterverarbeitung .....	48
4.8	Handlungsvorschlag III: Die Gastronomieplakette .....	49
	Literatur .....	55



# 1 Tourismus und ökologische Regionalentwicklung: Neue Bündnisse für eine umweltverträgliche Wirtschaftsweise

Die hier vorliegende Untersuchung entstand im Rahmen einer größeren Studie zu den Perspektiven ökologischer Regionalentwicklung in Südbaden<sup>1</sup>. Der Fremdenverkehr - der in Südbaden gewichtiger sein dürfte als der statistisch schwer zu erfassende, aber auch nicht unbedeutende innersüdbadische Tagestourismus - befriedigt nicht unmittelbar regionale Bedürfnisse und kann als eine Art exportorientierter Wirtschaftszweig angesehen werden. Im Falle dieser Region spricht jedoch vieles dafür, daß die Auseinandersetzung mit Perspektiven des Tourismus wesentliches zu einer ökologisch orientierten regionalen Entwicklung beitragen könnte:

- Tourismus in Südbaden ist traditionell naturverbunden, daher läßt sich in der Ausrichtung des Angebots und im Selbstverständnis der Fremdenverkehrswirtschaft an ökologische Fragen anknüpfen.
- Waldsterben und Straßenbau bedrohen im Schwarzwald die Grundlagen des Fremdenverkehrs. An Umweltfragen orientierte Tourismuskonzepte könnten neue politische Bündnisse ermöglichen.

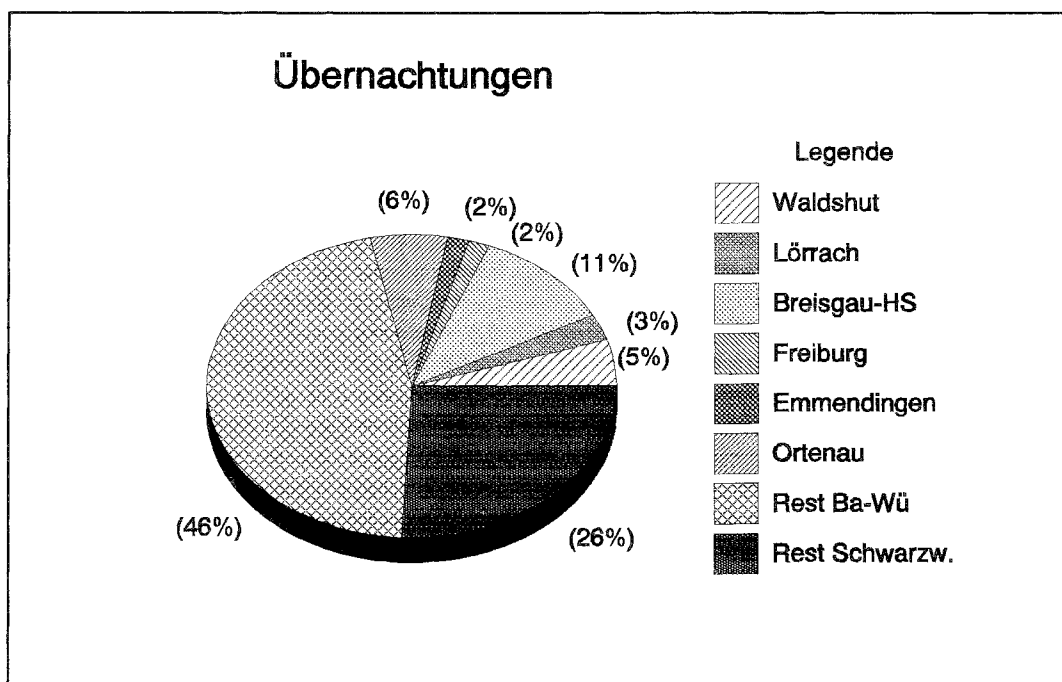


Abb. 1 Übernachtungen in Baden-Württemberg 1988  
Quelle: Stat. Landesamt

- Der Fremdenverkehr ist für Südbaden ökonomisch bedeutsam, und Südbaden (bzw. der Schwarzwald) ist international eine bedeutende Fremdenverkehrsregion. Die touristische Attraktivität ist direkt mit dem allgemeinen Image und der Außendarstellung der Region verknüpft. Auch im Selbstverständnis der Region

<sup>1</sup>Siehe EURES-Report 1: Schleicher-Tappeser / Rosenberger-Balz / Hey: Perspektiven ökologischer Regionalentwicklung in Südbaden, Freiburg 1990.

spielen die Attraktivität von Natur und Landschaft sowie der etwas gemächlichere Lebensrhythmus eine wichtige Rolle.

- Die touristische Attraktivität der Region ist auch für die übrige Wirtschaft, insbesondere den aufstrebenden Dienstleistungssektor, ein zunehmend wichtiges Standortargument.
- Der Tourismus erlaubt einen politisch interessanten und öffentlichkeitswirksamen Zugang zu alltäglichen Lebensbereichen, die sonst fast nur auf lokales Interesse stoßen.

Tourismus ist ein Querschnittsthema, das viele Bedürfnisbereiche berührt. Hier wird Lebensqualität in vielen verschiedenen Dimensionen vermarktet und deshalb auch ausführlich thematisiert. Hier wird besonders deutlich, daß angesichts zunehmender Umweltprobleme sektorale Konzepte alleine nicht viel weiterhelfen. Integrierte Konzeptionen zur Erhaltung der Attraktivität der Region sind notwendig, und sie müssen auch entsprechend dargestellt und entschlossen vertreten werden.

## 1.1 Zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Südbaden

Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen Tagestourismus und Fremdenverkehr mit Übernachtungen. Die Bedeutung des Tagestourismus, der in Südbaden auch viele Gäste aus umliegenden Regionen anzieht, ist statistisch wesentlich schwerer zu erfassen als der Fremdenverkehr mit Übernachtungen.

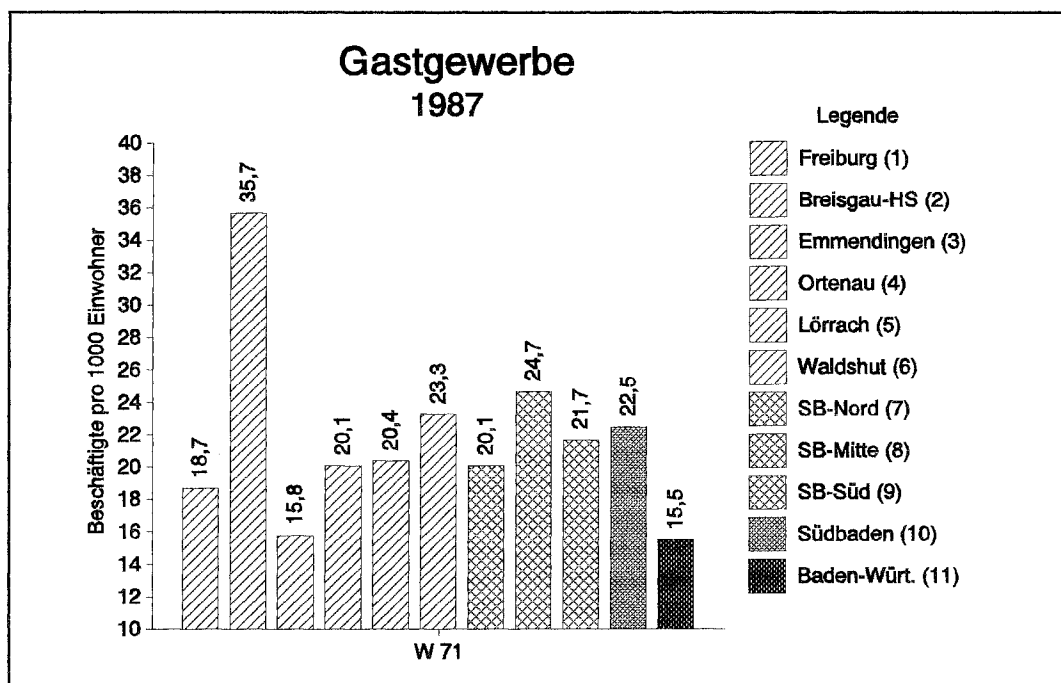
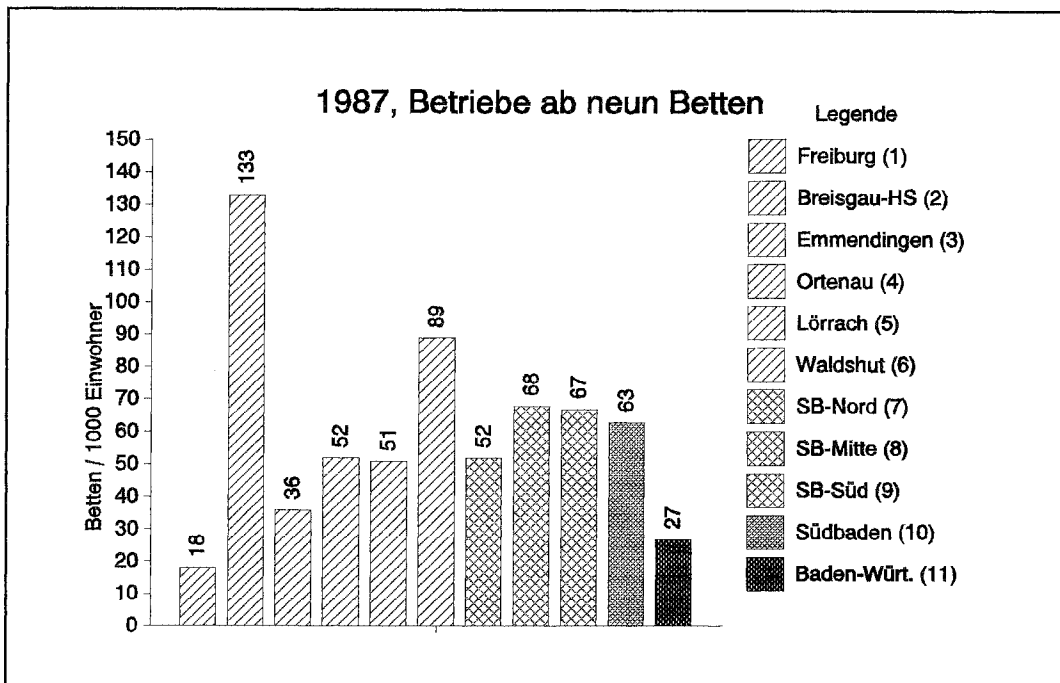


Abb. 2 Beschäftigte im Gastgewerbe  
Berechnung nach Arbeitsstättenzählung 1987

Vom Tourismus profitieren wirtschaftlich unmittelbar vor allem das Gastgewerbe und der Einzelhandel. Dazu kommt die indirekte Nachfrage für eine ganze Reihe weiterer Branchen. Viele Gemeinden in Südbaden, vor allem im Schwarzwald, leben fast ausschließlich vom Tourismus. In der Beschäftigungsstatistik ist die Wirkung des überdurchschnittlichen Tourismus auf den Einzelhandel nur für einzelne Gemeinden



nachweisbar. Im Gastgewerbe zeigt sich jedoch für die meisten südbadischen Kreise ein Beschäftigungsanteil, der deutlich über dem Landesdurchschnitt liegt (siehe Abb. 2).



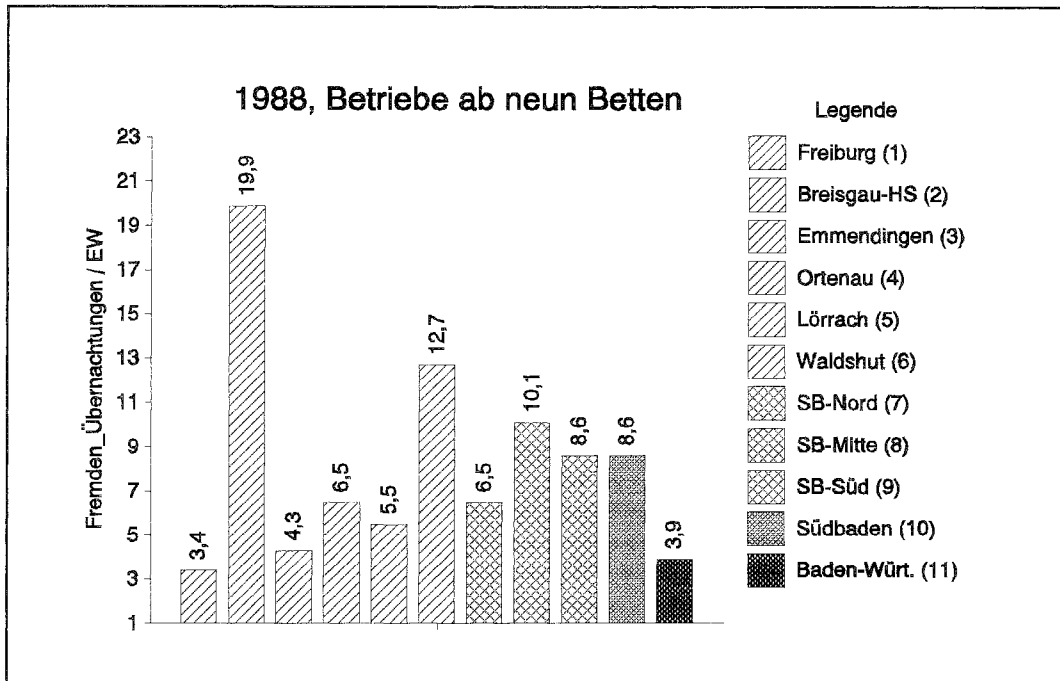
**Abb. 3 Fremdenbetten**  
Statistisches Landesamt, Kapazitätserhebung 1987

Während die Anzahl der Gaststätten und der dort Beschäftigten nicht wesentlich über dem Landesdurchschnitt liegt, zeigt sich die Bedeutung des Fremdenverkehrs besonders am Beherbergungsgewerbe. Sein Umfang läßt sich am ehesten durch die Zahl der Betten und der Übernachtungen charakterisieren. Unglücklicherweise erfaßt die jährlich offiziell erhobene Statistik nur Betriebe ab neun Betten. Sie ergibt für 1988 für Südbaden (EURES-Abgrenzung) mehr als doppelt so viele Fremdenbetten als im Landesdurchschnitt (siehe Abb. 3). Ein ähnlich deutliches Bild ergibt die Anzahl der Übernachtungen pro Einwohner (siehe Abb. 4). Deutlich heraus ragt der Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald mit 19,9 Übernachtungen pro Einwohner im Jahr gegenüber 3,9 im Landesdurchschnitt.

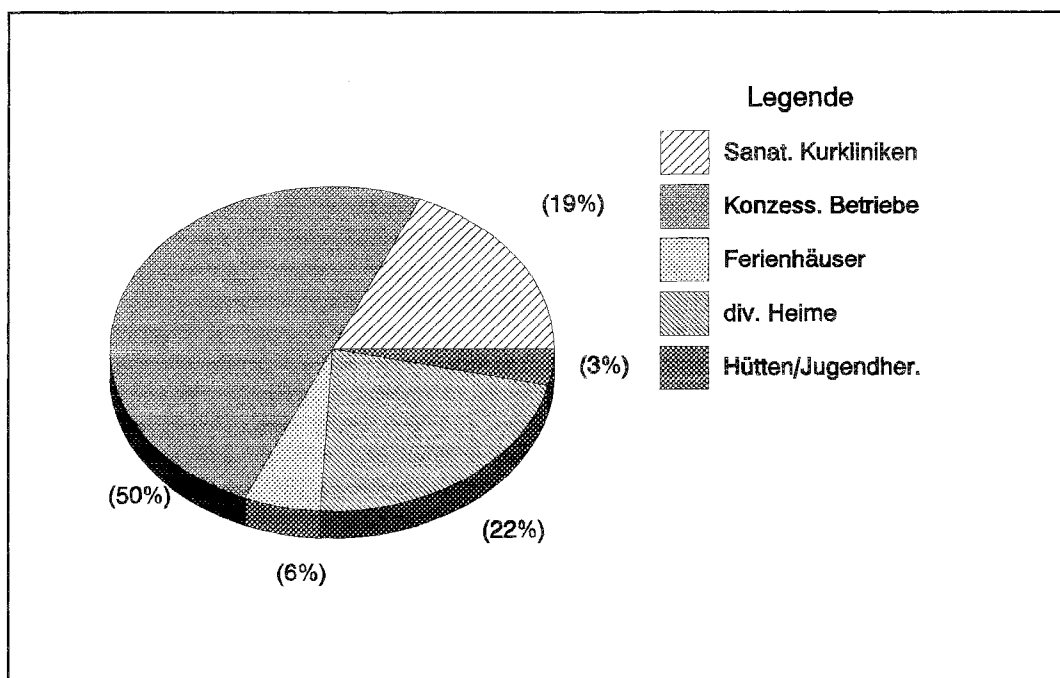
Die bisher angegebenen Zahlen unterschätzen jedoch die Anzahl der tatsächlichen Übernachtungen stark, weil eine beträchtliche Anzahl von Fremdenübernachtungen in Betrieben und Privatunterkünften mit weniger als 9 Betten, sowie auf den nicht mitgezählten Campingplätzen stattfindet. Der Fremdenverkehrsverband Schwarzwald schätzt, daß zu den 20 Mio. statistisch erfaßten Übernachtungen in seinem Gebiet noch einmal rund 9,5 Mio., also 45% dazugerechnet werden müssen (FVV Schwarzwald 1989, S.9). Hinzu kommt außerdem noch eine Dunkelziffer von Nichtmeldungen.

Unterschätzt wird durch diese Zählweise insbesondere auch der Anteil der Ferienwohnungen und Ferienhäuser an den Übernachtungen. Die Zusammensetzung der Beherbergungsarten für das gesamte Reisegebiet Schwarzwald ergibt laut offizieller Zählung einen Anteil der Ferienwohnungen und -häuser von nur 5,7% (siehe Abb. 5). Eine damit allerdings nicht direkt vergleichbare Zählung des Fremdenverkehrsverbandes Hochschwarzwald ergibt hingegen 27% der Übernachtungen in Ferienwohnungen und -häusern sowie 11% in Privatzimmern (siehe Abb. 6).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer differiert stark, je nach dem, ob es sich um einen Kurort, einen Ferienort, oder um ein bevorzugtes Ziel für Kurzurlauber oder Geschäfts-

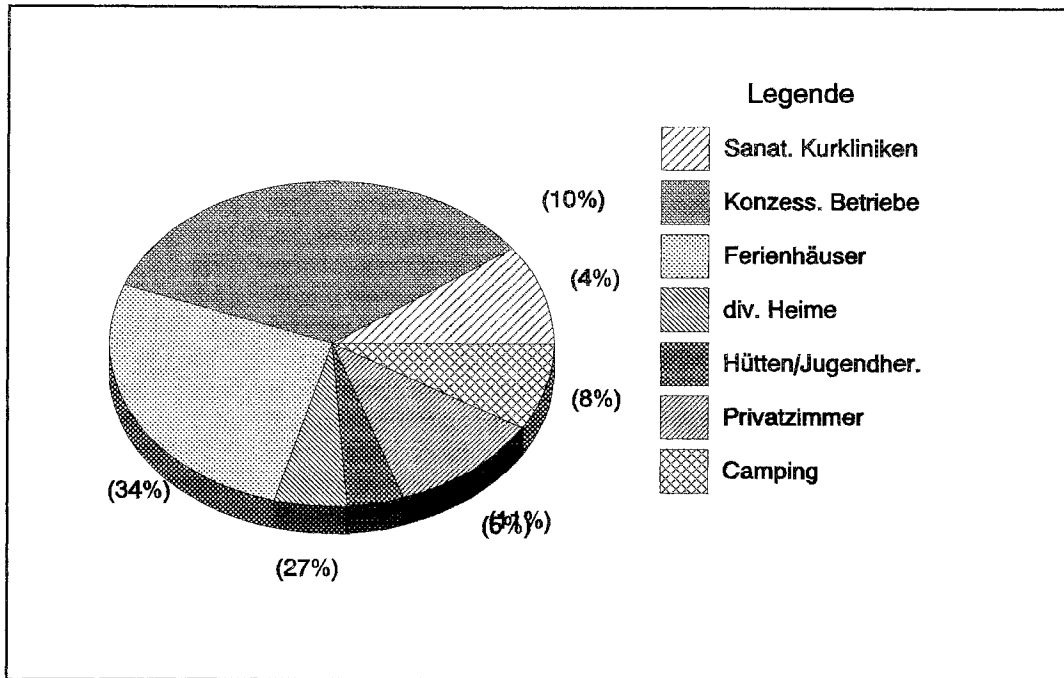


**Abb. 4** Übernachtungen pro Einwohner 1988  
Berechnung aus FVV Schwarzwald 1989

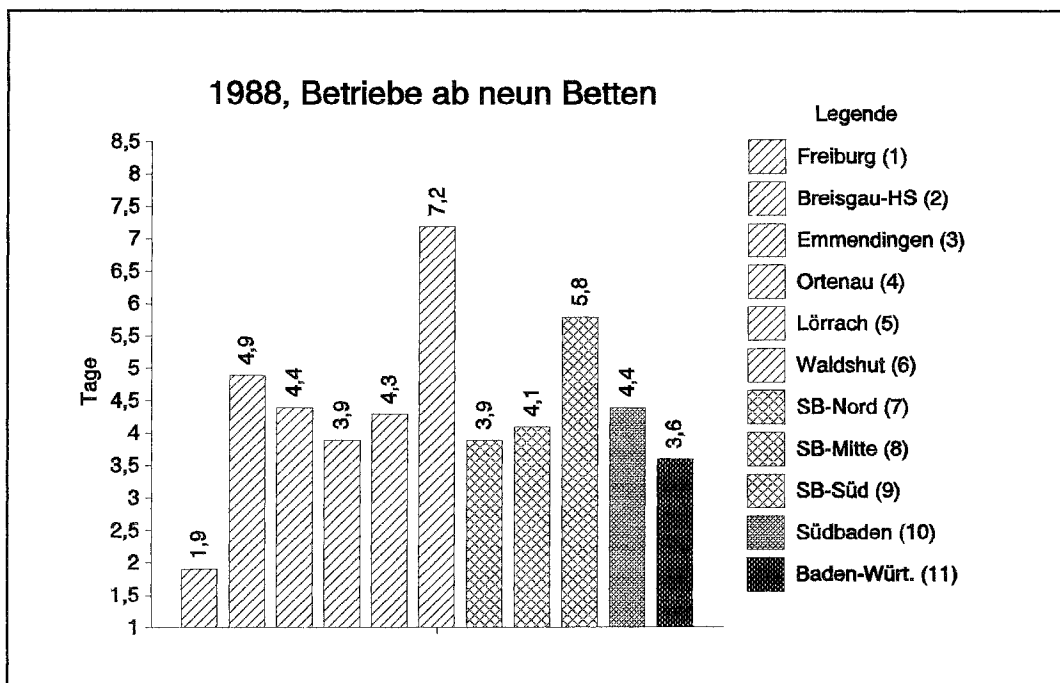


**Abb. 5** Beherbergungsarten Schwarzwald 1988, Betriebe ab 9 Betten  
(Übernachtungen, Quelle: Stat. Landesamt / FVV Schwarzwald 1989)

leute handelt. Abb. 7 zeigt, daß bei weniger als fünf Tagen durchschnittlicher Aufenthaltsdauer im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald der Anteil der Kurzurlauber inzwischen sehr bedeutsam ist. Der hohe Wert für den Kreis Waldshut ist vor allem auf den Kurort St. Blasien zurückzuführen.



**Abb. 6** Beherbergungsarten Hochschwarzwald 1988, alle Übernachtungen (Verkehrsgemeinschaft Hochschwarzwald 1989)



**Abb. 7** Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste 1988 Nach FVV Schwarzwald 1989

Um die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus insgesamt abzuschätzen, wäre wegen der unterschiedlichen Beschäftigungswirkung der Ausgaben eine regionale Input-Output-Analyse notwendig, die die Verflechtungen der verschiedenen Wirtschaftszweige

Output-Analyse notwendig, die die Verflechtungen der verschiedenen Wirtschaftszweige untereinander erfaßt. Für die Region Südbaden existiert keine solche Untersuchung. Für Österreich wurde die Input-Output-Tabelle im Hinblick auf den Tourismus von Smeral (1990, S. 182f) ausgewertet.

Von den touristischen Ausgaben fließen dem Gastgewerbe in Österreich etwa die Hälfte zu. Fast 40% der Gesamtnachfrage entfallen auf fünf weitere Wirtschaftsbereiche: die Nahrungs- und Genußmittelindustrie und der Handel nehmen mit 11% bzw 9% am meisten ein, dann folgen der Verkehr, die Nachrichtenübermittlung und die Erdölindustrie mit etwa je 7%, auf die Textil- und Bekleidungsindustrie entfallen 4,5% der touristischen Gesamtnachfrage. Die Input-Output-Analyse ergibt: 1000 Schilling touristischer Gesamtnachfrage lösen in Österreich eine Wertschöpfung von insgesamt 794 Schilling aus. Knapp 30% davon entfallen auf das Gastgewerbe. Weiter profitieren in absteigender Reihenfolge: der Handel, die Nahrungs- und Genußmittelindustrie, mit einigem Abstand dann Vermögensverwaltung, Land- und Forstwirtschaft sowie Verkehr.

Die Beschäftigungsmultiplikatoren der touristischen Nachfrage übersteigen die des privaten Konsums und sind deutlich höher als die der gesamtwirtschaftlichen Endnachfrage. Dies ist eine Folge der relativ niedrigen Importquote und der relativ niedrigen Arbeitsproduktivität im Gastgewerbe.

Die Resultate für ein ganzes Land wie Österreich sind nicht ohne weiteres auf eine viel kleinere Region wie Südbaden zu übertragen, da um so mehr "importiert" werden muß, je kleiner die räumliche Abgrenzung ist. Das Verhältnis zu anderen Ausgabenarten ist jedoch aufschlußreich. Da die Tourismusstruktur und die gesamte Wirtschaftsstruktur derjenigen Südbadens nicht unähnlich sind, dürfte hier eine bessere Vergleichbarkeit gegeben sein, als bei durchschnittlichen bundesdeutschen Daten.

Aus diesen Untersuchungen folgt, daß die relative wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus weit größer ist, als ein direkter Vergleich der Umsätze im Gastgewerbe mit den Umsätzen anderer Wirtschaftszweige zeigt.

## **1.2 Perspektiven des Tourismusmarktes und die Rolle Südbadens**

### **1.2.1 Bedeutung, Image und Gästestruktur des Reisegebietes Südbaden**

Der Schwarzwald ist eines der wichtigsten Feriengebiete für deutsche Urlauber. Nach Ostbayern/Oberbayern/Allgäu und der Nordsee stand es 1989 mit 4 Prozent der Mittel- und Langzeiturlauber (mindestens 2 Wochen) an dritter Stelle der inländischen Ferienziele (Opaschowski 1989). An den Übernachtungen in Baden-Württemberg hat das Reisegebiet Schwarzwald (zu dem auch die Rheinebene zählt) insgesamt einen Anteil von 54,2% (1988), davon entfällt mit 28,4% über die Hälfte auf Südbaden (EURES-Abgrenzung).

Das Image des Reisegebiets Schwarzwald und ganz besonders unserer Region kann durch folgende Stichworte charakterisiert werden:

- schöne Landschaft, Naturerlebnis,
- Vielseitigkeit, ganzjährige Attraktivität,
- Gesundheit, Heilklima, Kuren, Bäder,
- Wandern, moderater Wintersport,
- Ruhe,
- Genießen, gut Essen und Trinken
- Familienferien,
- Städte und Städtchen, Sehenswürdigkeiten, Tradition

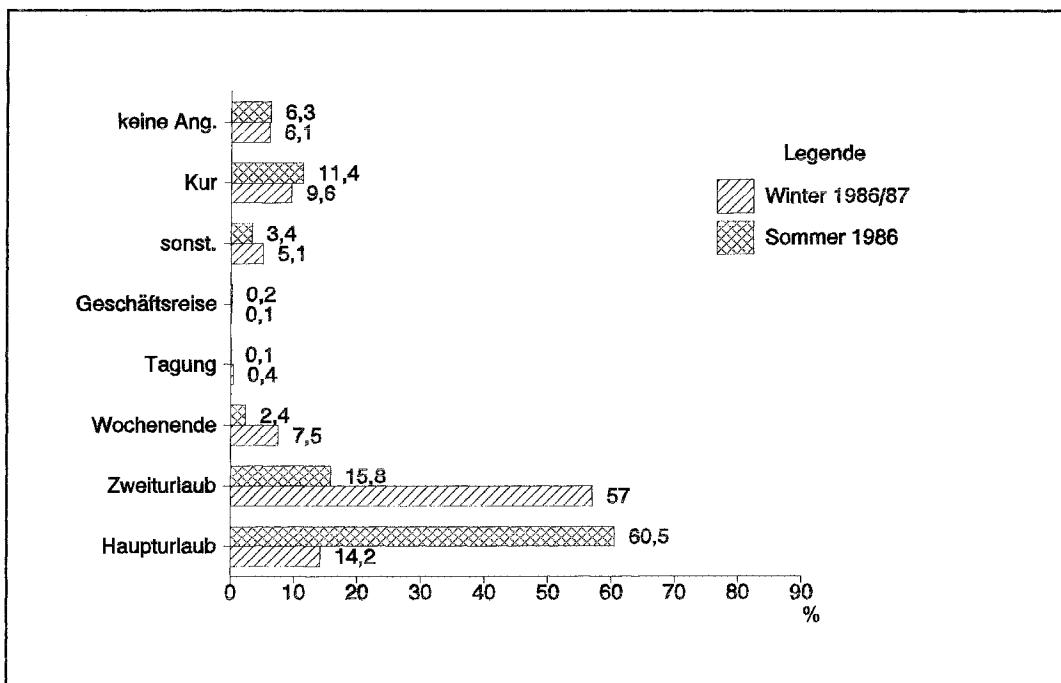
Für die Analyse der Gästegruppen liegt kein sehr ausführliches Material vor. Am ausführlichsten gibt die Statistik die Herkunft der Gäste wieder (Fremdenverkehrsverband Schwarzwald 1988, Übernachtungen):

BRD	89,5 %
Übriges Europa	8,5 %
Übrige Welt	2,0 %
Die wichtigsten Herkunftsländer der ausländischen Gäste sind:	
Niederlande	2,1 %
Frankreich	1,0 %
Schweiz	1,2 %
USA	0,9 %

Ausführlichere Angaben über die Gäste in der Region und ihre Wünsche sind für ein größeres Gebiet nur aus der ausführlichen Gästebefragung im Landkreis Waldshut zu entnehmen (Auctor 1987).

Unter den bundesdeutschen Gästen stellte im Landkreis Waldshut Nordrhein-Westfalen den größten Anteil (28,4%), gefolgt von Baden-Württemberg (17,6%), Hessen (11,3%) und Niedersachsen (11,0 %). Im Winter weichen die Prozentzahlen kaum von den Sommerergebnissen ab, nur tritt hier Rheinland-Pfalz an die Stelle von Niedersachsen. Ähnliche Angaben liegen auch für andere Teilgebiete der Region vor.

Die weitaus größte Gästegruppe ist die der Paare (Sommer 1986 im Landkreis Waldshut: 50,3 %). Die nächstgrößere Gästegruppe sind die Familien mit Kindern (22,1%), dann folgen die Alleinreisenden (17%) und ganz am Ende die Mitglieder von Gruppen (7,2%). Im Sommer und im Winter ist der Anteil dieser Gästegruppen fast identisch.



**Abb. 8 Art der Fremdenaufenthalte im Landkreis Waldshut 1986/87**  
(Gästebefragung der Verkehrsgemeinschaft Südlicher Schwarzwald  
Hochrhein-Hotzenwald e.V. (Auctor 1987))

Besonders interessant für die Identifikation der Zielgruppen ist die in Abb. 8 dargestellte Verteilung der Arten des Aufenthaltes der Gäste. Für Südbaden insgesamt muß diese Verteilung jedoch deutlich anders aussehen. Der Vergleich der durchschnittlichen Aufenthaltsdauern in den Landkreisen (siehe Abb. 7) zeigt einen überdurchschnittlich hohen Wert für den Kreis Waldshut und weist auf einen besonders hohen Anteil von

Kuren und Haupturlaube hin. Auffällig ist der sehr geringe Anteil an Tagungsbesuchern und Geschäftsreisenden.

In der hier zitierten Gästebefragung, die als Pilotprojekt vom Land Baden-Württemberg gefördert wurde, fällt auf, daß Fragen zu Umweltproblemen in der Region und umweltrelevanten Aspekten des Fremdenverkehrs gänzlich fehlen - außer der nach der Verkehrsmittelwahl bei der Anreise.

### **1.2.2 Allgemeine Trends im Fremdenverkehr**

Die für Südbaden relevanten allgemeinen Trends im Fremdenverkehr lassen sich kurz durch folgende Punkte charakterisieren:

#### **Wachsendes Umweltbewußtsein**

Verschiedene Umfragen belegen eine wachsende Aufmerksamkeit und Empfindlichkeit der Touristen für Umweltfragen. Bei der Reisebefragung 1987 erhoben gut 60% der Befragten Vorwürfe wegen geschädigter Umwelt. 1989 gaben 40% als Reisemotiv die Flucht vor Umweltverschmutzung an und das Motiv "Natur erleben" stieg von 40% im Jahr 1985 auf 59% im Jahr 1989 an. 1989 beanstandete 52% der Urlauber abgestorbene Bäume, 14% die verbaute Landschaft und 13% Lärmbelästigungen.<sup>2</sup> Nach einer Umfrage des B.A.T. Freizeitforschungsinstituts haben sich 1989 25% der Befragten vor ihrer Reiseentscheidung eingehend über die Umweltsituation am Zielort eingehend informiert und 22% von diesen, also 5,5% sind daraufhin "woanders hingefahren". Bei den für den Schwarzwald besonders wichtigen Zielgruppen "Paare", bzw. "Familien mit Kindern" haben sich über 9% umentschieden. 1988 hatten so gerechnet insgesamt erst 3,7% ihr Reiseziel geändert.<sup>3</sup>

Die Bedeutung des Umweltaspekts für den Reisemarkt ist auch daran zu erkennen, daß zunehmend spezialisierte kleine Anbieter besonders umweltfreundliche Urlaubsangebote anpreisen (zum Marketing siehe auch weiter unten).

#### **Abflachende Zunahme der Reiseintensität**

Der Studienkreis für Tourismus in Starnberg kommt durch seine Umfragen zum Schluß, daß die Reiseintensität der Bundesdeutschen, das heißt der Prozentsatz von Personen, die mindestens eine Urlaubsreise unternommen haben, in den letzten Jahren weiter leicht zugenommen hat:

Gleichzeitig hat also der Anteil der Auslandsreisen zugenommen. Langfristige Prognosen, wie die der Lufthansa, sehen eine drastische Zunahme der Fernreisen voraus. Für den Inlandurlaub bleibt häufig der Zweit- und Kurzurlaub übrig. Die Reisetätigkeit im Inland flacht deutlich ab, von vielen Experten wird gar ein Rückgang prognostiziert, daher bemühen sich die Fremdenverkehrsverbände zunehmend um ausländische Gäste (siehe z.B. Verkehrsverband Hochschwarzwald 1990).

---

<sup>2</sup>Reisebefragungen des Studienkreises für Tourismus, Starnberg; Vortrag von Hamele am "Forum Sanfter Tourismus" am 5.7.1990 in Todtmoos.

<sup>3</sup>siehe Opaschowski 1990, S.25

	1986	1987	1988	1989
Reiseintensität	57,0 %	64,6 %	64,9 %	66,8 %
Urlaubsreisen	27,5 Mio	31,1 Mio	31,6 Mio	32,6 Mio
Inlandsanteil	34,4 %	30,9 %	31,3 %	30,7 %
Inlandsreisen	11,2 Mio	11,6 Mio	12,6 Mio	13,0 Mio

Anteil der Bundesbürger, die mindestens einmal im Jahr eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen unternommen haben.

**Tab. 1 Reiseintensität der Bundesbürger**

(Studienkreis für Tourismus Starnberg 1990, nach Verkehrsgemeinschaft Hochschwarzwald 1990)

### **Polarisierung des Tourismusmarktes**

Auf einen viel beunruhigenderen Trend weist aufgrund seiner Umfragen das B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut hin (Opaschowski 1990, S.8ff): Die Zahl der Bundesbürger, die sich einen mindestens zweiwöchigen Urlaub leisten, sinkt. Dies hat vor allem ökonomische Gründe. Viele Rentner und Kinder mit Familien können sich einen längeren Urlaub einfach nicht mehr leisten. Die Urlaubskosten sind stärker gestiegen als die Lebenshaltungskosten. Gleichzeitig nimmt bei den besserverdienenden Teilen der Bevölkerung der Trend zum Zweit- und Dritturlaub zu. Der Tourismusmarkt polarisiert sich.

Für manche Fremdenverkehrsregion liegt die Versuchung nahe, mit weniger Gästen, die jedoch mehr zahlen, ein besseres Geschäft zu machen. Besonders dort, wo durch den Massenandrang von Touristen Umweltprobleme entstanden sind, die das Geschäft ernsthaft beeinträchtigen, wie z.B. an den italienischen und spanischen Küsten, überlegt man sich, oder ist schon dabei, die Zahl der Gäste deutlich zu reduzieren und sich dafür auf besserverdienende Schichten umzuorientieren. Die sozialen Konsequenzen solcher Strategien sind nicht wünschenswert. Dieter Kramer (1990) plädiert deshalb dafür, den Zugang zu touristisch attraktiven Gegenden nicht nur über den Preis, sondern wieder stärker über Verbands- und Vereinszugehörigkeit zu regeln - ein Vorschlag, der uns nur sehr begrenzt praktikabel erscheint, da das individuelle Freiheitserlebnis beim Reisen eine sehr große Rolle spielt, und die Bereitschaft, sich in Vereinen zu organisieren, eher zurückgeht.

### **Zunehmende Kurzreisen**

Die verschiedenen bisher genannten Trends laufen alle auf eine Zunahme der Kurzurlaube hinaus. Dies drückt sich in der stetigen Abnahme der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer aus. Kurzurlauber geben durchschnittlich pro Tag mehr aus und sie legen Wert auf eine gute Erreichbarkeit des Reiseziels. Besonders viele Kurzurlauber kommen in den Schwarzwald aus dem unmittelbar benachbarten mittleren Neckarraum. Kurzurlaube konzentrieren sich weniger auf die Hauptreisezeiten, sondern werden, besonders als Zweit- und Dritturlaub, eher auch einmal zwischendurch unternommen - das verbessert die Auslastung in diesen Zeiten. Auf der anderen Seite verstärkt sich hierdurch die Tendenz zu Wochenendspitzen.

## Wachsende Bedeutung der Ferienwohnungen

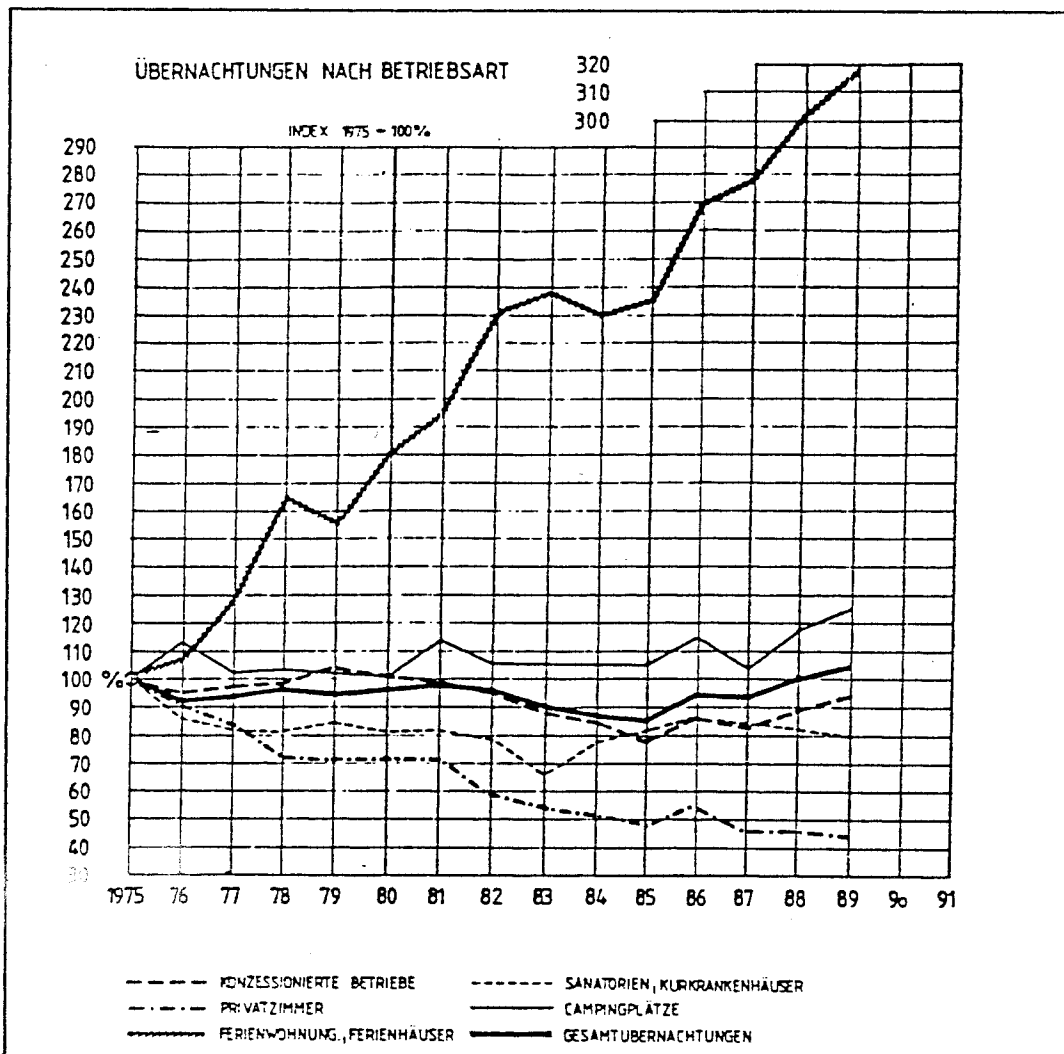


Abb. 9 Übernachtungen nach Betriebsart im Hochschwarzwald  
(Verkehrsgemeinschaft Hochschwarzwald 1990, 11)

Wie in verschiedenen anderen Ferienregionen ist auch im Schwarzwald die zunehmende Tendenz zu Ferienwohnungen sehr ausgeprägt (siehe Abb. 9). Gäste in Ferienwohnungen nehmen pro Übernachtung deutlich weniger Dienste der Region in Anspruch und tragen deshalb weniger zum regionalen Sozialprodukt bei. Nicht selten bringen Ferienwohnungsgäste sogar einen beträchtlichen Teil ihrer Verpflegung von zu Hause mit. Im Extremfall können Ferienhausgäste sogar einen negativen wirtschaftlichen Effekt auf die Region haben, indem sie kaum zur Nachfrage in der Region beitragen, dafür aber die Infrastruktur und die Umwelt deutlich belasten (vor allem Verkehr).

### 1.2.3 Konsequenzen für Südbaden

#### Priorität für Umwelt und Gesundheit

Die Grundlage der Attraktivität dieses Fremdenverkehrsgebietes darf nicht zerstört oder langfristig untergraben werden. Höchste Priorität muß daher der Erhaltung und



Verbesserung der Umweltqualität in der Region gegeben werden. Von vielen Seiten ist dies bereits erklärt worden, und vieles wurde in dieser Hinsicht auch schon unternommen. Doch fehlt es oft entweder an einem tieferen Verständnis der Umweltprobleme oder an Entschlossenheit und Phantasie bei der Einleitung geeigneter Maßnahmen. Der Tourismus ist durchaus oft Verursacher von Umweltschäden, darüber wird viel geredet, und deshalb meiden die Tourismus-Verantwortlichen oft gern dieses Thema. Gerade in Südbaden, wo kaum alpiner Skizirkus oder andere besonders zerstörerische Tourismusformen zu finden sind, ist der Tourismus in Sachen Umwelt auch zu den Geschädigten zu rechnen. Auf viele Umweltschädigungen, die von Dritten verursacht werden, hat der Tourismus kaum Einfluß. Doch könnten auch hier Anstöße gegeben werden. Die wichtigsten Probleme für die Umwelt in den Reisegebieten sind der private Straßenverkehr und auch die Entwicklungen in der Landwirtschaft.

### **Familien nicht vernachlässigen**

Eine Konzentration auf den Hochpreistourismus für gutverdienende Kurzturlauber ist besonders aus sozialen Gründen nicht wünschenswert. Besonders auch für Familien mit Kindern sollte ein preiswertes Angebot aufrechterhalten werden - nicht nur im Ferienwohnungsbereich. Dies entspricht der Tradition der Ferien im Schwarzwald und ist langfristig auch wirtschaftlich von Vorteil: Südbaden ist kein Gebiet für spektakuläre Erlebnisferien - Ruhe, Naturerfahrung und Gesundheit stehen im Vordergrund. Gäste, die diese Region lieben und immer einmal wieder kommen sind wichtig, daher ist es nicht unwichtig, daß auch Kinder und junge Leute diese Region kennenlernen können. Hahne (1989, S.28) weist darauf hin, daß die Familien mit 44,4% immer noch das größte Reispotential ausmachen.

### **Regionale Wertschöpfung erhöhen**

Wenn die Urlauberzahlen kaum zu steigern sind, und die Preise moderat bleiben sollen, dann scheint auf den ersten Blick der Beitrag des Fremdenverkehrs zur regionalen Wirtschaft zur Stagnation verurteilt. Aus umwelt- und sozialpolitischen Gründen mögen viele das auch für erstrebenswert halten. Einen Ausweg stellt jedoch die Möglichkeit dar, in verschiedenen Bereichen dafür zu sorgen, daß das Geld, das die Fremden in der Region ausgeben, weniger schnell nach außen abfließt und vermehrt für Güter und Dienstleistungen aus der Region ausgegeben wird. Kurz, es sollte angestrebt werden, die Wertschöpfung und die indirekten regionalen Beschäftigungseffekte des Fremdenverkehrs zu erhöhen. Zwei Beispiele: Wenn Ferienhausurlauber ihre Lebensmittel vorwiegend aus der regionalen Landwirtschaft beziehen, anstatt sie im Supermarkt zu kaufen oder gar von zu Hause mitzubringen, so hat die Region (abgesehen von allen anderen Effekten) wirtschaftlich mehr davon. Fahren die Urlauber Bus anstatt Auto, so fließt das dafür ausgegebene Geld zu einem beträchtlichen Teil in Löhne bei den regionalen Transportunternehmen anstatt an außerregionale Mineralölfirmen oder Autohersteller.

### **Tagungen und Geschäftsreisen fördern**

Eine weitere Möglichkeit ist, neue Gästegruppen besonders für schwach ausgelastete Zeiten zu finden. Es fällt auf, daß der Tagungstourismus in den Werbeanstrengungen der Verkehrsverbände außer in einigen großen Orten eine eher unwesentliche Rolle spielt. Dabei spielt die Attraktivität von Tagungsorten auch für kleine und kleinste Veranstaltungen eine zunehmend wichtige Rolle. Diese Gäste könnten die Auslastung durch Urlauber zeitlich sehr gut ergänzen.

### 1.3 "Sanfter Tourismus"

Seit einigen Jahren macht ein Schlagwort die Runde: "Sanfter Tourismus". Von einigen als Patentrezept herbeigewünscht und mit wohlgemeinten Definitionsversuchen bedacht, ist dieses Stichwort zum Sammelbegriff für die verschiedensten Formen kulturell und ökologisch angepaßteren Reisens geworden. Ihren Ausgang nahm die Diskussion um "sanften Tourismus" vor allem bei den kulturell und entwicklungspolitisch problematischen Aspekten von Reisen in fremde Länder, vor allem in die Dritte Welt. So beschäftigen sich auch neuere Publikationen (z.B. der interessante Sammelband Ludwig/Has/Neuer 1990) vorwiegend mit dem Ferntourismus, was angesichts des Anstiegs der Auslandsreisen durchaus auch gerechtfertigt ist. Als einer der ersten engagierte sich Jost Krippendorf in der Schweiz öffentlichkeitswirksam für einen anderen, sanfteren Tourismus in unseren Breitengraden<sup>4</sup>.

Seit 1985 im Allgäu der vielbeachtete "Bierenwanger Aufruf" verabschiedet wurde, trifft sich eine wachsende Zahl von Interessenten jedes Jahr auf Einladung der Naturfreundejugend zu den "Allgäuer Gesprächen zum Sanften Tourismus"<sup>5</sup>. Dieser Gesprächskreis hat in der Bundesrepublik wesentlich zur Verbreitung des Begriffs "Sanfter Tourismus" beigetragen.

Eine ganze Reihe von Organisationen befasst sich in der Bundesrepublik mit "sanfterem" Tourismus. Erwähnenswert ist die Arbeitsgemeinschaft "Tourismus mit Einsicht", in der sich verschiedene Organisationen zusammengeschlossen haben.<sup>6</sup> Von praktischer Bedeutung könnte das Projekt "ECOTRANS - Ein Europäisches Dokumentations- und Informationsnetz zum Thema Tourismus und Umwelt" werden, das vom Starnberger Studienkreis für Tourismus in Zusammenarbeit mit einer holländischen Institution aufgebaut wird.<sup>7</sup>

In der Praxis besonders weit in Bezug auf die Entwicklung eines konsequenten sanften Tourismus ist man in Österreich. Hier ist besonders auf die Österreichische Arbeitsgemeinschaft für Regionalentwicklung ÖAR hinzuweisen, die eine große Anzahl von sanften Tourismusprojekten initiiert und gefördert hat. Diese Bedeutung österreichischer Beispiele spiegelt sich auch in den Angeboten spezialisierter Reiseveranstalter wieder.<sup>8</sup>

Inzwischen werben viele, auch große Reiseveranstalter für Angebote mit der Bezeichnung "Sanfter Tourismus". Da hier unter falschem Etikett auch viel Fragwürdiges vermarktet wird, gibt es immer wieder Bestrebungen, diesen sehr allgemeinen Begriff genauer zu definieren und Kriterienkataloge aufzustellen. Dies scheint uns jedoch angesichts der Breite der Problemstellungen beim Reisen und der Verschiedenartigkeit der lokalen und regionalen Bedingungen in der Praxis wenig aussichtsreich. Nützlicher ist es wohl, für bestimmte Aspekte touristischer Angebote und bestimmte Regionen Kriterien und Gütesiegel zu entwickeln, die unter Umständen auch zusammengefaßt werden können. Damit kann trotz Gästen mit sehr verschiedenartigen Ansprüchen und trotz sehr unterschiedlicher regionaler Bedingungen ein hoher Grad an Transparenz und Überschaubarkeit gewährleistet werden. Zudem wird es notwendig und sinnvoll sein, die Güte-Kriterien mit der Zeit zu verändern und zu verschärfen.

---

<sup>4</sup>Krippendorf 1975, Krippendorf u.a. 1982, 1988

<sup>5</sup>Zu den Gesprächen erscheint jeweils eine Dokumentation. Siehe zuletzt Naturfreundejugend 1989.

<sup>6</sup>Arbeitsgemeinschaft Tourismus mit Einsicht c/o Herbert Hamele, Hadorfer Str. 9b, D-8130 Starnberg.

<sup>7</sup>Informationen bei Studienkreis für Tourismus e.V. Herbert Hamele, Dampfschiffstr. 2, D - 8130 Starnberg

<sup>8</sup>siehe z.B. das Angebot von "Bewußt Reisen", Berner Str. 37, 2000 Hamburg 73

## 1.4 Die wichtigsten Handlungsfelder

Mit dieser Untersuchung sollen nicht nur allgemeine Handlungsempfehlungen für den politischen Bereich gegeben, sondern auch konkrete Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt werden, für die sich die verschiedensten Akteure der Region, insbesondere auch Unternehmer und Verbände, einsetzen könnten. Den Verbänden und der Politik kommt neben eigenen Initiativen die Rolle zu, verschiedenste Anstöße und Bestrebungen zusammenzufassen und zu unterstützen. Für die Kommunalpolitik, die verschiedenen Verbände, und mit etwas anderen Akzenten auch für die Betriebe, sind die dringlichsten Handlungsfelder unseres Erachtens die folgenden:

### **Verkehr**

Sowohl der Tagestourismus als auch der Fremdenverkehr führen zu großen Belastungen durch den Straßenverkehr. Sie stören die Gäste unmittelbar, verschlechtern weiträumig die Luftqualität und führen darüberhinaus zu schweren Wald- und anderen Umweltschäden, die den Fremdenverkehr mittelfristig ernsthaft bedrohen. Die öffentliche Verkehrsinfrastruktur für den Tourismus könnte sehr stark verbessert werden (Beispiele u.a. in der Schweiz). "Autofreie Ferien" könnten durchaus ein Werbeargument sein. Dazu sind nicht nur einschränkende Maßnahmen, sondern integrierte Verkehrskonzepte notwendig. Mit einer eindeutigen Prioritätensetzung für umweltfreundliche Transportmittel könnten die Fremdenverkehrsregionen ihre ambivalente Haltung zu weiteren Straßenbauten klären und sich glaubwürdiger gegen die ihnen von außen aufgezwungenen Verkehrsbelastungen wehren.

### **Kurswesen / Tagungen / Kultur**

Neben den Urlaubern tragen Kursteilnehmer, Kongreßbesucher, Sprachschüler etc. stark zum Fremdenverkehr in der Region bei. Sie tragen zu einer gleichmäßigeren saisonalen Auslastung bei, sind wichtige Werbeträger für die Region, ihre Produkte und Dienstleistungen und bringen vor allem auch eine kulturelle Bereicherung. In einer "ökologischen Modellregion" käme der anschaulichen Weiterverbreitung von Erfahrungen und Erkenntnissen eine besondere Bedeutung zu. Einrichtungen wie die geplante Umwelt-Akademie könnten hier eine wichtige Rolle spielen. In der heftigen Auseinandersetzung um die "Kultur- und Tagungsstätte" (KTS) in Freiburg wurde der Komplex Tourismus/ Weiterbildung angesprochen - eine Vorstellung von seiner kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Bedeutung und von seinen verschiedenartigen Entwicklungsmöglichkeiten nicht nur in der Stadt, sondern auch in kleinen Ortschaften, gibt es jedoch bislang kaum in Ansätzen.

### **Landwirtschaft / Ernährung**

Badischer Wein und badische Eßkultur spielen für den Tourismus in der Region eine nicht unwichtige Rolle. Das Angebot der Landwirtschaft in Südbaden ist außerordentlich vielfältig. Sonne und Naturverbundenheit sind eine wichtige Komponente des Images von badischem Essen und Trinken. Zudem ist der Schwarzwald-Tourismus teilweise stark auf Gesundheit orientiert (Sport, Kuren, Kurse im Gesundheitsbereich). Es bietet sich daher an, hochwertige, ökologisch produzierte, gesunde Ernährung zu einem wichtigen Angebot des badischen Tourismus zu entwickeln. Dazu können besondere Formen der Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Nahrungsmittelgewerbe und Gastronomie entwickelt werden. Auf der anderen Seite kann auf diese Weise eine umweltschonende, bäuerlich orientierte ökologische Landwirtschaft in der Region gefördert werden, die zur Erhaltung der Lebensqualität und des Landschaftsbildes beiträgt.

## Bauwesen

Die Identität, die Unverwechselbarkeit, der ästhetische Reiz einer Region drücken sich nicht zuletzt in ihren regionalen Baustilen und in der Verwendung regionaler Baustoffe aus. Dies ist in den letzten Jahren zunehmend erkannt, wenn auch nicht immer mit Gespür und oft nur oberflächlich befolgt worden. Die notwendige Weiterentwicklung alter Stile und Techniken darf nicht verwechselt werden mit dem Einsatz umweltbedenklicher Materialien aus industrieller Massenproduktion zur oberflächlichen Imitation alter Formen. Aus gesundheitlichen und ökologischen Gründen sollten baubiologische Prinzipien stärker berücksichtigt werden. Ähnlich wie gesunde und umweltbewußte Ernährung wird eine gesunde und umweltbewußte Bauweise im Fremdenverkehr vermutlich eine wachsende Rolle spielen. Wegen langfristiger Investitionen muß im Baubereich jedoch vorausschauend in wesentlich längeren Zeiträumen gedacht werden.

Die Handlungsmöglichkeiten sind in allen Bereichen sehr vielfältig. Neben ökologischen und gesundheitlichen Gründen und dem Marketingaspekt für die Fremdenverkehrswirtschaft sollten die regionalökonomischen Vorteile von ernsthaften Maßnahmen in diesen Bereichen nicht übersehen werden: Der verstärkte Einsatz von regionalen Produkten und der mittelfristige Aufbau von leistungsfähigen regionalen Versorgungs- und Dienstleistungsstrukturen senkt den Anteil der Fremdenverkehrseinnahmen, die für externe Leistungen abfließen und der Region selber nicht zugute kommen. Hinzu kommt der schwer quantifizierbare Werbeeffekt bei den Gästen für die verwendeten Produkte aus der Region.

In den folgenden Kapiteln werden die Bereiche Verkehr, Kurswesen/Tagungen/Kultur, und vor allem Ernährung näher untersucht.

## 1.5 Integrierte Konzepte/ Marketing

Wegen massiver Umweltschädigungen vor allem in den Alpen und an den Mittelmeerküsten sind die Verantwortlichen für den Tourismus in den letzten Jahren zunehmend scharf und oft berechtigterweise angegriffen worden. Im Fall des Schwarzwaldes, wo keine besonders umweltintensiven Sportarten dominieren und die Verbauung der Landschaft zumindest nicht so schlimm ist wie in manchen anderen Gegenden, treffen diesbezügliche Vorwürfe nur bedingt zu. Trotzdem fühlen sich auch die hiesigen Fremdenverkehrsverantwortlichen, was Umweltfragen angeht, in der Defensive. Probleme werden verharmlost oder totgeschwiegen. Dabei wird ein großer Teil der gravierenden Probleme, die den Fremdenverkehr in dieser Region mittelfristig ernsthaft gefährden, nicht vom Tourismus verursacht. Der Tourismus ist nicht nur Verursacher von Umweltschäden, sondern auch Opfer von Schäden, für die andere verantwortlich sind.

Es gibt also zwei gute Gründe dafür, daß die Fremdenverkehrsbranche in unserer Untersuchungsregion aus der Defensive herauskommt und sich des Umweltproblems offen annimmt:

- Der Schwarzwald steht gegenüber anderen Regionen relativ gut da. Ein offensives Marketing mit den Qualitäten seiner Umwelt, den hier wie anderswo bestehenden Gefahren und den offensichtlich notwendigen Maßnahmen zur Erhaltung der Lebensqualität hätte gute Chancen.
- Der Fremdenverkehr in der Untersuchungsregion ist durch die Umweltprobleme - vor allem das Waldsterben - mittelfristig ernsthaft bedroht. Es liegt im ureigensten Interesse der Branche und der stark von ihr abhängigen Gegenden, sich gegen weitere Schädigungen entschieden zur Wehr zu setzen. Glaubwürdig ist dies allerdings nur, wenn ernsthaft versucht wird, die durch den Tourismus selbst verursachten Schädigungen deutlich zu reduzieren.

Ein Totschweigen der Probleme und verschämte Einzelmaßnahmen, die notwendigerweise halbherzig bleiben müssen, nützen nur wenig. Die Touristen sind umweltbewußter geworden, registrieren aufmerksamer die tatsächlichen Probleme, reagieren empfindlicher auf Beeinträchtigungen, berücksichtigen Umweltaspekte bei der Wahl ihres Urlaubsziels und sind möglicherweise sogar bereit, für eine "heile" Umwelt und vielleicht auch ein gutes Gewissen im Urlaub etwas mehr zu zahlen. Sanfter oder umweltschonender Tourismus ist ein zunehmend wichtiges Marketingargument.

Gutes Marketing ist keine hohle Reklame, sondern die Entwicklung und Darstellung einer überzeugten und überzeugenden Identität, eines glaubwürdigen, zusammenhängenden und attraktiven Konzepts. Überzeugen müssen solche Konzepte auch im politischen Raum, bei den Einwohnern der Region. Einzelmaßnahmen müssen sich im Rahmen eines positiven Leitbildes zu einem Ganzen zusammenfügen, für den Einzelnen sollten Veränderungen, Einschränkungen und gewonnene Vorteile abschätzbar sein.

Im Sinne eines solchen Marketings wird seit zwei, drei Jahren verschiedenorts intensiver versucht, umweltfreundlichen, naturnahen Urlaub als eine Art Markenprodukt zu verkaufen:

Die "Gemeinschaft Autofreier Schweizer Tourismusorte" (GAST), wurde 1988 gegründet, und versucht mit großem Erfolg die Abwesenheit individuellen PKW-Verkehrs als besondere Attraktion zu vermarkten. Dafür wurden klare Mindestanforderungen formuliert. Die bis vor kurzem noch acht Mitglieder (u.a. Saas-Fee, Wengen und Zermatt, heute sind es neun) stellten mit 40.000 Betten 4,4 % des Schweizerischen Beherbergungsangebots.<sup>9</sup>

Ähnliche Zielsetzungen verfolgen lokale Gütesiegel wie das "Umweltsiegel Kleinwalsertal" (siehe Abschnitt Tourismus und Ernährung), oder überregionale Gütesiegel wie sie von verschiedenen privaten Gruppierungen oder auch vom Deutschen Naturschutzring (DNR) diskutiert werden.

Südbaden hätte keine schlechten Chancen, mit entschlossenen Maßnahmen hier rechtzeitig Profil zu gewinnen.

## 1.6 Neue Bündnisse

Mit den angesprochenen dringlichen Handlungsfeldern und der Notwendigkeit, integrierte Konzepte zu entwickeln, die die Lebensqualität in sehr verschiedenen Dimensionen betreffen und die sowohl Gäste als auch Anwohner mit einbeziehen, erweist sich der Tourismus als ein Querschnittsthema, das keine sektorale Herangehensweise zuläßt; als ein Wirtschaftszweig, der aufs engste mit den allgemeinen Lebensumständen und mit den Leitbildern der Region verknüpft ist. Es erscheint daher besonders aussichtsreich, im Rahmen dieser Zusammenhänge neue Bündnisse für eine ökologischere Regionalentwicklung zu knüpfen: Gastronomie und Landwirtschaft, Kurverwaltungen und Umweltorganisationen, Kulturinitiativen und Hoteliers, Busunternehmer, Taxifahrer und Wanderer könnten zusammenspannen. Es gilt, mit konkreten Projektvorschlägen neue Kooperationen in Gang zu bringen.

---

<sup>9</sup>Siehe Ludin 1988 sowie GAST-Dokumentation, erhältlich bei GAST, CH-8784 Braunwald.

## 2 Tourismus und Verkehr

### 2.1 Die Belastung durch den Straßenverkehr und die Rolle des Tourismus

Wie schon in Teil III dieser Studie gezeigt wurde, ist der Straßenverkehr das wohl wichtigste Umweltproblem der Region. Kraftfahrzeuge führen sowohl lokal als auch regional und global zu gefährlichen Belastungen:

An lokalen Folgen läßt sich stichwortartig auflisten:

- Belastung der Atemluft durch Stickoxide, Kohlenwasserstoffe und (immer noch) Blei aus den Abgasen; Schädigung von Menschen, Tieren, Pflanzen, Gebäuden, technischen Anlagen;
- gesundheitsschädlicher und lästiger Feinstaub aus Reifenabrieb;
- Hohe Blei- und andere Schadstoffkonzentrationen im Boden in der Nähe stark befahrener Straßen;
- Belastung des abfließenden Regenwassers von Straßenflächen durch Reifenabrieb und Ölrückstände;
- Bodenversiegelung durch Verkehrsflächen;
- Gesundheitsschäden und Belästigung durch Lärm;
- Zerschneidung der Landschaft durch Straßen: Beeinträchtigung der fußläufigen Mobilität von Mensch und Tier, Zerstörung von zusammenhängenden Siedlungsstrukturen und Biotopen;

Auf regionaler Ebene spielen viele der lokalen Schädigungen ebenfalls eine Rolle. Besonders hervorzuheben und zusätzlich zu nennen sind:

- Kraftfahrzeugemissionen als wichtigste Ursache des Waldsterbens
- Smogbildung bei ungünstigen Wetterlagen
- Ozonbildung bei Sonneneinstrahlung
- Großräumige Verlärmung der Landschaft

Auf globaler Ebene schließlich ist der Straßenverkehr durch seine unvermeidlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie durch die Emission insbesondere von Kohlenwasserstoffen sowohl an der Verstärkung des Treibhauseffekts als auch an der Schädigung der Ozonschicht beteiligt. Bei dieser Auflistung fehlen darüberhinaus alle Probleme, die der Straßenverkehr durch besonders hohen Ressourcenverbrauch, bei der Fahrzeugproduktion und der Entsorgung von Fahrzeugen verursacht.

Die lange Liste der lokalen und regionalen Schäden zeigt, daß der Tourismus vom Straßenverkehr ganz besonders betroffen ist. Dies gilt gerade auch für die Feriengebiete im Schwarzwald. Als besonders schädigend für den Tourismus sind hervorzuheben:

- Waldschäden
- Beeinträchtigung der Luftqualität
- Lärm
- Zerschneidung der Landschaft.

Abb. ?? in Teil III (Stickoxidbelastung) sowie Abb. 10 und Abb. 11 zeigen, daß gerade der touristisch besonders wichtige Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald durch den

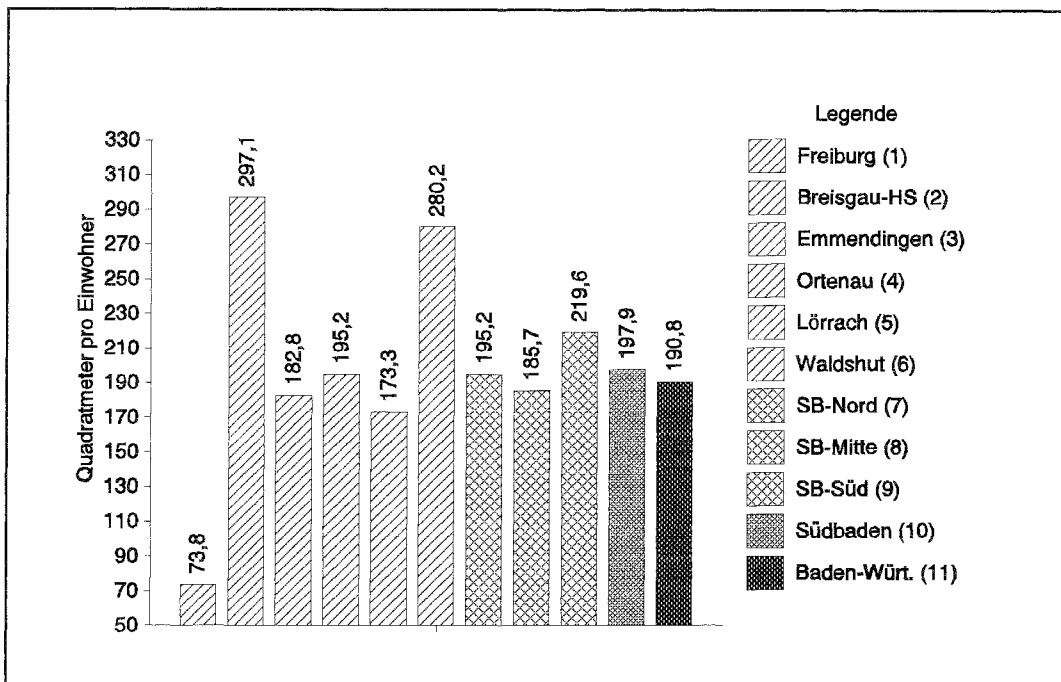


Abb. 10 Verkehrsfläche pro Einwohner 1987  
(Berechnung nach Stat. Landesamt)

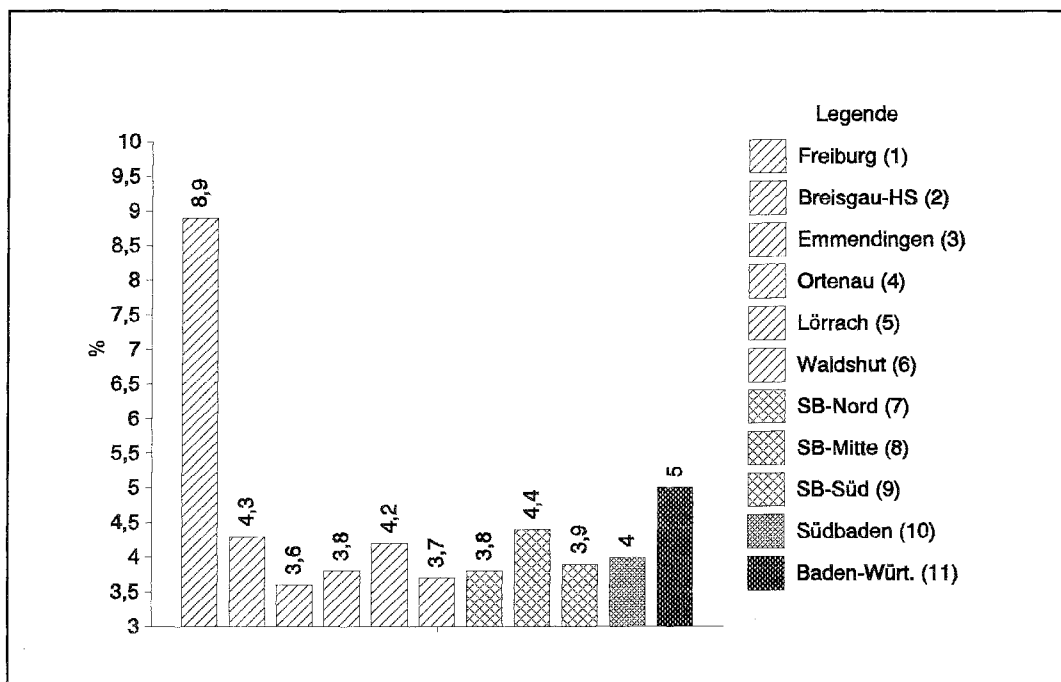


Abb. 11 Anteil der Verkehrs- an der Gemarkungsfläche 1987  
(Quelle: Berechnungen nach Stat. Landesamt)

Straßenverkehr stark belastet wird.

Auf den Tourismus wirkt sich der Verkehr jedoch nicht nur in den ausgesprochenen Erholungsgebieten aus. Die schwere Beeinträchtigung der Wohngebiete, der Freiflächen und der Naherholungsgebiete im Innern und in der unmittelbaren Umgebung

der Städte und Ortschaften führt dazu, daß immer mehr Menschen, wenn sie nur können, auf der Suche nach Ruhe und Erholung wegfahren. Für Tagesausflüge benützen sie dabei mit Vorliebe das Auto.

Der Tourismus ist Leidtragender dieser Verkehrsbelastungen, doch er trägt auch selber wesentlich dazu bei.

Nach Berechnungen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) liegt der Anteil des Freizeitverkehrs an der gesamten Verkehrsleistung bei rund 45% (gerechnet in Personenkilometern), der des Urlaubsverkehrs bei 10% (Werte für 1986). Da nur ein Teil des Freizeitverkehrs dem Aufsuchen von Erholungszielen dient, schätzt die baden-württembergische Landesregierung, daß der Tourismusverkehr für 15 bis 20 Prozent der NO<sub>x</sub>-Emissionen in Baden-Württemberg verantwortlich ist (Landesregierung Baden-Württemberg 1990, S. 11). Dies entspricht Schätzungen in der Schweiz, die auf einen Anteil des Tourismusverkehrs von 18% kommen.

Die kürzliche Verkehrsumfrage der Verkehrsgemeinschaft Freiburg ergibt für den Stadtkreis sowie die Landkreise Emmendingen und Breisgau-Hochschwarzwald, daß 30% aller Wege (nicht km) dem Freizeitverkehr zugerechnet werden können (Socialdata 1990). Eine Auswertung über die entsprechende Verkehrsmittelwahl stand uns nicht zur Verfügung. Für alle Wege zusammengenommen werden in der Stadt 16% mit ÖPNV, 40% zu Fuß oder mit dem Fahrrad (NMV) und 44% im motorisierten Individualverkehr (MIV) zurückgelegt (Landkreise 8% ÖPNV, 30% NMV, 62% MIV). Am häufigsten fährt die männliche Bevölkerung zwischen 20 und 59 Jahren mit dem Auto, und zwar selber am Steuer: in Freiburg bei 53% aller Wege, in den Landkreisen gar bei 76%.

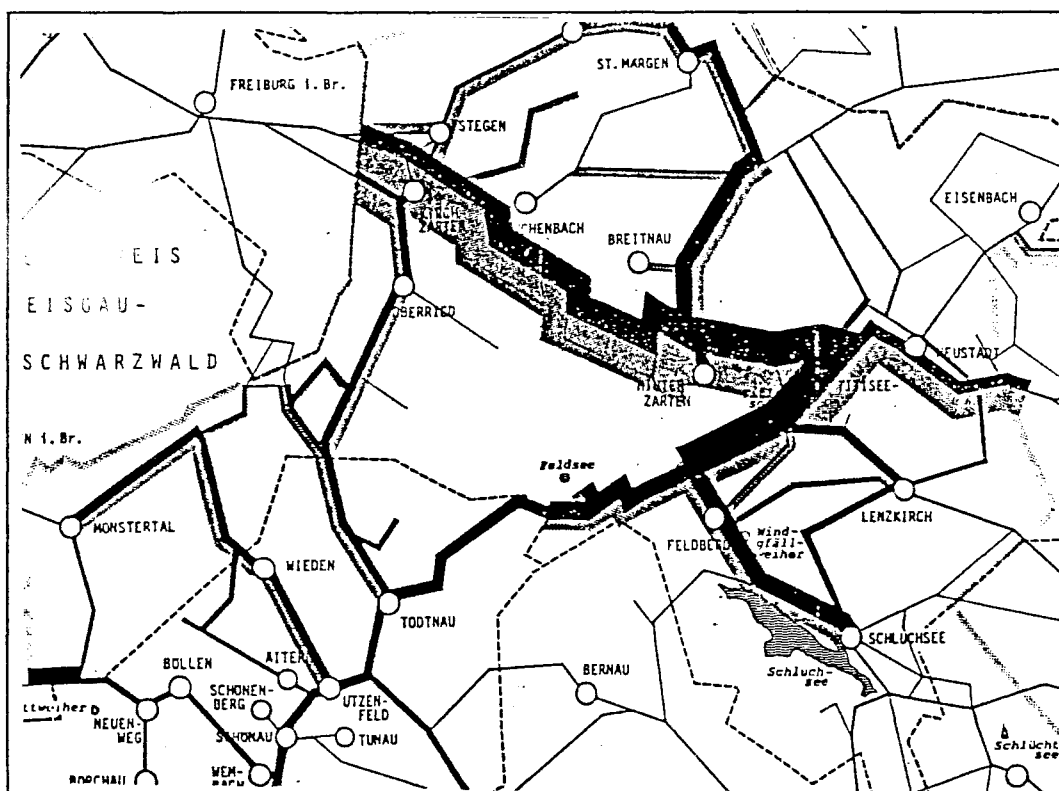


Abb. 12 Touristische Verkehrsbelastung im Hochschwarzwald

schwarz: Werktagsverkehr / grau: zusätzl. an Ferien- und Feiertagen

Quelle: Wessel 1990 aufgrund Straßenverkehrszählung 1985

Im Schwarzwald ist die zusätzliche Verkehrsbelastung durch den Tourismus teilweise sehr groß. Dies gilt insbesondere auch für die B31 im Bereich des Hochschwarzwaldes, deren Ausbau zu einer vierspurigen Ersatzautobahn heiß umstritten ist (siehe Kapitel III



Wochentagen (an denen auch bereits ein deutlicher touristischer Verkehrsanteil zu verzeichnen ist) auf gut das Doppelte anschwillt.

Der Tagestourismus verursacht einen sehr hohen Teil des touristischen Autoverkehrs in der Region. In den Gebieten Schwarzwald und Bodensee-Oberschwaben zusammengenommen wurden 1987 in einer Repräsentativumfrage des DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) 76,6 Millionen Tagesausflüge gegenüber 24 Millionen Übernachtungen festgestellt. Auf den Schwarzwald entfielen alleine 59,6 Millionen Ausflüge. Die Bevölkerung Baden-Württembergs ist besonders ausflugsfreudig: 91,3% der Bevölkerung unternahmen 1987 mindestens einen Ausflug (BRD 89,1%). Die Zahl der Ausflüge pro Einzelperson betrug durchschnittlich 20 (Landesregierung Baden-Württemberg 1990, S.13).

Tagesausflüge werden besonders gerne mit dem Auto unternommen. Während bundesweit 60% der Haupturlaubsreisen mit dem PKW unternommen werden, liegt der Anteil bei den Tagesausflügen mit 83,4 % wesentlich höher (siehe Tab. 1). Es wird angenommen, daß diese Aufteilung in Baden-Württemberg nicht wesentlich vom Bundesdurchschnitt abweicht. Regional können jedoch deutliche Unterschiede bestehen.

Pkw	83,4%
Bus	6,2%
Bahn	3,1%
öffentl. Nahverkehr	2,2%
Fahrrad	4,5%

**Tab. 2 Hauptverkehrsmittel bei Ausflügen in der BRD 1987**

(Quelle: Landesregierung Baden-Württemberg 1990)

Die bereits zitierte Gästebefragung im Landkreis Waldshut (Auctor 1987) förderte sowohl bezüglich der einzelnen Ferienorte als auch bezüglich der Herkunft der Gäste erstaunliche Unterschiede in der Verteilung der Verkehrsmittelwahl bei der Anreise zutage: Im gesamten Befragungsgebiet überwiegt das Auto mit 73,8% sehr stark (Sommer 1986: mit eigenem Auto gekommen oder mit Auto gebracht worden). Die Unterschiede zwischen den einzelnen Gemeinden können sowohl durch die Verkehrsanbindung als auch durch die Gästestruktur weitgehend erklärt werden (z.B.: Bad Säckingen 65%, Bernau 91%, St. Blasien 68%, Todtmoos 87%), zeigen jedoch, daß hier durchaus Handlungsspielräume vorhanden sind. Aus Baden-Württemberg kamen 75% der Gäste mit dem Auto, aus Nordrhein-Westfalen 79%, aus Berlin 67%, aus dem Saarland 52%, aus Belgien und den Niederlanden dagegen 98%. Die Verkehrsmittelwahl im Winter 1987 wich erstaunlich wenig davon ab: 74,0% der Gäste kamen mit dem Auto. Vor allem Kurzurlauber bevorzugen vermutlich das Auto als flexibles Verkehrsmittel. Zahlen hierüber liegen uns jedoch nicht vor.

Die Fremdenverkehrsgemeinden sind sich der Probleme mit dem Straßenverkehr oft bewußt, betrachten sie jedoch vor allem aus einer sehr lokalen Perspektive. Sie sehen kaum alternative Möglichkeiten, schrecken davor zurück, ihre Gäste mit Einschränkungen des Autoverkehrs zu konfrontieren und fürchten ablehnende Reaktionen der männlichen Einheimischen, die dazu neigen, alternative Konzepte mit einer Einschränkung ihrer individuellen Mobilität gleichzusetzen. Wozu man sich allenfalls durchringen kann, sind verkehrsberuhigende Maßnahmen im innerörtlichen Bereich. Laut Angaben der Landesregierung verfügen 47% der Gemeinden im Reisegebiet Schwarzwald über verkehrsberuhigte Zonen (Landesregierung Baden-Württemberg 199, S. 25).

## 2.2 Das öffentliche Verkehrsnetz

Der hohe Anteil der Autofahrten außerhalb der Städte kommt nicht von ungefähr. Während das Straßennetz sehr gut ausgebaut ist, weist das Netz des öffentlichen Verkehrs erstens empfindliche räumliche Lücken auf, zweitens ist die Häufigkeit der Verbindungen ungenügend und drittens sind die Verbindungen und Umsteigemöglichkeiten oft sehr ungünstig. Die Folge ist, daß insbesondere bei spontanen Ausflügen und nicht genau kalkulierbaren Aufenthalten eine Unternehmung mit dem öffentlichen Verkehr sehr zeitraubend sein kann, falls es überhaupt möglich ist, ans Ziel zu gelangen.

Ein wesentliches Element von Urlaub und Freizeit ist es, den Zwängen zur Pünktlichkeit und Regelmäßigkeit zu entfliehen, die im Arbeitsleben herrschen. Während eines längeren Urlaubs nimmt man deshalb unter Umständen auch längere Warte- und Umsteigezeiten in Kauf. Bei Kurzurlaubsreisen, die im Schwarzwald eine wesentliche Rolle spielen, und am Wochenende ist die Zeit der Touristen jedoch eher knapp. Für den Tourismus wären daher häufige, übersichtlich getaktete Verbindungen als Alternative zum Autoverkehr besonders wichtig.

Das öffentliche Verkehrssystem hat vor dieser Anforderung weitgehend kapituliert und ist vielfach nur auf den regelmäßigen Berufs- und Ausbildungsverkehr eingerichtet. Verbindungen, mit denen man von einer Abendveranstaltung wieder nach Hause kommen kann, gibt es auf vielen Strecken gar nicht. An Samstagen, Sonn- und Feiertagen wird der Verkehr teilweise ganz eingestellt. So fährt etwa von Samstagmittag bis Montagmorgen auf der Elztalbahn und auf der Strecke Freiburg-Breisach kein Zug. Verwiesen wird auf Busse, die nur alle zwei bis vier Stunden fahren. Auch die an die Breisacher Strecke anschließende Kaiserstuhlbahn - potentiell eine touristische Bahn par excellence - verkehrt nicht am Wochenende, Ersatzbusse gibt es keine. Manche Verbindungen privater Unternehmen werden auch gar nicht erst ins Kursbuch aufgenommen, weil von vornherein angenommen wird, daß sie nur von regelmäßigen lokalen Fahrgästen genutzt werden.

Während sich die Situation bei der Bundesbahn - bis auf leichte Verbesserungen auf der Höllentalstrecke von Freiburg nach Neustadt - in den letzten Jahren eher verschlechtert hat, sind auf lokaler und regionaler Ebene leichte Verbesserungen zu verzeichnen. Die Landesregierung hat im nördlichen Schwarzwald außerhalb unserer Untersuchungsregion Konzepte für umweltfreundliche Nahverkehrssysteme gefördert und in einem Modellversuch zusammen mit der DB die Nordschwarzwald-Wochenendkarte unterstützt. In der Untersuchungsregion fördert die Landesregierung im Landkreis Emmendingen sogenannte Skipendelbusse (Landesregierung Baden-Württemberg 1990). Auch für Ausflüge mit diesen wenigen Sonderbussen ist jedoch eine starre Zeitplanung notwendig.

Am positivsten sind die Bemühungen der Stadt Freiburg und der Verkehrsgemeinschaft Freiburg zu bewerten, ein einheitliches Tarifsystem zu schaffen und den öffentlichen Verkehr in der unmittelbaren Umgebung der Stadt zu verbessern.

## 2.3 Handlungsmöglichkeiten

Konkrete Handlungsmöglichkeiten zur Verminderung der Belastung durch den Straßenverkehr im hier angesprochenen Zusammenhang gibt es im wesentlichen auf drei Ebenen: Auf der regionalen, der kommunalen und der betrieblichen Ebene.

Auf regionaler Ebene sind - mangels einer handlungsfähigen regionalen politischen Instanz - die möglichen Akteure im wesentlichen das Land (bzw. das Regierungspräsidium) sowie interkommunale Zusammenschlüsse. Die wichtigsten Handlungsfelder sind:

- Verbesserungen des öffentlichen innerregionalen Verkehrs

- Verbesserung der überregionalen Bahnverbindungen (insbes. Freiburg-Colmar, Freiburg-Stuttgart)
- Kein weiterer Ausbau von Landes- und Bundesstraßen
- Verbesserung von Rahmenbedingungen für kommunale Maßnahmen, insbesondere bei Verkehrsberuhigung und Straßensperrungen
- Entwicklung eines umweltfreundlichen regionalen Verkehrskonzeptes und offensive Werbung für Erholung ohne Auto.

Die kommunale Ebene (Gemeinden und Kreise) ist für neue Ansätze weitaus die wichtigste. Hier wird im Wesentlichen die Fremdenverkehrspolitik gemacht und hier gibt es klare, wenn auch beschränkte Kompetenzen für die Verkehrspolitik und die Raumplanung. Die wichtigsten Handlungsfelder sind:

- kommunale Verkehrskonzepte, wenn möglich integriert in weiterreichende sanfte Fremdenverkehrskonzepte
- Verbesserung des ÖPNV
- Einschränkungen für den Autoverkehr
- Geeignete Siedlungsplanung
- Erleichterungen für Fußgänger und Radfahrer
- entsprechendes Marketing im Fremdenverkehr

Nicht zu vergessen auch bei Verkehrsfragen ist die betriebliche Ebene im Tourismusbereich. Als Handlungsmöglichkeiten für Beherbergungsbetriebe bieten sich insbesondere an:

- Vergünstigungen für Gäste ohne Auto (wird bereits in einigen Betrieben praktiziert)
- Abholdienste für ankommende Gäste und Wanderer, insbesondere bei abgelegenen Betrieben
- Hilfestellung beim Gepäcktransport (Annahme, Aufgabe, Transport zum Bahnhof)
- Information der Gäste
- Ausbau der Interessengemeinschaften "Wandern ohne Gepäck"

Noch einmal soll hier betont werden, daß der Erarbeitung von integrierten Konzepten, der guten Zusammenarbeit verschiedener Handlungsebenen und einer offensiven Vermarktung umweltfreundlicher Maßnahmen große Bedeutung zukommt.

Die beiden wichtigsten Handlungsfelder Einschränkung des Straßenverkehrs und Ausbau des öffentlichen Verkehrs müssen in engem Zusammenhang gesehen werden. Ohne alternative Transportangebote werden Einschränkungen des Autofahrens bei Einheimischen und Gästen auf starke Widerstände stoßen. Ohne Einschränkungen des Straßenverkehrs wird insbesondere für den touristischen Bereich ein gutes Angebot öffentlicher Verkehrsmittel sehr kostspielig.

Dies zeigt z.B. das Nahverkehrskonzept, das die Kommunalentwicklung Baden-Württemberg für den Landkreis Calw entwickelt hat (siehe Schäfer 1988). Werktags ist es auf den Berufs-, Schul- und Einkaufsverkehr ausgerichtet und kann mit kostenneutralen Maßnahmen deutliche Verbesserungen gegenüber dem Zustand zuvor erzielen. Für den Freizeitverkehr macht eine Attraktivitätssteigerung erhebliche Subventionen nötig, da das Konzept nicht mit Beschränkungen für den motorisierten Individualverkehr verbunden ist.

Im Folgenden sollen vor allem zwei Vorschläge näher konkretisiert werden: die flächenhafte Verkehrsberuhigung bzw. die Schaffung "autofreier Gebiete" sowie die Einrichtung einer Regionalbahn als Rückgrat des Regionalverkehrs.

## 2.4 Schaffung "autofreier" Gebiete

### 2.4.1 Die Grundidee

Das private Auto ist ein Gegenstand von hohem Symbolwert, sowohl im Positiven als auch im Negativen. Es steht einerseits für Unabhängigkeit, persönliche Freiheit, Mobilität, Bequemlichkeit, Geschwindigkeit, Kraft, Eleganz, auf der anderen Seite aber auch für Luftverschmutzung, Lärm, Unfallgefahr, Stau, Ärger, Alltag, Hektik, Stress, sterbende Wälder, zerstörte Landschaft. Verkehrspolitische Maßnahmen müssen sich mit diesen Assoziationen und Emotionen auseinandersetzen. Nicht immer ist rationale Argumentation möglich. Das gilt insbesondere für den touristischen Bereich, denn mit Freizeit und Ferien sind viele Wünsche und Hoffnungen verbunden, die sich in der Arbeitswelt nicht realisieren lassen, und vielleicht auch überhaupt nicht. Urlaub ist immer auch ein wenig gelebte Utopie. Halbherzige, verdeckte, wenig durchschaubare Maßnahmen können daher leicht entweder zu Mißverständnissen führen oder werden gar nicht bemerkt. Es scheint empfehlenswert, direkter auf diese Wünsche und Befürchtungen einzugehen, sie anzusprechen und eine klare Antwort darauf zu geben. Eindeutige Maßnahmen und Konzepte können den Unterschied zum Alltag markieren, starke Identifikation oder auch Ablehnung hervorrufen, ein unverwechselbares Profil geben, emotionale Bindungen schaffen.

Angesichts des bisherigen Images von Südbaden und seiner Gästestruktur scheint eine eindeutige Parteinahme für die Umwelt nicht riskant, solange keine größeren Unannehmlichkeiten damit verbunden sind. "Autofreie Gebiete" zu schaffen und direkt damit zu werben, das Problem also direkt anzusprechen und eine Art Markenartikel zu schaffen, scheint daher eine plausible Strategie. Insbesondere schweizerische Vorbilder waren damit erfolgreich (siehe unten).

Die obige Argumentation gilt jedoch vor allem für die Gäste. Die Einheimischen leben immer hier, hier ist ihr Alltag. Der Kontrast, die Entspannung, die Andersartigkeit sind für sie kaum Argumente. Daher sind sie unter Umständen weit schwieriger zu überzeugen, sich auf derartige Konzepte einzulassen. Für sie muß deutlich gemacht werden, daß für sie teilweise andere Regeln gelten, daß alternative Transportmöglichkeiten geschaffen werden, daß sie unter Umständen ökonomisch und kulturell davon profitieren können und daß schließlich auch sie gesundheitlich und ökologisch etwas damit gewinnen. Das ist in vielen Fällen angesichts der extremen Abhängigkeit vieler Gegenden vom Auto nicht einfach. Andere Verkehrskonzepte haben deshalb auch etwas mit dem selbstbewußten Vertreten eines anderen Lebensstils zu tun. Sie müssen deshalb in ein gesamtes Entwicklungskonzept integriert werden.

"Autofreie Gebiete" sollten klar ausgewiesene Bereiche sein, die bestimmten Anforderungen bezüglich Ausnahmeregelungen für Motorfahrzeuge und für allgemeine Umweltqualität genügen. Notwendig ist ein stark verbessertes öffentliches Transportangebot sowohl innerhalb der "autofreien Gebiete" als auch für die Anbindung an den überregionalen Verkehr. Im Vergleich zu erfolgreichen traditionellen autofreien Ferienorten in den Alpen ergeben sich insbesondere im Hochschwarzwald folgende zusätzlichen Schwierigkeiten:

- hoher Anteil Naherholung
- Pendlerverkehr
- Durchgangsverkehr
- bisher schwacher öffentlicher Verkehr.

Diese Schwierigkeiten scheinen jedoch nicht unlösbar.

## 2.4.2 Beispiele aus anderen Regionen

### 2.4.2.1 Italien

Vor rund zehn Jahren wurde durch ein Gesetz der Region Südtirol-Alto Adige ein Naturpark von ca. 75 km<sup>2</sup> auf der hochplateauähnlichen Seiseralm (Gemeinde Kastelruth, Provinz Bozen) ausgewiesen. Seither gelten vor allem im Sommer weitgehende Verkehrsbeschränkungen für Gäste. Am Rand der Alm enden die Zufahrtsstraßen auf großen Parkplätzen. Mit privaten Autos weiterfahren dürfen lediglich die Einheimischen, Zulieferer sowie Gäste, die sich länger als 5 Tage auf der Seiseralm aufhalten. Kutschen, Taxen und Busse sorgen für den Transport. Im Winter gelten die Verkehrsbeschränkungen nicht. Doch wird dann nur ein Teil der Straßen geräumt. Insgesamt ist der private Autoverkehr dann jedoch wesentlich stärker und auf einem größeren Straßennetz möglich. Die Einführung dieser Maßnahmen soll keine größeren Konflikte verursacht haben. Gegenwärtig wird von privater Seite der Bau einer Seilbahn erwogen, die den Autoverkehr bereits im Tal abfangen soll. Laut Auskunft des Verkehrsvereins gibt es unter den Gästen zahlreiche Stimmen, die eine weitergehende Verkehrsberuhigung fordern. Auffällig ist, daß offenbar nicht offensiv mit der Verkehrsberuhigung geworben wird. Dies mag einerseits daran liegen, daß angenommen wird, daß dies ohnehin zu einem Naturpark gehört. Andererseits ist bekannt, daß im deutschsprachigen Teil Südtirols ohnehin eine ganze Reihe von kleinen Orten bzw. Hotels und Pensionen nicht beliebig mit dem Privatauto erreichbar sind.

Das Beispiel der Seiseralm scheint uns für den Schwarzwald von einigem Interesse. Zwar spielt die Naherholung eine geringere Rolle und es eine Durchgangsstraße ist nicht vorhanden. Doch ist die Seiseralm ein touristisch im Sommer und besonders auch im Winter intensiv genutztes Gebiet, das auch für Tagesgäste sehr attraktiv ist.<sup>10</sup>

Autoverkehrsfreie Gebiete, aus denen nicht erst neuerdings die privaten Motorfahrzeuge von Gästen verbannt wurden, gibt es durchaus in größerer Anzahl, als die Planungsliteratur vermuten läßt. Große planerische Maßnahmen im Straßenbereich waren hier nie notwendig. Doch Erholungsgebiete ohne privaten Autoverkehr mußten immer darauf achten, daß sie die steigenden Mobilitätsbedürfnisse ihrer Gäste in einem gewissen Rahmen mit anderen Mitteln befriedigen konnten.

Ein solches Gebiet sind die **"Cinque Terre"** an der italienischen Riviera nördlich von La Spezia. Der größte und bekannteste dieser seit langem besonders bei Schweizern beliebten fünf Orte im malerischen Felsufer ist Monterosso. Teilweise ist der Ortseingang inzwischen durch eine kleine Stichstraße über die dahinterliegenden Berge erreichbar. Im wesentlichen verbunden werden sie jedoch durch eine um die Jahrhundertwende erbaute, fast nur durch Tunnel verlaufende Eisenbahnlinie, durch einen Fußweg und durch eine Schiffslinie.

Auf der **Insel im Lago d'Iseo** ist privater Autoverkehr der Gäste nicht möglich. Die fünf Dörfer werden bis abends 23 Uhr im Stundentakt mit einer Buslinie verbunden, die Auslastungen über 50% ausweist. Auch auf einigen Mittelmeerinseln ist privater Autoverkehr nicht möglich.

### 2.4.2.2 Schweiz und Österreich

Am interessantesten für die Region Südbaden sind Beispiele und Untersuchungen aus der Schweiz.<sup>11</sup> Besonders bemerkenswert ist die 1988 gegründete, inzwischen neun

---

<sup>10</sup>Persönliche Mitteilung des Bürgermeisters und des Fremdenverkehrsamtes 1990. Dekret des Präsidenten des Landesausschusses vom 16.9.1974 Nr. 68.

<sup>11</sup>Hier fand auch eine der interessantesten Tagungen zu diesem Thema statt: das Seminar Freizeitverkehr des VCS vom 22./23. November 1988 in Interlaken. Siehe VCS Bern 1989.

Mitglieder zählende, **Gemeinschaft Autofreier Schweizer Tourismusorte "GAST"** (siehe Kapitel V A). Die bis vor kurzem noch acht Mitglieder stellten mit 40.000 Betten 4,4 % des Schweizerischen Beherbergungsangebots. Meist in Bergtälern gelegen und ohne Durchgangsverkehr, sind die Verkehrsprobleme durchaus andere als im Schwarzwald. Die innerörtlichen Verkehrsprobleme sind jedoch sehr ähnlich. Bemerkenswert ist vor allem das Bemühen, die Abwesenheit von Autoverkehr zur eigenen Profilierung zu nutzen und sehr offensiv im Marketing einzusetzen. Offensichtlich ist diese Strategie nach außen und auch nach innen (Akzeptanz der Maßnahmen) bemerkenswert erfolgreich.

Ernsthafte Bemühungen um zusätzliche autofreie Gebiete reichen in der Schweiz ein gutes Jahrzehnt zurück. Zunehmend wird dabei auf die Bedeutung des Marketings für die Durchsetzung verwiesen. So formierte sich 1982 auf einem vom Schweizerischen Alpenclub initiierten Treffen von 18 Organisationen und Ämtern die AMF (Arbeitsgruppe motorisierte Freizeitaktivität in Erholungsgebieten), später umbenannt in AVE (**Arbeitsgruppe für Verkehr und Erholungsgebiete**). In ihrem jüngstem Arbeitsprogramm (20.12.1989) setzt diese sich die Schaffung "verkehrsfreier Erholungsgebiete" in größerem Ausmaß zum Ziel. Dazu soll ein Markenzeichen und Qualitätssiegel geschaffen werden. Die schweizerischen Verkehrsorganisationen TCS, ACS und VCS (entsprechend ADAC, AvD und VCD in der BRD) sowie die Bundesbahnen SBB haben sich bereit erklärt, die Trägerschaft dafür zu übernehmen.<sup>12</sup>

In praktischer Hinsicht besonders interessant für das Projekt Schauinsland ist der "**Modellfall Gantrisch**", ein bis jetzt nicht durchgesetztes Konzept für ein voralpines Berggebiet, das vor allem Naherholungsverkehr aus Bern und Freiburg i.Ue. anzieht (Aarplan 1989). Naherholung erzeugt wesentlich höhere Verkehrsbelastungen und bringt in den Erholungsgebieten wesentlich weniger wirtschaftliche Einnahmen als Feriengäste. Beim Bemühen, das Attraktivitätsgefälle zwischen privatem und öffentlichem Verkehr zu verringern, hat sich in dieser Studie als besondere Schwierigkeit herausgestellt, am Wochenende die Ausflügler mit öffentlichen Verkehrsmitteln in den Wohnquartieren einzusammeln.

#### 2.4.2.3 Weitere Vorbilder

In Österreich hat der Skiort **Serfaus** im Tirol viel von sich reden gemacht. Um zur Seilbahn zu gelangen, die in das eigentliche Skigebiet führt, müssen die Tagesgäste durch den ganzen Ort hindurch, was im Laufe der Jahre zu unerträglichen Belastungen zunächst durch Privatautos und später durch Gemeindebusse führte. Die bislang zur Zufriedenheit funktionierende Lösung war eine kostspielige U-Bahn mit einer Kapazität von 1500 Personen pro Stunde. Die Situation stellt sich hier ähnlich dar wie in einigen autofreien Tourismusorten in der Schweiz, mit dem Unterschied, daß in Serfaus früher Autos eine wichtige Rolle spielten.

Auch einige beliebte **deutsche Inseln in der Nordsee** sind seit jeher "autofrei". Allgemeiner betrachtet bieten sich für eine flächenhafte Beschränkung des motorisierten Verkehrs im Schwarzwald generell die weltweiten Erfahrungen in **National- und Naturschutzparks** an. Amerikanische Beispiele sowie der Nationalpark Berchtesgaden und sein Vorfeld dürften hier für den Schwarzwald von besonderem Interesse sein.

---

<sup>12</sup>Sekretariat bei Dr. R. Burkhalter, Ateller Aarplan, Bern

### 2.4.3 Konkrete Ansatzpunkte und weiteres Vorgehen

Der konkreteste Vorschlag in diesem Sinne in unserer Untersuchungsregion ist das vom Freiburger Verkehrskreis vorgelegte Konzept "ÖPNV 4 Berge - Modell Autofreier Schauinsland, Belchen, Feldberg und Kandel" (Freiburger Verkehrskreis 1989). Hierin werden detaillierte Vorschläge zu Beschränkungen für den privaten KFZ-Verkehr und den Ausbau des Öffentlichen Verkehrs auf allen Strecken im Bereich der vier Berge gemacht.

Am Belchen läuft seit dem Sommer 1990 ein Modellversuch des Regierungspräsidiums mit Sperrung des Gipfels sowie Park-and-Ride-Möglichkeiten. Die Sperrung der Straße setzt jedoch erst sehr weit oben ein und die Information über das Projekt sowie die Busverbindungen sind nicht optimal.

Handlungsmöglichkeiten in Richtung auf "autofreie Gebiete" bestehen sowohl auf regionaler als auch auf kommunaler Ebene. Einzelne Betriebe sowie können mit Vorstößen in Gemeinden durchaus auch dazu beitragen. Die Initiative muß wohl zunächst vor allem von einzelnen Gemeinden ausgehen. Um Bestrebungen in dieser Richtung zu koordinieren und einzelne Initiative anzuregen, schlagen wir vor, eine "Arbeitsgruppe autofreie Erholung" ins Leben zu rufen, in der interessierte Einzelpersonen aus Gebietskörperschaften, Verbänden und Einzelbetrieben zusammenarbeiten.

## 2.5 Verbesserung des öffentlichen Transportangebots

Vergleiche mit der Schweiz zeigen, daß ein wesentlich verbessertes Angebot des öffentlichen Verkehrs auch in der Fläche durchaus möglich ist und gerade im Tourismusbereich auch eine wichtige Rolle spielen kann. Praktisch jede Ortschaft wird dort mehrmals täglich mit Postautokursen bedient. Die Frequenz und die Netzdichte sind so ausgelegt, daß auch spontane Ausflüge und Wanderungen ohne lückenlose Planung möglich sind. Dazu kommen seit vielen Jahren Sonderfahrkarten für Touristen, wie sie jetzt im Nordschwarzwald "erprobt" werden (siehe oben). Das dichte öffentliche Verkehrsnetz in der Schweiz hat eine lange Tradition. Auch diese konnte den Siegeszug des Autos nicht verhindern. Nachdem lange Zeit auch dort die Zeichen lange auf Netzschumpfung standen, wurden in den achtziger Jahre die Weichen bewußt auf Ausbau gestellt. Dies sollte auch in Südbaden möglich sein. Die kommunalen und regionalen Handlungsspielräume sind nicht ausgeschöpft.

Die Diskussion um eine Verbesserung des Nahverkehrs im Raum Freiburg und im Raum Basel ist facettenreich und relativ weit fortgeschritten. Darüberhinaus gibt es Vorschläge für eine regionale Verbindung zwischen den Zentren im Dreiländereck von Basel bis Straßburg.

Außerordentlich wichtig für die Erarbeitung eines regionalen Verkehrskonzepts ist es, die geeignete Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Ebenen zu finden. Der Bahn kommt (im Gegensatz zur Strategie der Bundesbahn) eine entscheidende Bedeutung auch für die Versorgung in der Fläche zu, sie sollte das Rückgrat des Regionalverkehrs bilden<sup>13</sup>. Detaillierte, knapp gefaßte Vorschläge für den Zugang zum Hochschwarzwald finden sich z.B. im Planungskonzept "Verkehr 2000 in Dreisam- und Höllental" des BUND, das eine Reduzierung des Autoverkehrs um 30% anstrebt. Von Teilen der SPD wird eine "Breisgau-Bahn" für die Umgebung Freiburgs gefordert<sup>14</sup>, die im Rahmen der DB verwirklicht werden soll.

---

<sup>13</sup>Siehe z.B. das Verkehrskonzept für das Bergische Land in Gleich/Lucas/Schleicher/Ullrich 1988.

<sup>14</sup>Brief der SPD-Kreistags-Fraktion Breisgau-Hochschwarzwald vom 11.1.89 an DB Karlsruhe, Regierungspräsident Dr. Nothelfer, Landrat Dr. Schill und Oberbürgermeister Dr. Böhme.

Angesichts der Schwierigkeiten der DB und auch anderer nationaler Bahngesellschaften mit dem Regionalverkehr einerseits und dem grenzüberschreitenden Verkehr andererseits, scheint es uns ander Zeit, über ein dreigliedriges Bahnsystem nachzudenken, das auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene verschiedene Betriebsgesellschaften umfaßt. Private Bahnen gerade auch im süddeutschen Raum haben gezeigt, daß die Wagenkilometerkosten gegenüber den kalkulatorischen Kosten der Bundesbahn mit moderner Technik und flexiblerer Organisation sehr stark gesenkt werden können<sup>15</sup>. Auch in der Schweiz haben regionale Bahngesellschaften (z.B. im Raum Bern) eine Vorreiterrolle bei der Verbesserung des Regionalverkehrs gespielt und beträchtliche Umsteigeeffekte erzielen können. Es ist durchaus denkbar, daß die Bundesbahn sich bereiterklärt, verschiedene Strecken oder deren Betrieb an eine regionale Bahngesellschaft, die regionalen Gebietskörperschaften gehört, abzutreten. Die SWEG könnte eine wiederzubelebende Keimzelle einer solchen regionalen Bahngesellschaft sein. Wir schlagen vor, daß eine regionale Organisation (z.B. der RVSO oder die Freiburger Regio-Gesellschaft) eine Arbeitsgruppe einsetzt, die derartige Möglichkeiten näher prüfen läßt. Vielleicht könnten aus regionaler Perspektive auch die schon lange diskutierten grenzüberschreitenden Verbindungen (z.B. Breisach-Colmar, siehe auch Schulz 1988, Regierungspräsidium Freiburg 1988).

Für den touristischen Verkehr, der ja keinen regelmäßigen Verkehr mit sich bringt und teilweise in entlegene Orte führt, sind gute Informationsmöglichkeiten, überschaubare, getaktete Fahrpläne und verlässliche Umsteigemöglichkeiten von großer Bedeutung. Wichtig ist auch die Anbindung der Haltepunkte an Wanderwege, Gasthäuser etc. Die öffentlichen Transportmöglichkeiten müßten einerseits wesentlich stärker in die Fremdenverkehrswerbung mit einbezogen werden. Andererseits sind wesentlich verbesserte Informationsmöglichkeiten über die regionalen Verkehrsverbindungen für unkundige Auswärtige zu schaffen, z.B. durch Computerabfrage in Hotels und Gaststätten.

Um der Gefahr schwerwiegender Klimaveränderungen zu begegnen, werden mittelfristig vermutlich auch in der Bundesrepublik zielorientierte Politiken für die Luftreinhaltung nötig, wie sie seit Verabschiedung der Luftreinhalteverordnung in der Schweiz wirksam werden: vergebliches Hoffen auf die Wirkung kleinerer Maßnahmen wird zugunsten klarer Umweltqualitätsziele aufgegeben, die unter Umständen drastische Maßnahmen nötig machen. Es ist sicherlich sinnvoll, sich rechtzeitig auf eine solche Entwicklung einzustellen, um scharfe Einbrüche und Strukturkrisen zu vermeiden. Um aber eine nennenswerte Verlagerung des Verkehrs auffangen zu können, ist eine beträchtliche Erweiterung der öffentlichen Transportkapazitäten notwendig. Dies macht es einerseits nötig, rechtzeitig über die notwendigen Planungen und Finanzierungsmodelle nachzudenken, andererseits werden damit recht häufige und komfortable flächendeckende Verbindungen möglich sein.

---

<sup>15</sup>Siehe Elsner 1989, Gleich/Lucas/Schleicher/Ullrich 1988



### 3 Tourismus und Weiterbildung/ Tagungen/ Kultur

Zur Bedeutung von Kursen, Tagungen, Weiterbildungsveranstaltungen, betrieblichen Schulungen Seminaren etc. für den Tourismus liegen uns leider keine Untersuchungen vor. Zwar gibt es Marktanalysen für größere Tagungszentren und Kongreßhäuser - diese haben gerade auch im Zusammenhang mit der Auseinandersetzung um die Kultur- und Tagungsstätte KTS in Freiburg eine Rolle gespielt -, doch darin geht es nur um größere Veranstaltungen. Unsere Vermutung, daß kleinere Veranstaltungen (z.B. schon ab sechs Teilnehmern), die keine besonders aufwendige Organisation erfordern, sondern direkt bei einem Hotel gebucht werden können, eine wachsende Rolle spielen, wurden in verschiedenen Gesprächen bestätigt, quantitative Aussagen sind jedoch nicht möglich. Die Liste von Hotels, die Tagungsräume mit 50 und mehr Plätzen anbieten können, ist jedoch beachtlich; allein in den Kreisen Freiburg und Breisgau-Hochschwarzwald sind es gut hundert. Präzisere Schätzungen und Regionalvergleiche scheinen nur über Expertengespräche und Umfragen möglich, die den Rahmen dieser Untersuchung gesprengt hätten.

Bekannt ist jedoch, daß aufgrund der hohen touristischen Attraktivität, der relativ günstigen Verkehrslage und lokaler Traditionen in Südbaden die Zahl der Sprachschulen und der Kurse im gesundheitlich-psychologischen Bereich überdurchschnittlich hoch ist. Statistisch zu erfassen sind diese Aktivitäten jedoch kaum.

Es bestehen gute Aussichten, verschiedenartigste Zusammenkünfte, Kurse und Veranstaltungen vermehrt in Südbaden durchzuführen, vor allem im Zusammenhang mit der europäischen Integration. Für eine vermehrte Aufmerksamkeit gegenüber diesen Gästegruppen sprechen mehrere Gründe:

- Derartige Veranstaltungen sind geeignet, die Auslastung des Gastgewerbes außerhalb der Spitzenzeiten zu verbessern. Geschäftliche Veranstaltungen finden in der Regel unter der Woche statt. Kurse für Privatleute, die vorzugsweise am Wochenende stattfinden, liegen immerhin meist außerhalb der Hauptreisezeiten.
- Die geographisch vorteilhafte Lage im Zentrum der EG beginnt langsam an Bedeutung zu gewinnen, sie kann es jedoch nur mit Unterstützung durch ein geeignetes Marketing. Hier ist wiederum ein besonderes Profil gefragt, das sich von Treffpunkten in Großstädten in der Nähe von Großflughäfen deutlich absetzt. Eine Zusammenkunft im Schwarzwald müßte auf die Dauer mit einem unverwechselbaren Stil assoziiert werden. Ruhe, Naturnähe, Rücksicht auf die Umwelt können auch für geschäftliche und professionelle Treffen wichtige atmosphärische und imagebildende Elemente sein.
- Über die Beherbergung und Bewirtung hinaus können solche Aktivitäten zusätzliche hochqualifizierte Arbeitsplätze in der Region schaffen: Zum einen ist oft eine gewisse technische Infrastruktur notwendig, zum anderen dürfte es mittelfristig möglich sein, entsprechende organisatorische Infrastrukturen ebenfalls hier anzusiedeln (Tagungsbüros, Agenturen, kleine Institute etc.).
- Viele der Aktivitäten, die Auswärtige in Südbaden veranstalten, können durchaus eine kulturelle Bereicherung vor allem für kleinere Ortschaften darstellen. In diesem Sinne ist besonders darauf zu achten, daß regelmäßige Veranstaltungen eine Bindung an einzelne Orte entwickeln und langsam auch in die lokale Öffentlichkeit hineinwirken.
- Nicht zuletzt ist der Werbeeffect für die Region und ihre Produkte gerade bei professionellen Gästen relativ hoch einzuschätzen.

Anzubieten hat die Region in dieser Hinsicht bereits eine ganze Menge. Durch bewußte Schwerpunktsetzung könnte die ökologische Orientierung der Aktivitäten verstärkt

werden. Wenn sich Südbaden als ökologische Modellregion versteht, würde dies einerseits eine beträchtliche Attraktivität auf Auswärtige ausüben. Andererseits würde dieser Art von Fremdenverkehr eine sehr wichtige Bedeutung für die Weiterverbreitung ökologischer Konzepte, Innovationen und Ideen zukommen. Aus heutiger Sicht lassen sich zunächst die folgenden Maßnahmen vorschlagen:

- Vordringlich ist die Erstellung einer Übersicht der Aktivitäten in der Region, für die Auswärtige in größerer Zahl anreisen.
- Darauf müßte die Erarbeitung eines Konzepts zur schwerpunktartigen Förderung dieser Aktivitäten in der Region folgen. Besonders wichtig ist dabei die Ausarbeitung eines geeigneten übergreifenden Marketingkonzepts für private und professionelle Aktivitäten, sowie der allgemeinen Weiterbildung in der Region.
- Eine Bestandsaufnahme der Bereiche, in denen die Region überregional attraktive Know-How für Weiterbildungsaktivitäten anbieten kann, könnte neue Verbindungen zwischen dem Fremdenverkehr und anderen wirtschaftlichen sowie wissenschaftliche und kulturellen Aktivitäten in der Region herstellen.
- Im Sinne einer integrierten, regional orientierten Förderung dieser Aktivitäten sind eine Bestandsaufnahme und ein Konzept für den Ausbau dezentraler öffentlicher Infrastrukturen und die gezielte Ansiedlung spezialisierter Dienstleistungsunternehmen wünschenswert. Kommunale Bestrebungen sollten im regionalen Zusammenhang gesehen werden.
- Dringend zu empfehlen ist eine verstärkte internationale Werbung für europäische Zusammenkünfte mit einem deutlichen Schwerpunkt auf umweltrelevanten Themen. Hierzu ist die engere Zusammenarbeit der Fremdenverkehrswirtschaft mit einschlägigen international ausgerichteten Institutionen der Region anzustreben, sowie eine engere Kooperation sowohl mit dem Elsaß und der Nordwestschweiz als auch mit anderen europäischen Partnerstädten und -regionen.
- Die geplante Umweltakademie in Freiburg könnte ein wichtiger Katalysator für eine solche Entwicklung werden. Sie sollte mit überregional ausgerichtetem Kursangebot beschleunigt ausgebaut werden. Eine Ausweitung der Trägerschaft auf die Region wäre unter Umständen wünschenswert.
- Organisierte Besuchsmöglichkeiten modellhafter Ansätze einer ökologisch orientierten Wirtschaftsweise in der Region könnten zur Weiterverbreitung von Ideen beitragen, das umweltorientierte Image festigen und eine zusätzliche Attraktion darstellen.
- Für die einzelnen Fremdenverkehrsgemeinden ist die Herausarbeitung eines spezifischen Aktivitätsprofils mit wiederkehrenden Veranstaltungen von großer Bedeutung.
- Für die gezielte Ansiedlung und Förderung kulturell ausgerichteter Institutionen auch in kleinen Gemeinden müssen geeignete Möglichkeiten gefunden werden.

## 4 Tourismus und Ernährung

### 4.1 Landwirtschaft und Gastronomie als Kooperationspartner im sanften Tourismus

Gleich mehrere Wirtschaftsbereiche tragen zur Bewirtung und Versorgung der Gäste bei. Gastronomie, Landwirtschaft, Nahrungsmittelverarbeitung und -handel stillen nicht nur Hunger und Durst, sondern haben entscheidenden Einfluß auf die Form und Qualität des Nahrungsmittelangebots.

Die Vorteile regionaler Kooperationen dieser Bereiche sind besonders deutlich in der Wechselwirkung zwischen Gastronomie und Landwirtschaft und ihren Auswirkungen auf die Ökologie zu sehen. Die Verwendung qualitativ hochwertiger Produkte kommt nicht nur den Gastronomie- und Landwirtschaftsbetrieben selbst zu gute, sondern nützt auch, sofern die Produkte aus biologischem Anbau stammen, dem Naturschutz und fördert somit indirekt den Tourismus.

Im Rahmen der Zielsetzungen einer ökologischen Regionalentwicklung steht nicht die Förderung eines Wirtschaftsbereichs im Vordergrund, vielmehr sollen durch Vernetzungen einzelner Wirtschaftsbereiche positive Effekte für die Gesamtentwicklung der betreffenden Region erzielt werden.

Offensichtlich kommt ein attraktives Ernährungsangebot dem Tourismus zugute; bei allen Vorschlägen sind darüberhinaus andere Sektoren einzubeziehen, so daß eine solide ökonomische, ökologische und soziale Weiterentwicklung einer Region gewährleistet ist. Diese Vorstellungen unterscheiden sich von der üblichen sektoral orientierten Vorgehensweise, in der ein Sektor wie z. B. der Tourismus im Zentrum der Betrachtung steht und lediglich die indirekten Wirkungen auf andere Wirtschaftsbereiche wie z. B. auf die Landwirtschaft einbezogen werden, dergestalt, daß die Ausgangslage und die Interessen der Beteiligten bei der Bewirtung und Versorgung der Gäste Ausgangspunkte der Untersuchung sind.

Somit stellt die ökonomische Situation regionaler Wirtschaftsbereiche der Nahrungsmittelversorgung und ihre soziale und ökologische Bedeutung die Basis für Strategien und Handlungsvorschläge dar. Im Mittelpunkt dieser Analyse stehen die südbadische Landwirtschaft und Gastronomie als Hauptakteure der Befriedigung des Bedürfnisbereichs Ernährung bei Touristen.

Der regionale Lebensmittelhandel und die südbadische Nahrungsmittelverarbeitung können aus Zeitgründen nur am Rande betrachtet werden und bleiben späteren Untersuchungen vorbehalten.

Das Qualitätsniveau der Gastronomie wird maßgeblich am Können der Köche, der Qualität der eingesetzten Rohstoffe, der Speisekartengestaltung, aber auch zunehmend am Beitrag der Küchen zum Umweltschutz gemessen.

Die Landwirtschaft hat die Möglichkeit, mit der Art und Weise des Anbaus einen Beitrag zum Landschafts- und Dorfbild sowie zum Umweltschutz, insbesondere zum Wasserschutz, zu liefern. Besonders der kontrolliert biologische Anbau hat sich in den Richtlinien seiner Anbauverbände Vorschriften unterworfen, die einen entscheidenden Beitrag zum aktiven Umweltschutz darstellen.

Der kontrolliert biologische Anbau wird aus diesem Grund im Zentrum der Untersuchung stehen. Es gilt, seinen möglichen Beitrag für eine attraktive, umweltfreundliche Ernährung herauszuarbeiten.

Daneben werden die Möglichkeiten der Gastronomie erforscht, umweltfreundlich produzierte Nahrungsmittel in ihren Küchen zu verarbeiten, um durch diesen Umweltschutzbeitrag einem aktuellen Trend des Tourismus zu entsprechen.

Nach einer Grobabschätzung des vorhandenen Angebotsvolumen an Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau, werden Überlegungen zum Nachfragepotential angestellt.

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit Umsetzungsproblemen und Lösungsansätzen, wie sie vor allem in Großküchen bereits praktiziert werden.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen münden in drei konkrete Handlungsvorschläge, dem Nahrungsmittel-Abo für Ferienwohnungen, der Vertriebs- und Weiterverarbeitungsgenossenschaft für landwirtschaftliche Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau und einem regionalen ökologischen Gütesiegel **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischen Anbau in SÜDBADEN"**.

## 4.2 Kooperationspartner Landwirtschaft und seine Probleme

Nach der Gemeindestatistik 1989 gab es 1987 nur noch 26 016 landwirtschaftliche Betriebe in Südbaden; damit ist ihre Zahl in vier Jahren seit 1983 um beträchtliche 1.742 weiter gefallen. Pro Jahr mußten in diesem Zeitraum 435 Höfe in Südbaden aufgeben.

Damit verlor die südbadische Landwirtschaft mehr als einen Betrieb täglich.

Die Landwirtschaft und die Flächennutzung insgesamt sind in unserem Untersuchungsgebiet sehr vielfältig und unterstreichen dadurch in vielen Gebieten den Reiz der südbadischen Landschaft, zu der so unterschiedliche Landschaftstypen wie Kaiserstuhl, Schwarzwald, Rheinebene und Markgräflerland gehören. Besonders der Süden und Osten Südbadens wird durch den Wald geprägt; das gesamte Untersuchungsgebiet weist einen Waldanteil über dem baden-württembergischen Durchschnitt auf.

Die landwirtschaftliche Fläche ist durch den höheren Waldanteil etwas geringer als im baden-württembergischen Durchschnitt.

Von 1981 bis 1985 ist die landwirtschaftliche Fläche in Südbaden um weitere 1,4% zurückgegangen, ein kleiner Teil davon wurde durch die Ausdehnung der Waldfläche um 0,25% kompensiert. Damit vollzog sich auch hier im südbadischen Teil des Schwarzwaldes der generelle Trend zur Aufforstung. Der Rückgang der landwirtschaftlichen Fläche ist um 0,2% höher als im baden-württembergischen Mittel, reicht aber nicht an den Bundesdurchschnitt von 2% in den Jahren 1981 bis 1985.

In der landwirtschaftlichen Nutzfläche weisen die Kreise unseres Untersuchungsgebietes große Unterschiede auf. Während in Lörrach und Waldshut große Teile als Grünland bearbeitet werden, ist der Ackeranteil im Ortenaukreis und in Freiburg vergleichsweise hoch.

Südbaden ist geprägt durch besonders kleine Bauernhöfe. Während 1987 in der BRD 17,31 ha, in Baden-Württemberg 12,47 ha den Mittelwert darstellten, ist der südba-

**Entwicklung der Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe nach Kreisen 1983-1987**

	1983	1987	Abnahme
Freiburg	546	501	-8,3 %
Breisgau-HSW	6 989	6 559	-6,1 %
Emmendingen	4 225	3 965	-6,1 %
Ortenaukreis	9 375	8 772	-6,4 %
Waldshut	3 814	3 603	-5,5 %
Lörrach	2 805	2 612	-6,8 %
Südbaden	27 754	26 012	-6,3 %
BAWü	139 964	126 836	-9,3 %

**Tab. 3**

(Quelle: Statistisches Landesamt 1989a)

dische Hof im Durchschnitt nur 11,4 ha groß, wobei die Betriebe in Waldshut durchschnittlich mit 15,3 ha am größten, in Emmendingen mit 9,6 ha am kleinsten sind. Auffallend ist auch die große Flächenausstattung der Nebenerwerbsbetriebe in Waldshut mit durchschnittlich 10,7 ha, während Freiburg mit durchschnittlich 3,9 ha und Breisgau-Hochschwarzwald mit 4,6 ha die kleinsten durchschnittlichen Flächen ausweisen.

	Acker	Grünland
Freiburg	47,2%	32,1%
Breisgau-HSW	37,7%	49,8%
Emmendingen	43,3%	42,8%
Ortenaukreis	50,3%	39,9%
Lörrach	30,5%	62,2%
Waldshut	36,6%	61,3%

**Tab. 4**  
(Quelle: Statistisches Landesamt 1989b)

Die südbadische Landwirtschaft kann als Nebenerwerbslandwirtschaft charakterisiert werden. Wenn in Baden-Württemberg durchschnittliche 63% und in der BRD insgesamt 41,7% der Bauern zusätzlich anderweitig arbeiten, sind es in Südbaden 71,3%.

Die Nebenerwerbsrate liegt in Waldshut und Lörrach mit jeweils fast 75% am höchsten, während Freiburg und Breisgau-Hochschwarzwald mit 65% und 66% nur knapp über dem Baden-Württembergischen Durchschnitt liegen.

Hier liegen relativ viele Haupterwerbsbetriebe im Rheintal mit günstigen Produktionsbedingungen und im Hochschwarzwald, wo kaum Arbeitsplatzalternativen vorhanden sind und wo die dominierende Milchwirtschaft so arbeitsintensiv ist, daß sie nicht nebenbei betrieben werden kann.

Nimmt man lediglich die 25 818 Betriebe, deren Besitzer natürliche Personen sind, wird in 71,3% aller Höfe mehr als die Hälfte des Einkommens anderweitig verdient.

Wie zu erwarten, verzeichnen die Nebenerwerbsbetriebe mit einem Minus von 2,5% eine geringere Rückgangsrage als die im Haupterwerb betriebenen Höfe. Erstens ist die Abhängigkeit vom landwirtschaftlichen Einkommen geringer, und zweitens wird ein Teil der Haupterwerbsbetriebe vor ihrer Schließung in Nebenerwerbsbetriebe umgewandelt. Die 70,1% (hier sind auch die Betriebe, deren Besitzer keine natürliche Person ist, einbezogen) der landwirtschaftlichen Betriebe, die im Nebenerwerb bearbeitet werden, verfügen immerhin über 38% der landwirtschaftlichen Fläche.

Auffallend ist die sehr unterschiedliche Flächenausstattung der Nebenerwerbsbetriebe: in Waldshut sind es z.B. durchschnittlich 10,7 ha; in Freiburg sind es allerdings nur 3,9 ha und im Breisgau-Hochschwarzwald 4,6 ha.

Die Bedeutung der Nebenerwerbslandwirtschaft zeigt sich auch an ihrem Produktionspotential: 33,7% der Getreidefläche, 42,5% der Rebfläche und 31,1% der Milchkühe befinden sich in der Nebenerwerbsbetrieben. Wobei besonders der Bestand an Milch-

	unter 10 ha	10-20 ha	über 20 ha
Freiburg	321	9	-
Breisgau-HSW	3 925	353	79
Emmendingen	2 680	185	22
Ortenau	5 824	303	46
Lörrach	1 647	263	44
Waldshut	2 091	489	119

**Tab. 5**  
(Quelle: Stat Landesamt 1989b, S. 30ff)

kühen in der Nebenerwerbslandwirtschaft weit über dem baden-württembergischen Mittel von 23% liegt.

Veränderungs- und Umstellungsmöglichkeiten in der Landwirtschaft hängen von vielerlei Faktoren ab und sind bislang noch nicht systematisch erforscht worden. Sicherlich gehören hierzu auch die vorhandenen Arbeitskapazitäten und die innerbetriebliche Arbeitsorganisation.

Fast drei Viertel aller Betriebe werden somit "nebenbei" betrieben. "Nebenbei" bedeutet nicht, daß sie kaum Arbeitszeit erfordern,

sondern daß im Gegenteil, wenn mehr als 50% des Einkommens anderweitig verdient wird, eine ungeheure Arbeitsbelastung der südbadischen Bauern und vor allem auch Bäuerinnen vorliegt. Vier Fünftel der betroffenen Betriebsinhaber stehen in einem vollen außerbetrieblichen Beschäftigungsverhältnis. Bemerkenswert ist, daß trotz des Männeranteils von über 70% bei den außerbetrieblich Beschäftigten immerhin auch jede vierte Frau außerbetrieblich erwerbstätig ist. Außerdem sind es vor allem die Jüngeren (unter 50 Jahren), die sich beruflich doppelt engagieren.<sup>16</sup> Nach häufig ganztägiger anderweitiger beruflicher Tätigkeit muß am Feierabend und am Wochenende die Arbeit auf dem Hof gemacht werden. Oft sind es dann die Frauen, Kinder und die Alten, von deren tatkräftiger Mithilfe das Funktionieren dieser familiären Arbeitsorganisation abhängt.

Die Nebenerwerbslandwirtschaft wird deshalb neben der Entwicklung der landwirtschaftlichen Einkommen auch von demographischen und gesellschaftlichen Aspekten bestimmt. Das Hofnachfolgeproblem stellt sich für die Nebenerwerbsbetriebe in besonders krasser Form dar. Während jeder vierte Haupterwerbsbetrieb keine Person in der Verwandtschaft hat, die diesen Betrieb weiterführen könnte, sind es bei den Nebenerwerbsbetrieben 41%. Es ist fraglich, ob die zukünftige gesellschaftliche Entwicklung solche familiären Arbeitsorganisationen weiter gewährleisten kann und ob die nachfolgende Generation bereit ist, sich diesen extremen Arbeitsbelastungen bei

#### Anteil der Nebenerwerbsbetriebe nach Kreisen

	Betriebe <sup>1</sup>	NeB <sup>2</sup>
Freiburg	501	330
Breisgau-HSW	6 559	4 357
Emmendingen	3 965	2 887
Ortenau	8 772	6 173
Lörrach	2 612	1 954
Waldshut	3 603	2 699
	26 012	18 400

<sup>1</sup>Inhaber natürliche und juristische Personen

<sup>2</sup>Inhaber nur natürliche Personen

**Tab. 6**

(Quelle: Statistisches Landesamt 1989a, S. 80ff)

#### Anteil der Nebenerwerbsbetriebe an der landwirtschaftlich genutzten Betriebsfläche nach Kreisen 1987

	landwirt. genutzte Fläche insgesamt	NE	%
Freiburg	4 991	1 313	26,3%
Breisgau	68 174	20 350	29,8%
Emmendingen	38 327	13 710	35,7%
Ortenau	99 877	33 993	34,0%
Lörrach	30 070	15 189	50,5%
Waldshut	55 258	27 913	50,5%
	296 697	112 469	38,9%

**Tab. 7**

(Quelle: Statistisches Landesamt 1989 a)

<sup>16</sup>Stadler 1989

weitgehendem Freizeitverzicht zu unterwerfen, zumal sie durch eine bessere Ausbildung über weit größere berufliche Möglichkeiten verfügt als noch ihre Eltern. Dies wird bereits an den heute zusätzlich ausgeübten Berufen der Nebenerwerbslandwirte deutlich. Es fällt auf, daß ältere Arbeitnehmer gerade in Berufen tätig sind, die nicht unbedingt eine Ausbildung erfordern, jüngere dagegen der außerlandwirtschaftlichen Berufsausbildung ein weit größeres Gewicht beimessen. So haben beispielsweise drei Viertel der außerbetrieblich als Waldarbeiter tätigen Landwirte, aber nur 35% der als Mechaniker und Elektriker tätigen das 45. Lebensjahr bereits überschritten. Insgesamt bezieht sich die außerbetriebliche Tätigkeit der Landwirte auf ein breites Spektrum, wobei auffällt, daß im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in Baden-Württemberg die Nebenerwerbslandwirte unterproportional am Dienstleistungsgewerbe teilhaben. Nur gut ein Drittel der Nebenerwerbslandwirte und ihrer Ehegatten ist dort tätig, während inzwischen schon jeder zweite Erwerbstätige in Baden-Württemberg einen Dienstleistungsberuf ausübt. Stärker sind die Nebenerwerbslandwirte in den Fertigungsberufen und in landwirtschaftlichen Berufen engagiert. Auf gesamt Baden-Württemberg bezogen sind jeweils 0,03% in Ernährungsberufen und als Gastwirte/Kellner etc. tätig.<sup>17</sup> Die Lage der Nebenerwerbslandwirtschaft hängt von der konjunkturellen Entwicklung der Wirtschaftszweige und Berufsfelder ab, in denen die Nebenerwerbslandwirte beschäftigt sind. Am südlichen Oberrhein sind es Berufe der Holzwirtschaft, Papier, Kunststoff und Chemieverarbeitung, sowie Druck und Ernährungsberufe. Im Gebiet Schwarzwald-Baar-Heuberg sind es zusätzlich Elektriker, und im Nordschwarzwald dominieren Mechaniker, Tischler und Dienstleistungsberufe.

Insgesamt wird die Zukunft der südbadischen Landwirtschaft entscheidend davon abhängen, inwieweit Möglichkeiten gefunden werden, die auch den Nebenerwerbslandwirten eine Zukunft bieten. Möglichkeiten der betrieblichen Zukunftssicherung liegen einerseits in der Erhöhung landwirtschaftlicher Einkommen durch die Produktion qualitativ hochwertiger Güter, wie zum Beispiel auch Bioprodukte, und in der Übernahme von Weiterverarbeitungs- und Handelsfunktionen. Eine Umstellung auf kontrolliert biologischen Anbau erfordert viel Zeit und Know-how. Hier sind dringend großzügige Umstellungs- und Umschulungsbeihilfen notwendig, um es einem Teil der Nebenerwerbslandwirte zu ermöglichen, mit kontrolliert biologischem Anbau wieder in den Vollerwerb zurückzukehren.

<b>Das stürmische Wachstum der Anzahl der Betriebe mit kontrolliert biologischem Anbau in der BRD</b>				
<b>Jahr</b>	<b>Anzahl</b>	<b>ha</b>	<b>Quelle</b>	
1960	1-200	-	Sick <sup>1987</sup>	
1981/2	700	12 500	Sick <sup>1987</sup>	
1983/4	1 200	26 000	Sick <sup>1987</sup>	
1985	1 562	27 700	Häußler 1987	
1987	1 989	32 950	AGÖL	
1990	2 685	54 295	AGÖL	

**Tab. 8**

Der Haupteinwerbungsbetrieb hat im Vergleich dazu bessere Voraussetzungen, da die außerbetriebliche Belastung entfällt und meistens besseres Know-how vorhanden ist. Hier muß der große Einkommensdruck berücksichtigt werden, wenn Möglichkeiten einer Umstellung gefunden werden wollen. Wenn z.B. heute 25 Milchkühe mit jährlich 5000 l Milch

<sup>17</sup>Stärkel 1987

als Existenzgrundlage als notwendig erachtet werden, erfüllen diese Voraussetzung im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald nur wenige Betriebe; nur 18% der Höfe haben dort mehr als 20 Kühe.

Nur bei Berücksichtigung der oben ausgeführten Engpässe bei den Arbeitskapazitäten in der Nebenerwerbslandwirtschaft und bei der schlechten Einkommenssituation vieler Hauptidebetriebe, die wenig Spielräume für Experimente offen läßt, haben Vorschläge zur Umstellung auf kontrolliert biologischem Anbau und die Übernahme von Weiterverarbeitungs- und Handelsfunktionen durch die südbadische Landwirtschaft überhaupt Erfolgsaussichten.

Der Handlungsvorschlag II zur Gründung einer Vertriebs- und Weiterverarbeitungsgenossenschaft bezieht diese Aspekte ein.

#### 4.2.1 Der kontrolliert biologische Anbau als Ausweg?

Unter ökologischer Landwirtschaft werden die Betriebe gefaßt, die zu den in der AGÖL (Arbeitsgemeinschaft ökologische Landwirtschaft) zusammengeschlossenen Anbauverbänden gehören.

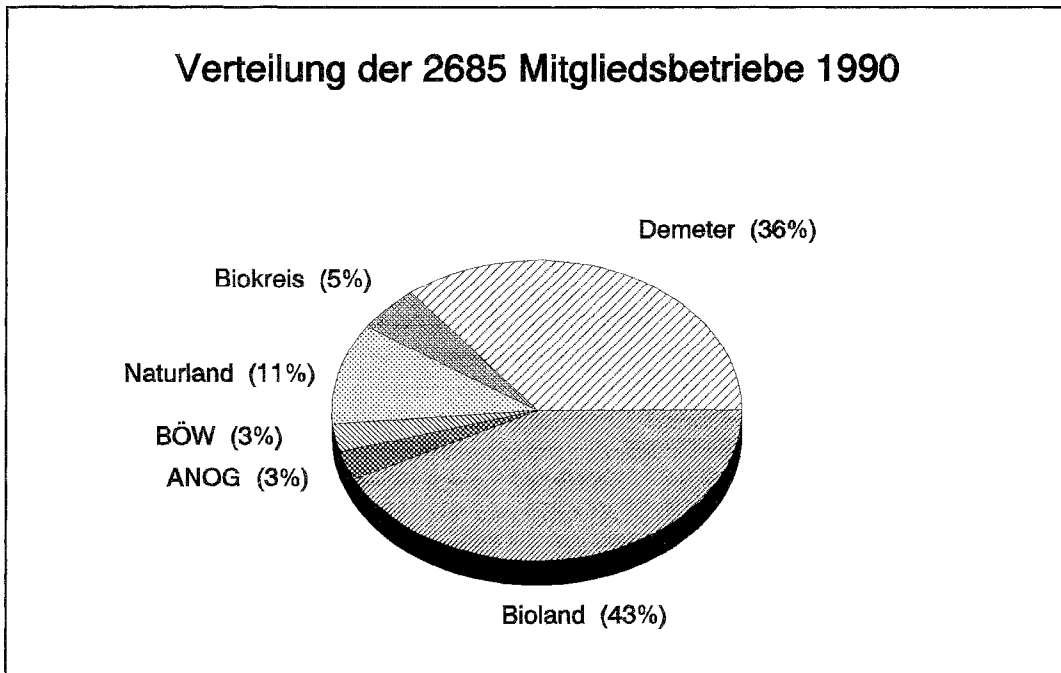


Abb. 13 Die AGÖL und ihre Mitglieder 1990

Die AGÖL zählt zu ihren Mitgliedern Demeter, Bioland, Naturland, den Bundesverband ökologischer Weinbau, ANOG und den Biokreis Ostbayern. Die Mitgliedsbetriebe teilen sich entsprechend Abb. 13 auf die Anbauverbände auf.

Die Zielsetzungen der AGÖL-Rahmenrichtlinien basieren auf drei Säulen, die wir hier als "harmonisches Dreieck der ökologischen Landwirtschaft" bezeichnen wollen:

- hochwertige Lebensmittel
- Sicherstellung einer bäuerlichen Existenz
- Erhalt des globalen Gleichgewichts



Das starke Wachstum der Anzahl der Betriebe kontrolliert biologischen Anbaus legt die Vermutung nahe, daß diese Anbauform nicht nur eine ökologische Lösung, sondern auch eine ökonomische Perspektive für die Landwirtschaft darstellen kann.

Tatsächlich ist das durchschnittliche Jahreseinkommen der Betriebe des ökologischen Anbaus höher als das der konventionellen Betriebe (siehe Agrarbericht 1988).

Die bäuerliche Landwirtschaft ist darüberhinaus ein wichtiger Bestandteil der Regionalentwicklung (siehe Verz. I).

#### 4.2.1.1 Anzahl der Biobetriebe in Südbaden

Für unsere Untersuchung sind besonders die direktvermarktenden Betriebe von Bedeutung, da zunächst vor allem diese Betriebe als Zulieferer für die regionale Gastronomie in Frage kommen. In Südbaden gibt es 117 direktvermarktende Betriebe des kontrolliert biologischen Anbaus. Insgesamt liegt die Zahl der ökologischen Landwirtschaftsbetriebe in Südbaden um ca. 35% höher, wobei Bioland mit 80 Betrieben (davon 20 in der Umstellung) inzwischen, was die Anzahl der Mitgliedsbetriebe betrifft, den Demeterverband mit 50 Mitgliedsbetrieben von der Spitzenposition in unserem Untersuchungsgebiet abgelöst hat. Die restlichen Betriebe gehören vor allem dem erst vor kurzer Zeit in Südbaden aktiv gewordenen Naturlandverband und dem Bundesverband Ökologischer Weinbau an.

Südbaden und insbesondere der Freiburger Raum haben an dem stürmischen Wachstum der Biobetriebe in der BRD nicht so stark teilgenommen, obwohl der Absatz auch hier regional ständig gestiegen ist. Dies ist darauf zurückzuführen, daß einerseits die ökologische Landwirtschaft sich zunächst gerade in Südbaden entwickelte und in anderen Regionen ein großer Nachholbedarf bestand und andererseits in der Rheinebene sowie im Kaiserstuhl günstige Produktionsvoraussetzungen herrschen, so daß der Zwang zur Umstellung von der ökonomischen Seite her nicht so stark ist wie anderswo.

#### 4.2.2 Absatzsituation und Engpässe

Der Absatz von Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau erfolgt bei Demeter über Direktvermarktung und den Großhandel, bei Bioland zu ca. 50% über Direktvermarktung, wobei sich besonders im Schwarzwald die Absatzmöglichkeiten schwierig gestalten. Die Mitgliedsbetriebe von Naturland setzen ihre Produkte über Direktvermarktung, Großhandel und über Kontakte zu Verarbeitern ab. Die Absatzmöglichkeiten der Betriebe mit kontrolliert biologischen Anbau

##### **Bäuerliche Landwirtschaft fördert die Regionalentwicklung**

- Landhandel
- Reparaturwerkstätten
- regionales Ernährungsgewerbe
- Bauhandwerk
- Fremdenverkehr
  - \* Landschaftsbild
  - \* Dorfbild
  - \* umweltfreundliche Ernährung
  - \* ökologisches Gleichgewicht der Region

Verz. I

können heute insgesamt als gut bezeichnet werden. Lediglich bei einigen Produktgruppen gibt es teilweise Absatzschwierigkeiten. Nach einer Umfrage bei den Anbauverbänden gehören hierzu bei allen Verbänden Fleisch und Milch; Bioland sieht zusätzlich Schwierigkeiten bei Milchprodukten insgesamt sowie bei Getreide. Von diesen Produktgruppen muß ein beträchtlicher Teil der unter den besonderen Vorschriften der Anbauverbände erzeugten landwirtschaftlichen Produkte als konventionelle Nahrungs-

mittel abgesetzt werden. Thomas<sup>18</sup> weist darauf hin, daß z. B. im Milchbereich trotz leichter Verbesserungen bis heute keine entscheidende Veränderung zu der Umfrage von Hamm<sup>19</sup> eingetreten ist, nach der 56% der Rohmilch aus den Biobetrieben in Baden-Württemberg in konventionelle Kanäle floß, besonders in Südbaden wird auch heute noch keine Rohmilch in den Molkereien als Biomilch verarbeitet. Ob die momentan laufenden Gespräche mit der Breisgau-Milch eine Veränderung bringen, ist noch nicht abzusehen.

In Südbaden haben bereits mehrere Supermärkte ihr Interesse signalisiert, Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau in ihr Sortiment aufzunehmen. Die Anbauverbände und einzelnen Bauern betrachten diese Möglichkeit eher skeptisch, da man befürchtet, durch die Bindung an mächtige Abnehmer in Abhängigkeit zu geraten.

Ob umstellungswillige Landwirte den Schritt zum kontrolliert biologischen Anbau wagen und damit einen wesentlichen Beitrag zum Umweltschutz und für eine qualitativ hochwertige, gesunde Ernährung leisten, hängt entscheidend von den zukünftigen Absatzmöglichkeiten und -bedingungen ab. Trotz des wesentlich geringeren Wachstums in Südbaden muß auch hier, um den umstellungswilligen Landwirten einigermaßen sichere Zukunftsaussichten zu bieten, nach neuen Absatzwegen und ungedecktem Nachfragepotential gesucht werden.

Probleme sind in der Zukunft zu erwarten, wenn sich das Angebot erhöht, ohne daß gleichzeitig zusätzlich Absatzmöglichkeiten geschaffen werden. Ein Blick auf die jährlichen Zuwachsraten in der BRD macht die Notwendigkeit neuer Absatzwege deutlich. Von 1988 zu 1989 verzeichnete Demeter einen Anstieg seiner Mitgliedsbetriebe von 10%, Bioland von 50% und Naturland sogar von 100%. Nicht unmaßgeblich war das EG-Extensivierungsprogramm an dieser Entwicklung beteiligt. Aber auch ohne diese Einflußgröße war in den Jahren davor ein starkes Wachstum zu verzeichnen (siehe 4.2.1, 4.2.1.1, 4.2.1, 4.2.1.1).

#### **4.2.3 Zukünftige Absatzmöglichkeiten und europäischer Binnenmarkt**

Die Chancen der Biolandwirtschaft werden in Zukunft immer stärker von der europäischen Konkurrenz beeinflußt. Auch in den übrigen Ländern der europäischen Gemeinschaft steigt die Anzahl der Biobetriebe.

Zur Zeit wird an einer europäischen Richtlinie über die Kennzeichnung von Bioprodukten gearbeitet. Mit einer Verordnung über den biologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel<sup>20</sup> sollen harmonisierte Rahmenbedingungen für die Etikettierung, Erzeugung und Kontrolle von Agrarerzeugnissen und Lebensmittel geschaffen werden.

Die Kommission der Europäischen Gemeinschaft will damit der Tatsache Rechnung tragen, daß Agrarerzeugnisse und Lebensmittel aus biologischem Landbau beim Verbraucher immer mehr Anklang finden und daß dieser Trend einen neuen Markt für landwirtschaftliche Erzeugnisse schafft. Ausdrücklich wird bestätigt, daß der biologische Landbau den Boden weniger intensiv nützt und somit einen Beitrag leistet zur Neuausrichtung der gemeinsamen Agrarpolitik mit der Zielsetzung Schaffung eines Gleichgewichts zwischen Angebot und Nachfrage nach Agrarerzeugnissen und zum Schutz der Umwelt sowie zur Erhaltung des ländlichen Raumes.

Mit der gemeinschaftlichen Rahmenvorschrift soll der lautere Wettbewerb der Hersteller gesichert werden. Auf inhaltliche Probleme bei der Gestaltung dieser Richtlinie wie z.B. der Möglichkeit, chemisch-synthetische Stoffe einzusetzen, und auf die Einbezie-

---

<sup>18</sup>Thomas 1990

<sup>19</sup>Hamm 1986

<sup>20</sup>Kommission der Europäischen Gemeinschaften 1989

hung verarbeiteter Erzeugnisse mit einem sehr geringen Anteil von Produkten aus biologischem Landbau kann an dieser Stelle nicht eingegangen werden.

In unserem Zusammenhang ist die ökonomische Wirkung einer solchen Richtlinie von Bedeutung: einerseits schützt eine solche Kennzeichnung vor Pseudo-Bioproducten und unlauterem Wettbewerb, andererseits muß sich der kontrolliert biologische Anbau einer größeren europäischen Konkurrenz stellen. Diese Konkurrenz arbeitet zum Teil mit wesentlich günstigeren Produktionsbedingungen aufgrund besserer klimatischer Voraussetzungen und geringerer Arbeits- und Lebenshaltungskosten. Zudem werden nach dem vorliegenden Entwurf die Kriterien der Richtlinie wesentlich schwächer als die Anbauvorschriften der AGÖL-Verbände ausfallen und somit weitere Nachteile für die Mitgliedsbetriebe der AGÖL entstehen.

Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, frühzeitig Strategien für den Umgang mit der europäischen Konkurrenz zu entwickeln. Hierbei bietet sich einerseits eine verstärkte regionale Verankerung mit regionalen Absatzstrategien und andererseits eine zusätzliche regionale Kennzeichnung an.

### 4.3 Der Kooperationspartner Gastronomie in Südbaden

#### 4.3.1 Anzahl der Betriebe in Südbaden

Die Handels- und Gaststättenzählung 1985 weist für Südbaden 2 627 Gaststätten aus. Damit befinden sich 13,8% aller (18 931) baden-württembergischen Gaststätten in den Landkreisen Emmendingen, Breisgau-Hochschwarzwald, Lörrach, Waldshut, in Freiburg und im Ortenaukreis.

Der Ortenaukreis fällt mit seiner großen Anzahl von Gaststätten auf. Hier befinden sich fast doppelt so viele Gaststätten wie im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald, der mit der Anzahl der Gaststätten an zweiter Stelle steht.

Bezogen auf die Wohnbevölkerung 1986 kommen in Baden-Württemberg 491 Menschen auf eine Gaststätte, in Freiburg 596, in Breisgau-Hochschwarzwald 472, in Emmendingen 529 und im Ortenaukreis 402 Menschen. Somit liegen der Ortenaukreis und Breisgau-Hochschwarzwald in der Gaststättenausstattung (Gaststätten pro Einwohner) unter dem baden-württembergischen Durchschnitt.

Gastronomiebetriebe in Südbaden 1985	
Ortenaukreis	863
Emmendingen	255
SK Freiburg	310
Breisgau-HSW	442
Lörrach	413
Waldshut	344
(Handels- und Gaststättenzählung 1985)	

Tab. 9

#### 4.3.2 Die Bedeutung des Tourismus für die Gaststätten

Die Bedeutung des Tourismus für die Gaststätten kann grob an der Anzahl der Übernachtungen im Fremdenverkehr geschätzt werden. Allerdings sind dabei Veränderungen in der Struktur der Übernachtungen wie etwa die ständig wachsende Zahl der Ferienwohnungen zuberücksichtigen. Diese Urlaubsgäste verpflegen sich in der Regel selbst; nur ab und zu wird das Essen in einer Gaststätte eingenommen. Insgesamt gab es 1985 33 200 200 Mill Übernachtungen in Baden-Württemberg; das heißt pro Gaststätte und Tag 4,8 potentielle Gäste durch den Fremdenverkehr. Diese Zahl

vermindert sich durch die Gäste der Ferienwohnungen und erhöht sich durch die Anzahl der Tagestouristen.

Der Ortenaukreis verzeichnete 1985 im Vergleich 2.550 Übernachtungen pro Gaststätte und erhält dadurch fast 7 potentielle Gäste pro Tag und Gaststätte. Der Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald verzeichnet 1985 durchschnittlich 8.458 Übernachtungen pro Gaststätte, d. h. täglich zusätzlich 23 potentielle Gäste durch den Fremdenverkehr pro Gaststätte. Freiburg: 1 948 Übernachtungen pro Gaststätte, das ergibt 5,3 potentielle Gäste pro Tag und Gaststätte. Emmendingen: 2 225 Übernachtungen pro Gaststätte, das ergibt 6 potentielle Gäste pro Tag und Gaststätte.

**Potentielle Gäste aus dem Fremdenverkehr pro Gaststätte und Tag nach Übernachtungszahlen 1985**

Baden-Württemberg	4,8
Ortenaukreis	7,0
Breisgau-Hochschwarzwald	23,0
SK Freiburg	5,3
Emmendingen	6,0

Tab. 10

Gerade im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald gibt es allerdings sehr viele Ferienwohnungen. Eine Analyse der Bewohner von Ferienwohnungen und der Tagesausflügler nach der Häufigkeit ihres Gaststättenbesuchs könnte Aufschlüsse über die Bedeutung des Fremdenverkehrs für die südbadische Gastronomie ergeben; sie muß aus Zeitgründen weiteren Untersuchungen vorbehalten bleiben.

#### 4.3.3 Umsatz und Beschäftigte der Gaststätten in Südbaden

Südbaden hatte 1984 mit 13,8% aller baden-württembergischen Gaststätten einen überproportionalen Umsatzanteil von 14,6% an dem Umsatz aller baden-württembergischen Gaststätten.

	Umsatz 1000 DM	Beschäftigte
Ortenaukreis	169 705	2 927
Emmendingen	44 760	809
Freiburg	111 408	1 762
Breisgau-Hochschwarzwald	110 578	1 689
Lörrach	108 571	1 781
Waldshut	66 704	1 183
Emmendingen und Waldshut incl. jeweils einer Kantine		

Tab. 11 **Umsatz und Beschäftigte in den Gaststätten in Südbaden 1984**  
(Statistisches Landesamt: Handels- und Gaststättenzählung 1985; IHK 87, S. 29)

Die Gaststätten in Südbaden tragen mit einem Gesamtumsatz von über 6 Mrd. DM zur wirtschaftlichen Entwicklung Südbadens bei.

10.148 Menschen oder 14,7% aller in der baden-württembergischen Gastronomie Beschäftigten arbeiten in Südbaden. Damit ist die Gastronomie in Südbaden im Vergleich zu Baden-Württemberg insgesamt etwas besser mit Arbeitskräften ausgestattet. Diese Beschäftigtenzahl erhöht sich noch durch die zahlreichen statistisch nicht erfaßten geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse in der Gastronomie.

	pro Arbeitsstätte	pro Beschäftigten
Ortenaukreis	197 000	57 979
Emmendingen	175 529	55 327
Freiburg	359 000	63 228
Breisgau	250 000	65 470
Hochschwarzwald		
Lörrach	262 883	60 960
Waldshut	193 907	56 385

**Tab. 12 Relativer Umsatz der Gaststätten in Südbaden 1984**

Während sich das Verhältnis zwischen Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigten in kleineren und mittleren Betrieben ungefähr die Waage hält, überwiegt in den größeren Unternehmen der Anteil der Vollzeitarbeitskräfte. Hiervon ausgenommen sind Systemgaststätten und Betriebe im studentischen Umkreis, die sich vor allem in größeren Städten, besonders in Freiburg, befinden.

#### 4.3.4 Arbeitskräftemangel - der Schwachpunkt der südbadischen Gastronomie

In Südbaden herrscht, wie überall im Gaststättengewerbe der BRD, ein extremer Arbeitskräftemangel. In den Gaststätten mangelte es an Arbeitskräften aller Qualifikationsstufen. Allein der Arbeitsamtsbezirk Lörrach z.B. weist im Jahresmittel 367 offene Stellen im Gaststättengewerbe bei 1781 Beschäftigten aus.<sup>21</sup>

Der Arbeitskräftemangel bezieht sich nicht nur auf das Gaststättengewerbe, sondern alle Bereiche des Gastgewerbes. Allein in Baden-Württemberg fehlen dort derzeit 15.000 Arbeitskräfte.<sup>22</sup> Die Zahl der Nachwuchskräfte ist in den letzten Jahren in allen Berufen des Gastgewerbes stark rückläufig. In den Berufsgruppen des Hotel- und Gaststättengewerbes erfolgte eine Abnahme des Bestands an Ausbildungsverträgen um 25%. Damit ist 1989 jeder vierte Ausbildungsplatz von 1986 nicht mehr besetzt.

Noch dramatischer stellt sich die Situation in den Kernberufen des Gaststättengewerbes dar.

Die Anzahl der Ausbildungsverträge ist bei den Köchen in Südbaden um 45% zurückgegangen. Es werden also im Vergleich zu 1986 nur noch halb so viele Köche

#### Bestand an Ausbildungsverträgen in den Berufen des Gastgewerbes in Südbaden 1986 und 1989

	1986	1989
Freiburg	291	231
Breisgau-HSW	992	815
Emmendingen	169	137
Ortenau	608	434
Lörrach	865	568
Waldshut	2925	2185

**Tab. 13**

(Quelle: IHK Südlicher Oberrhein und IHK Hochrhein-Bodensee 1990)

<sup>21</sup>Arbeitsamt Lörrach 1989

<sup>22</sup>Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung, 7.7.1990

ausgebildet. So sind in der südbadische Gastronomie in den nächsten Jahren noch größere Probleme als bisher bei der Suche nach ausgebildetem Personal zu erwarten. Diese Reduzierung der Lehrlinge im Kochberuf ist so stark, daß damit auch der hohe Qualitätsstandard der südbadischen Gastronomie ernsthaft bedroht ist.

Verstärkt wird diese Situation durch gleichzeitigen Rückgang der Lehrlinge bei den Restaurantfachmännern/frauen um 36% in nur drei Jahren.

Immer wieder werden die hohen Fluktuationsraten im Gastgewerbe beklagt, so ist die Arbeitslosenzahl bei Berufen aus dem Gaststättengewerbe im Arbeitsamtsbezirk Freiburg trotz Arbeitskräftemangel gestiegen. Z. B. gab es im Sept. 1980 erst 90 arbeitslose Köche, sieben Jahre später waren es bereits 264. Erst danach nimmt ihre Zahl wieder (allerdings nur geringfügig) ab; so gab es 1988 250 und 1989 immerhin noch 232 arbeitslos gemeldete Köche.

<b>Bestand an Ausbildungsverträgen "Koch/Köchin" in Südbaden 1986 und 1989</b>		
	1986	1989
Freiburg	114	75
Breisgau-HSW	388	288
Emmendingen	79	13
Ortenau	249	48
Lörrach	383	238
Waldshut	1210	662

Tab. 14

Wochenendarbeit, gespaltene Arbeitstage, kapazitätsorientierte Arbeitszeit und nicht zuletzt die relativ geringere Bezahlung machen die Arbeit im Gastgewerbe unattraktiv. Um eine nachhaltige Besserung zu erreichen, sind neue Weiterbildungsmöglichkeiten, flexibles Zeitmanagement, modernes Personalmanagement und verbesserte Bezahlung erforderlich.

Der Arbeitskräftemangel bei Köchen führt zu einem ständig steigenden Einsatz von Convenienceprodukten, nach Schätzungen von Experten setzen inzwischen ca. 30% der Gaststätten Fertig- und Teilfertigprodukten in großem Umfang ein.

#### **4.4 Touristen als Abnehmer der Produkte des kontrolliert biologischen Anbaus**

##### **4.4.1 Angebotsformen für Touristen**

Den Urlauber können auf verschiedene Wegen Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau angeboten werden. Neben der Belieferung der Gastronomie (incl. Kurbetriebe) ist der Direktverkauf an Selbstkocher (Ferienwohnungen, Camper), der Direktverkauf oder Verkauf durch Einzelhandel von Produkten zum Mitnehmen und der Verkauf auf Festen denkbar. Zunächst werden Erfahrungen mit verschiedenen Angebotsformen dargestellt, dabei gilt das besondere Interesse der Zusammenarbeit mit der Gastronomie.

##### **4.4.2 Beispiele neuer Absatzwege**

Gute Erfahrungen zwischen kontrolliert biologischer Landwirtschaft und Gastronomie wurden in Österreich gemacht. Die Tauernlammen Genossenschaft<sup>23</sup> liefert 70% von ihrer

<sup>23</sup>Informationen bei Tauernlamm Verwertungsgesellschaft, Eschenau 11, A-5660 Zell am See.

insgesamt 4000 Lämmer an die Gastronomie. Dabei sind es vor allem die Salzburger Spitzenköche, die Wert auf Schaffleisch mit hoher Qualität legen. Der Rest geht in den Handel (Konsum-Läden), dort werden vor allem Teile verkauft, die in der Gastronomie weniger beliebt sind.

Die Tauernlammgenossenschaft betreibt ein eigenes Schlachthaus. Das Projekt der aus 15 Mitgliedern bestehenden Genossenschaft wird durch gezielte Werbemaßnahmen begleitet. So hat sich der Grillwagen, der ähnlich einem mobilen Würstchenstand auf Zeltfeste und Jahrmärkte fährt und auch Rezepte verteilt, als Werberenner entpuppt. Auf diese Weise wird Schaffleisch bekannt gemacht.

Die Naturland-Metzgerei Herr<sup>24</sup> im Kinzigtal beliefert 3 Großküchen und bisher zwei Gastronomiebetriebe - weitere Interessenten sind vorhanden. Zusätzlich wird ein Verkaufswagen auf einem Wochenmarkt sowie ein shop in shop innerhalb eines Naturkostgeschäftes in Freiburg betrieben. Es treten ähnliche Probleme in der Zusammenarbeit mit der Gastronomie auf wie bei der Tauernlammgenossenschaft: auch hier werden nur die bei den Gästen als hochwertig eingestuftes Fleischstücke nachgefragt. M. E. gilt es in der Zusammenarbeit zwischen Gastronomen und Landwirten zu überprüfen, inwieweit ein Marketing mit einem neuem Qualitätsbegriff, der den Schutz der Umwelt enthält, Chancen bei den Gästen hat.

Bauernhand-Naturkost<sup>25</sup> ist ein Zusammenschluß von 29 Betrieben in der Oststeiermark und Graz. Die landwirtschaftlichen Betriebe sind entweder Mitglied im Verband organisch-biologischer Bauern Österreichs oder in der Umstellungsphase. Der seit August 89 bestehende Verein versteht sich als Vermittlungsorganisation, die das Angebot zusammenfaßt und mit einem gemeinsamen Vermarktungsfahrzeug die Nachfrager beliefert. Das Büro in Gestach nimmt Bestellungen auf und gibt sie an die Bauern weiter. Bauernhand - Naturkost beliefert unter anderem 27 Gastronomiebetriebe der gehobenen Gastronomie. Die meisten dieser Betriebe führen das Gütezeichen "von der steirischen Gesellschaft für Gesundheitsschutz empfohlen". Durch die genaue Warenkennzeichnung und der Angabe der Adresse des jeweils liefernden Bauern wird zumindest theoretisch eine Kontrolle für den Gast möglich.

#### **4.4.3 Angebots- und Nachfragepotential in Südbaden**

Die südbadischen landwirtschaftlichen Betriebe des kontrolliert biologischen Anbaus verfügen über eine breite Angebotspalette, haben allerdings - Fleisch, Milch und Milchprodukte ausgenommen - bereits heute gute Absatzbedingungen. Für die drei genannten Produktgruppen müssen dringend neue Absatzwege geschaffen werden, zumal diese Produktgruppen besonders wichtig für die Landwirtschaft in weiten Teile Südbadens sind. Darüber hinaus ist es für eine weitere Ausdehnung des Marktes notwendig, sich für alle landwirtschaftlichen Produkte schon heute neue Absatzwege zu schaffen. Die Absatzmöglichkeiten, die sich dadurch eröffnen, können möglicherweise zu weiteren Betriebsumstellungen führen.

Das Interesse für Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau ist in der Bevölkerung vorhanden. Besonders im Urlaub wird die Qualität der Ernährung und der Schutz der Umwelt immer höher eingeschätzt. Einzelne Gastronomiebetriebe stellen sich bereits auf diesen Trend ein (siehe 4.8.1). In Österreich ergab eine Befragung<sup>26</sup> in rund 340 gastronomischen Betrieben in den Bezirken Imst und Schaz sowie in rund 40 Betrieben des Bundes österreichischer Gastlichkeit (BÖG) in Tirol, daß sich fast alle einen regelmäßigen Direktbezug bäuerlicher Produkte vorstellen können. Dabei wünschen sich 25% der befragten Tiroler Gastronomen eine Intensivierung der

---

<sup>24</sup>Informationen bei Naturland Metzgerei Josef Herr, Klettnerstr.12, 7619 Welschensteinach.

<sup>25</sup>Informationen bei Bauernhand Naturkost, Mühlgasse 79/1, A-Gleisdorf.

<sup>26</sup>Regenermel, Gaby /Schmid, Michael 1989

Beziehung zu der lokalen Landwirtschaft. Bei 30% der Gastronomen sind vollbiologische Produkte erwünscht. Leider liegen, abgesehen von Daten über einige einzelne Betriebe, bisher keine Informationen über das Interesse der Gastronomen in Südbaden an Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau vor. Um diesen Mangel zu beheben, werde ich in Kürze eine Befragung in Zusammenarbeit mit dem Fremdenverkehrsverband Schwarzwald durchzuführen. Es ist geplant, alle 4800 Mitgliedsbetriebe des Fremdenverkehrsverbandes Schwarzwald in die Befragung einzubeziehen, um einen Überblick über die Bereitschaft der südbadischen Gastronomie zum Einsatz von Bioprodukten zu gewinnen.

## 4.5 Umsetzungsprobleme

Die momentane Angebotsform kontrolliert biologisch erzeugter landwirtschaftlicher Produkte eignet sich nur bedingt für den Einsatz in der Gastronomie.

### 4.5.1 Angebotspalette und Angebotsstreuung

Viele kleine Anbieter mit begrenztem Sortiment machen den Einkauf für die Gastronomen mühsam, da besonders in größeren Restaurants und in Kurbetrieben große Mengen benötigt werden. Die Catering-Firma EUREST Frankfurt, die mit ihrem Leitmotiv "Bewußte Küche" zahlreiche Betriebsrestaurants in Frankfurt und Umgebung betreibt, sieht das Hauptproblem für den vermehrten Einsatz von Bioprodukten in den vorhandenen Lieferengpässen. Die starken jahreszeitlichen Schwankungen der Angebotsmengen stellen ein zusätzliches Problem dar.

Die ersten Schritte, um den Einkauf umzustellen, sind meist beschwerlich, gut eingespielte Lieferbeziehungen, wo oft die Vertreter sogar ins Haus kamen und die Anlieferung zuverlässig war, müssen ganz oder teilweise durch neue ersetzt werden.

Die Evangelische Akademie Bad Boll bekam nach anfänglicher Suche immer mehr Angebote und kann heute die Vorteile einer regionellen Zulieferung mit frischer Ware, die Möglichkeit kurzfristig umzudisponieren, Preisvorteile bei der Abnahmen von Schemmen und Einsparung von Arbeitszeit (z.B. durch geputzten Ackersalat) nutzen<sup>27</sup>. Gute Erfahrungen wurden auch mit biologischen Regionalverteilern gemacht.

### 4.5.2 Fehlende Weiterverarbeitung gegenüber Convenience-Produkten und Arbeitskräftemangel in der Gastronomie

Großküchenleiter bemängeln das Fehlen von Teil- und Fertigprodukten sowie die wenig großküchengerechte Anlieferungsgröße, unpraktische Verpackungseinheiten und den hohen Schmutzanteil.

Der Ersatz von Fertigprodukten setzt eine optimale Arbeitsplanung voraus. In Bad Boll erwies es sich als günstig, daß die einzelnen Arbeitsbereiche innerhalb der Hauswirtschaft der Akademie nicht organisatorisch getrennt waren, sondern alle der Hauswirtschaftsleiterin unterstehen. So war es leichter, die Arbeitsspitzen in der Küche durch geschickte Planung zu bewältigen. Die Mitarbeiter in der Belegung, Hauspflege, Putzen, Waschen, Kochen und Backen konnten so flexibel überall eingesetzt werden. Selbstverständlich setzt dies auch ein überaus hohes Engagement der Mitarbeiter voraus. Die stärkere Belastung, die zusätzlich durch den schonenderen Umgang mit den Lebensmitteln entsteht (z. B. darf Gemüse nicht totgekocht und zu lange warmgehalten werden, Salat nicht stundenlang im Wasser liegen-alles so frisch wie möglich) wurde

---

<sup>27</sup>Geschäftsführerkonferenz des Leiterkreises der Ev. Akademien in der BRD 1989



zum Teil dadurch ausgeglichen, daß die Arbeit umorganisiert oder Maschinen optimal ausgenutzt wurden.

Die Mitarbeiter durchdachten gemeinsam die Arbeitsabläufe, Geräte bekamen einen anderen Standort, bei jeder Handarbeit wurde überlegt, ob sie durch Maschinen ersetzt werden könnte.

Maschinen wurden für viele neue Schneidvorgänge genutzt, bequeme Arbeitsstühle und -geräte wurden installiert.

#### **4.5.3 Kosten**

Besonders im Großküchenbereich erweist sich der Preis als Hemmnis. Die Evangelische Akademie Bad Boll errechnete eine Kostensteigerung von 25-30% beim Einsatz von umweltfreundlich produzierten Lebensmitteln. Bei der Catering-Firma Eurest Frankfurt<sup>28</sup> ergeben sich keine Kostenprobleme, der teilweise höhere Preis wird dort in der Mischkalkulation (weniger oder gar kein Fleisch) wieder aufgefangen.

Um auf Dosen, Tüten und sonstige Fertigprodukte zu verzichten, hält man in der Akademie Bad Boll eine Erhöhung des Tagessatzes von 5,20 DM auf ca 8-10 DM für notwendig.

#### **4.5.4 Kennzeichnungsprobleme auf der Speisekarte**

Eine Umfrage<sup>29</sup> bei den Großküchen in Baden-Württemberg ergab, daß der Bekanntheitsgrad von Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau noch gering ist. Es treten Schwierigkeiten bei der Begriffsdefinition der einzelnen Anbauverbände auf.

Häufig besteht auch eine Aversion gegenüber dem Begriff Bio, bedingt durch angeblich erlebte Fälschungen bzw. Täuschungen von einzelnen Händlern.

In der Regel werden nur einzelne Produkte aus biologischem Anbau bezogen, oft nicht einmal eine Warengruppe wie Fleisch oder Gemüse. Zudem besteht das Problem, daß der Rest des jeweiligen gastronomischen Angebots nicht als minderwertig abqualifiziert werden soll.

### **4.6 Handlungsvorschlag I: Das Nahrungsmittel-Abo "bio-regional"**

27% aller Übernachtungen im Hochschwarzwald erfolgen inzwischen in Ferienwohnungen. Oft wird zumindest ein Teil der Nahrungsmittel mitgebracht, so daß die heimische Wirtschaft von dieser Urlaubsform wenig profitiert. Bisher gibt es kaum Ansätze des lokalen Nahrungsmittelgewerbes, -handels und der Landwirtschaft, sich diesen immer größer werdenden Markt wieder zurückzuerobern.

Unsicherheit über die lokale Versorgungslage, preisgünstige Einkaufsmöglichkeiten am Heimatort, der Wunsch nach Vermeidung eines großen Zeitaufwands für den Einkauf und der häufige Beginn des Urlaubs am Wochenende etc. lassen es sinnvoll erscheinen, die Lebensmittel von zu Hause mitzubringen. Zudem gibt es bei vielen standardisierten und überregional gehandelten Nahrungsmitteln (wie z.B. Tomaten aus Holland) keinen Grund, sie erst am Urlaubsort einzukaufen.

---

<sup>28</sup>Informationen bei EUREST Deutschland GMBH, Lyoner Straße 23, 6000 Frankfurt

<sup>29</sup>Informationen bei Herrn Dörsam, Mahlestr. 64, 7024 Filderstadt-Bonlanden

## Das Nahrungsmittel-Abo "bio-regional"

### Abo-Korb

#### Produkte der Region

und regionale Spezialitäten  
aus kontrolliert  
biologischem Anbau

- direkte Belieferung
- Abholung im örtlichen Lebensmittelhandel

### Verz. II

Eine Veränderung dieser Situation erfordert nicht nur eine bessere Information der Urlauber über die Einkaufsmöglichkeiten vor Ort, sondern auch und vor allem eine Information der Urlauber über Möglichkeiten, andere und qualitativ bessere Nahrungsmittel an ihrem Urlaubsort zu bekommen. Wenn die höhere Qualität der Lebensmittel auf Anbaumethoden beruht, die die Natur der Urlaubsregion schützen, ist für die wachsende Zahl der umweltbewußten Urlauber ein zusätzliches Argument vorhanden, die Nahrungsmittel am Urlaubsort zu kaufen. Eine Marketingstrategie muß den Beitrag der Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau zum Umweltschutz als zusätzliches Qualitätsmerkmal verdeutlichen und mit regionaltypischen Merkmalen verbinden.

## Stufenplan zur Einführung eines Abo-Korbs "bio-regional"

### 1. Phase Kennenlernangebot

Ein Kennenlernangebot mit einer Zusammenstellung verschiedener regionaler Produkte aus biologischem Anbau und regionalen Spezialitäten. Dieses Angebot kann mit einem Aufpreis mit der Ferienwohnung gebucht werden. Zusätzlich zu diesem bio-regional Korb erhalten die Gäste eine Bezugsliste mit Direktvermarktern, Läden, Nahrungsmittelgewerbe und Gastronomiebetrieben, die regionale Spezialitäten und oder Gerichte aus Bioerzeugnissen anbieten.

Diese Phase sollte mit einer Gästebefragung und Gesprächen mit den Lieferanten der Liste und weiteren Interessenten begleitet werden.

### 2. Phase Auswertung der Befragungsergebnisse, Gründung einer Marketing- und Liefergemeinschaft

### 3. Phase Konkretisierung des Nahrungsmittel-Abos "bio-regional" nach den Gegebenheiten vor Ort

Denkbar sind hier verschiedenen Abo-Körbe

- nach Produkten wie z.B. Gemüse-Abo, Milch und Milchprodukte, Fleisch, Brot und Backwaren
- Vorratskorb für die ersten 2 Tage
- Produktmix aus kontrolliert biologischem Anbau

### Verz. III

**Kooperationspartner des Abo-Korbs "bio-regional"**  
Marketing- und Liefergemeinschaft

- Landwirte mit kontrolliert biologischem Anbau
- Anbauverbände
- Fremdenverkehrsvereine
- Beherbergungsgewerbe
- lokales Nahrungsmittelgewerbe
- lokaler Nahrungsmittelhandel und -großhandel
- Industrie- und Handelskammer
- Handwerkskammer

Verz. IV

#### **4.7 Handlungsvorschlag II: Genossenschaft für Vertrieb und Weiterverarbeitung**

Vorschläge für den vermehrten Einsatz von Bioprodukten in den Küchen der südbadischen Gastronomie müssen sich besonders mit dem dort herrschenden Arbeitskräftemangel auseinandersetzen. Weder Zubereitung noch Einkauf dürfen die erforderliche Arbeitszeit stark erhöhen. Nur in der Spitzengastronomie, wo ohnehin viel Zeit für die Zubereitung von Frischprodukten verwendet wird, dürften keine größeren Arbeitszeitprobleme entstehen. Aus diesem Grunde wäre es sinnvoll, wenn Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau in einem höheren Weiterverarbeitungsgrad erhältlich wären.

Grundsätzlich könnten die landwirtschaftlichen Betriebe eine solche Funktion übernehmen und sich zusätzliche Einkommensmöglichkeiten eröffnen. Damit würde man eine alte Tradition wiederaufgreifen: noch 1960 verfügte jeder achte landwirtschaftliche Betrieb in Baden-Württemberg über einen eigenen Gewerbebetrieb wie z.B. eine Schlosserei, Schreinerei, Metzgerei oder Bäckerei, Mühle, Brennerei. 1971 gehörte immerhin noch zu jedem 12. Hof ein solcher Betrieb.<sup>30</sup>

Aber auch in der südbadischen Landwirtschaft mit einem Nebenerwerbsanteil von 71,3% sind nur wenig freie Arbeitskapazitäten vorhanden. Die Ausschöpfung zusätzlicher Einkommensmöglichkeiten sind nur möglich, wenn dies nicht zu großem Arbeitsmehraufwand in den Einzelbetrieben und dort vor allem der Bäuerinnen führt. So bietet es sich an, in einer Genossenschaft zusammenzuarbeiten, wobei diese Genossenschaft selbst Arbeitskräfte einstellt und eventuell auch für außerbetrieblich tätige Landwirte einen neuen Arbeitsplatz bieten kann. Für die Weiterverarbeitung kommen viele Produkte in Frage, besonders wären so arbeitsintensive Produktgruppen wie die Gemüseweiterverarbeitung, bei den beträchtliche Arbeitszeitunterschiede vorhanden sind wie das Bohnenbeispiel aus den Großküchenbereich zeigt, sinnvoll. Im konventionellen Bereich gibt es bereits Dienstleistungsunternehmen, die weiterverarbeitetes Frischgemüse wie z.B. geschälte Kartoffeln, geputzte Möhren etc. anbieten. Das nonplusultra einer Gemüseweiterverarbeitung ist die Frische, da sonst wertvolle Inhaltsstoffe verloren gehen. Frische erfordert sehr schnelle Belieferung und ein gut organisiertes Liefersystem.

Insofern sollte sich eine Genossenschaft für Vertrieb- und Weiterverarbeitung zunächst auf den Aufbau eines Vertriebssystems konzentrieren. Vorbilder existieren bereits, z.B. die Vertriebsorganisation Bauernhand-Naturkost. Eine solche Vertriebs-

---

<sup>30</sup>Stadler 1989

genossenschaft hätte dann einen ersten Schritt der Weiterverarbeitung zur Aufgabe, und zwar die Bioprodukte gastronomiegerecht (z.B. küchengerechte Anlieferungsgröße und Verringerung des Schmutzanteils) zu liefern. Portioniertes Fleisch und geputzte Salate könnten weitere Schritte darstellen. Dabei sollte sowohl beim Aufbau eines Vertriebssystems als auch bei der Einbeziehung der Weiterverarbeitung genau überprüft werden, ob bereits vorhandene Strukturen von Vertrieb und Weiterverarbeitung integriert werden können oder ob Kooperationen auf regionaler Ebene möglich sind. Hierdurch lassen sich eventuell weit kostengünstigere Lösungen finden. Inwieweit eine so schnelle Belieferung erfolgen kann, daß auch weitere Arbeitsschritte ohne Qualitätsverlust übernommen werden können, muß die Praxis zeigen.

#### 4.8 Handlungsvorschlag III: Die Gastronomieplakette

Zur Förderung des Einsatzes von Bioprodukten in der Gastronomie ist eine Marketingstrategie erforderlich. Im Mittelpunkt dieser Marketingstrategie steht eine Gastronomieplakette für Gaststätten, die in ihrer Küche Bioprodukte aus der Region verwenden. Eine Gastronomieplakette dient Gästen, die sich qualitativ hochwertig und umweltbewußt ernähren wollen, als Orientierung, sie informiert darüber hinaus Gäste, denen dieser Ansatz neu ist und setzt damit an dem unter 5.4. beschriebene Problem des mangelnden Bekanntheitsgrades an.

Güteplaketten werden in der Gastronomie häufig verwendet. Im folgenden Überblick werden Beispiele von Gütezeichen vorgestellt, die sich Umweltschutz und gesunde Ernährung zum Ziel gesetzt haben.

**"Die steirischen Gesellschaft für Gesundheitsschutz empfiehlt diese Gaststätte ihrer Gesundheit zuliebe",**<sup>31</sup> dies ist der etwas lang geratene Name eines erfolgreichen österreichischen Gastronomiegütezeichens. Ursprünglich sollte es "Die gesunde Gaststätte" heißen, was sich aber aus rechtlichen Gründen nicht durchhalten ließ. Das Zeichen existiert seit 1988 und konnte bis Mai 1990 an 39 Gaststätten vergeben werden. Die Hauptabsicht der Träger, unter denen sich auch die steirische Handelskammer befindet, war die Förderung einer gesunden Ernährung unter Verwendung hochwertiger Ausgangsprodukte. Dafür wurden 11 Kriterien aufgestellt:

1. Mindestens ein Hauptgericht aus Vollkorngetreide und Gemüse ohne Fleisch - Getreide aus biologischem Anbau
2. Wahlmöglichkeit für mindestens eine Vollkornbeilage aus biologischem Anbau
3. Suppen aus Gemüsebrühe oder Gemüsebrühwürfel ohne Fleischextrakt
4. Mindestens drei frische Salate der Jahreszeit entsprechend
5. Wahlmöglichkeit bei mindestens drei Gerichten sowie Wahlmöglichkeit einer großen Gemüseportion
6. Frisch gepreßte Säfte sowie Milchmixgetränke aus frischen und gefrorenen Früchten
7. Diätgericht bei erhöhten Cholesterinwerten
8. Mindestens eine Mehlspeise aus Vollmehl (kann auch tiefgefroren und portionsweise aufgetaut werden)
9. "Aus steirischen Gärten" oder ähnliche Aktionswochen mindestens ein Mal im Jahr und Bereitschaft zu gemeinsamen Aktionen aller Mitglieder
10. Mindestens ein gesundes Kindergericht
11. Müslibüffet, Vollkornbrot und -gebäck etc.

Das Zeichen wird für 3 Jahre von der Steirischen Gesellschaft für Gesundheitsschutz vergeben. Die plakettenführenden Gastronomiebetriebe werden Mitglieder und zahlen

---

<sup>31</sup>Informationen bei Steirischen Gesellschaft für Gesundheitsschutz, Marburgerkai 51/II, A-8010 Graz.

einen Mitgliedsbeitrag von mindestens 600.- ÖS. Als Service werden den ausgezeichneten Gaststätten jährliche Fortbildungsseminare, Beratung und Werbung geboten. Derzeit wird an eine Nachbesserung der Kriterien gedacht, da ein großer Teil der Gaststätten bereits einen großen Teil der Produkte aus biologischem Anbau bezieht.

Im **Diät-Gütezeichen**<sup>32</sup> verpflichten sich die ausgezeichneten Betriebe zur fachlich exakten Zubereitung der Diätspeisen und -getränke. Nur die Betriebe können ein Gütezeichen erhalten, die die fachliche Kompetenz zur Diätverpflegung nachweisen können. Über 100 Betriebe bieten 1989 ein breites Spektrum an verschiedenartigen Diäten an. Die RAL Das Deutsche Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung hat die Grundvoraussetzungen der Gütegemeinschaft überprüft und mit einer Satzung und Durchführungsbestimmung die Gütegemeinschaft akzeptiert. Diese zählt zu ihren Trägern den Diätverband, den Deutschen Bäderverband, die Deutsche Gesellschaft für Ernährung, den Verband Deutscher Diätassistenten, den Verband der Köche Deutschlands und den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband. Auch hier werden die Gaststätten, Sanatorien und Kliniken Mitglied in der Gütegemeinschaft und entrichten einen jährlichen Mitgliedsbeitrag nach Umsatzhöhe.

Das Gütezeichen **"verträglich reisen"**<sup>33</sup> existiert erst seit diesem Jahr, seine Zielsetzung ist die Förderung eines ökologisch und sozial verträglichen Tourismus. Die Zielgruppen ist das Gastgewerbe, insbesondere Beherbergungsbetriebe aller Art. Das Zeichen wird in diesem Fall von einer Beratungs- und Marketinggesellschaft vergeben, die von einem Kuratorium aus Verbänden und Journalisten im Bereich der Kontrolle unterstützt wird. Für die Güteplakette wurden 23 Kriterien aufgestellt, die sich auf ein breites Umweltschutzspektrum wie Verkehr, Energie, Wasser, Gartenanlagen, aber auch auf die Bereiche Freizeit und Soziales beziehen. Im Bereich Ernährung sollen überwiegend Gerichte nach Saison und Region angeboten werden, ein vegetarisches Gericht sowie ein Vollwertgericht. Da sich dieses Zeichen noch in der Anlaufphase befindet, liegen noch keine Erfahrungen vor.

Das **Umweltsiegel des Kleinwalsertals**<sup>34</sup> wird von der Gemeinde an Besitzer von Hotels, Pensionen und Gasthäuser seit der Wintersaison 1989 vergeben. Initiator dieser Plakette, die einen Beitrag zum Erhalt der Umweltqualität liefern soll, war das Fremdenverkehrsamt Kleinwalsertal. 30 Punkte müssen in den verschiedenen Kriterienbereichen zur Umweltqualität erreicht werden. Wie z.B.

- Müllvermeidung (z.B. Vermeidung von Portionspackungen)
- Mülltrennung
- Umweltfreundliche Lieferantenanlieferung
- Verringerung des Wasserverbrauchs
- Verringerung der Wasserbelastung
- Beitrag zur Luftreinhaltung (z.B. Heizungsform)
- Pflege des Umfeldes
- Beteiligung an Landschaftspflegeaktionen
- Vergünstigungen für Gäste ohne PKW
- Vermeidung gefährdeter Pflanzenarten auf der Speisekarte (z.B. Pilze)

Die Vergabe erfolgt durch den Umweltausschuß der Gemeinde Mittelberg und die Kontrolle durch einen pensionierten Polizisten. Bereits jetzt sind 36 Siegel vergeben, d.h. 15% der Bettenkapazität sind erfaßt. Ziel ist es, innerhalb eines Jahres 50% der Bettenkapazität mit dem Umweltsiegel abzudecken. Bioprodukte sind in den Kriterien dieses Gastronomiezeichens nicht vorgesehen, dies entspricht der Situation vor Ort, wo sich in erreichbarer Nähe kaum Biobetriebe zu finden sind.

---

<sup>32</sup>Gütegemeinschaft Diätverpflegung 1989

<sup>33</sup>Informationen bei verträglich reisen c/o Manfred Reuther, Bach 33, D-8319 Velden.

<sup>34</sup>Informationen bei Gemeindeamt Mittelberg

**Kriterienkatalog sanfter Tourismus**<sup>35</sup> - ein Vorschlag des Umwelt-Dachverbandes Deutscher Naturschutzring (DNR) - existiert momentan erst als unveröffentlichter Vorschlag, dem ein umfangreichen Kriterienkatalog aller Umweltbereiche zugrunde liegt. Als mögliche Antragsteller sind Fremdenverkehrsgemeinden, Häuser und Reiseveranstalter vorgesehen.

Neben der Verwendung von Gütesiegeln gehen einzelne Gastronomiebetriebe neue Wege, indem sie Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau einsetzen, ihre Produkte von Landwirten aus der Region beziehen oder andere Kriterien für eine gute Ernährung und einen besseren Umgang mit der Natur aufstellen. Leider findet man solche Angaben oft nur als kleine Beilage in der Speisekarte, die man leicht übersehen kann. Als Beispiel für eine gute Präsentation der Gütekriterien eines Gastronomiebetriebs soll hier die Gaststätte "Zur Post" in Emmendingen aufgeführt werden. Unter dem Motto "Was wir zu bieten haben..." werden graphisch unterstützt z.B. folgende Punkte aufgelistet:

- Unsere Lebensmittel sind zu über 95% aus kontrolliert biologischem Anbau.
- Säfte, Milch und Weine sind ebenfalls aus kontrolliert biologischem Anbau.
- Wir kochen vegetarisch, vollwertig, nach der Jahreszeit orientiert, mit lebendigen Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau.
- Unsere Erzeuger und Lieferanten sind Mitglieder in den Verbänden des kontrolliert biologischen Anbaus: Demeter, Bioland, Nature et Progrès.
- Wir legen Wert auf unverpackte Ware und Pfandbehälter. Wir sind eingebunden in ein bestehendes Liefernetz, so fährt ein Auto für viele".

#### 4.8.1 Die Gastronomieplakette "BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischen Anbau in SÜDBADEN"

Die Gastronomieplakette "BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischen Anbau in SÜDBADEN" hat die Zielsetzung: Förderung des Umweltschutz und der guten regionalen Küche durch die Verwendung von Bioprodukten aus Südbaden. Das bedeutet auch eine Stärkung der regionalen Gaststättengewerbes und der Landwirtschaft.

Zieldimensionen der Gastronomieplakette		
<b>"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischen Anbau in SÜDBADEN"</b>		
Beitrag zum Erhaltung der Umweltqualität einer Region.	Attraktive und gesunde Ernährung unter Verwendung hochwertiger Ausgangsprodukte.	Stärkung der regionalen Wirtschaft, insbesondere der Gastronomie, der Landwirtschaft und des Tourismus.

Verz. V

Die oben aufgeführten Gastronomieplaketten dienen als Anregung für die Entwicklung der hier vorgeschlagene Gastronomieplakette "BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN".

<sup>35</sup>Informationen beim Deutschen Naturschutzring (DNR) Michael Bassemir und Bernd Räh, Kalkuhlstr. 24, 5300 Bonn 3.

Das Gütesiegel **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** will nicht möglichst viele ökologische Kriterien abdecken.

Durch die Förderung des kontrolliert biologischen Anbaus werden z.B. besonders positive Effekte auf die Wasserqualität, auf Landschaftspflege und Naturschutz erwartet. Regionale Kooperationen werden sehr wichtig sein, um die Zieldimension "Stärkung der regionalen Wirtschaft" zu verwirklichen.

Hier sollen die Grundlinien der Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** auf Grund Ergebnisse der Analyse der beiden Wirtschaftsbereiche und der Untersuchung bisheriger Erfahrungen skizziert werden. Die genaue Ausgestaltung, insbesondere die Festlegung der Kriterien der Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** ist Aufgabe einer zu gründenden regionalen Marketingkooperation.

Neben Gaststätten kommen vor allem Kurkliniken für die Führung der Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** in Betracht. Im Zentrum des Interesses stehen Gaststätten mit hohem Fremdenverkehrsanteil, für sie ist Qualität notwendige Voraussetzung; dabei ist es entscheidend, sich rechtzeitig auf neue Qualitätstrends der Urlauber einzustellen. Die Gastronomieplakette bietet der Gastronomie die Möglichkeit, mit dem positivem Image der ökologischen Landwirtschaft zu werben. Zusätzlich könnten weitergehende Kooperationen wie z.B. Betriebsbesichtigungen von Höfen in das Marketing einbezogen werden.

Als Regionsabgrenzung ist Südbaden aufgrund der Vielfalt der dort angebauten Produkte, dem Grundstock an bereits vorhandenen Biobetrieben sowie der regionalen guten Küche, die traditionell Produkte aus der Region verwendet, hervorragend geeignet.

### Mögliche Kooperationspartner und Träger der Gütegemeinschaft "bio-regional"

Gemeinden  
Anbauverbände  
Fremdenverkehrsvereine  
Fremdenverkehrsverband

Arbeitsgemeinschaft ökologische Landwirtschaft (AGÖL)  
Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft ABL  
DEHOGA  
Verband der Köche Deutschlands  
Dt. Gesellschaft für Ernährung  
Gewerkschaft Nahrung Genuß Gaststätten (NGG)

Naturschutzverbände

Handelsorganisationen mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau

Verz. VI

Wie bereits erwähnt, sollte die Kriterienfestlegung durch eine noch zu gründenden Marketinggesellschaft erfolgen, in der die Kooperationspartner vertreten sind. Empfehlenswert ist die Beschränkung auf möglichst wenige Kriterien wie z.B.:

- zu einem bestimmten Prozentsatz werden Bioprodukte aus der Region in der Küche eingesetzt
- regionale Gerichte und Vollwertgerichte sollten einen Platz auf der Speisekarte finden

Zur Überprüfung bietet sich die Übernahme der Lieferscheinmethode an, die Bauernhand - Naturkost (4.2.) verwendet. Bei Lieferung durch bereits bestehende Handelsorganisationen müssen Verfahren festgelegt werden, die garantieren, daß die Bioprodukte aus regionalem Anbau stammen.

Organisatorisch bietet sich die Gründung einer Gütegemeinschaft mit möglichst großer Beteiligung der in Frage kommenden Kooperationspartner in der Funktion als Träger der Gemeinschaft an. Eine Möglichkeit zur Sicherung des Gütezeichens bestünde in der Anerkennung durch die RAL<sup>36</sup>, wie sie beim Gütezeichen Diätverpflegung besteht. Nach den Regelungen der RAL wird eine Gütegemeinschaftssatzung entwickelt und Durchführungsbestimmungen festgelegt. In der Gütegemeinschaft werden Betriebe, die eine Plakette erhalten haben, Mitglied.

**Vorteile des regionalen Gastronomie-Gütezeichens "BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischen Anbau in SÜDBADEN"**

- \* hohe Attraktivität für Gäste durch Bezug zum Urlaubsgebiet
- \* Kriterien können regionalen Gegebenheiten angepasst werden
- \* Höherer Anreiz für Gastronomiebetriebe durch Berücksichtigung ihrer Ausgangssituation und Interessen
- \* Verstärkung des regionalen Profils
- \* Werbeeffekt für die Region
- \* Einpassung in eine profilierte Marketingstrategie für die Region

**Verz. VII**

Die Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** deckt wichtige Kriterienbereiche des Umweltschutzes indirekt durch die Förderung des Bioanbaus ab. Energieeinsparung, Verminderung der Wasserbelastung und des Wasserverbrauchs etc. in den Gaststätten selbst sind nicht Gegenstand der Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** und bleiben anderen Gütezeichen vorbehalten. Die Gütegemeinschaft sollte aber die Information ihrer Mitglieder über umweltfreundliche Küchen in ihre Zielsetzung aufnehmen und in regelmäßigen Abständen Vorträge und Seminare zu diesem Themenbereich anbieten oder vermitteln. Ebenso sollte mit dem Thema gesunde Ernährung verfahren werden. Eine Weiterbildungsveranstaltung zu einem dieser Themenbereiche könnte z.B. im Mitgliedsbeitrag enthalten sein.

Die Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** unterscheidet sich von den anderen Gastronomieplaketten vor allem durch den räumlichen Bezug. Ziel ist es, ein Gütesiegel zu entwickeln, das in einem begrenzten Raum dazu beiträgt, Veränderungsprozesse in Gang zu bringen. Diese sollen für die Beteiligten direkt sichtbar werden. Das Gütesiegel

<sup>36</sup>Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung



setzt an den Grundlagen des südbadischen Tourismus - Natur und Umwelt - an: um diese zu erhalten, gilt es die heimische Landwirtschaft und deren Struktur in umweltfreundlicher Weise weiterzuentwickeln. Gerade der Bezug zur Urlaubsregion macht diese Gütesiegel für viele Touristen attraktiv, denn sie können in einer besonders angenehmen Weise zum Erhalt ihres Urlaubsgebiets beitragen. Für Gastronomiebetriebe mit der Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** ist ein beträchtlicher Werbeeffekt zu erwarten. Das gesamte Feriengebiet kann von einem solchem Marketing profitieren, wenn es gelingt, die Gastronomieplakette **"BIO-REGIONAL - KÜCHE mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau in SÜDBADEN"** in eine profilierte Marketingstrategie für die Region einzubetten.

## Literatur

- Aarplan - Atelier für Architektur, Verkehrs- und Raumplanung (1989): Modellfall Gantrisch. Beitrag zur Diskussion über motorfahrzeugfreie Erholungsgebiete. Ausgeführt im Auftrag des VCS Bern. VCS Bern, Bern.
- Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung (7.7.1990): Schwerpunktthema: Mitarbeiter heute und morgen. Stuttgart.
- Arbeitsamt Lörrach (1989): Bestand an offenen Stellen nach Wirtschaftsgruppen. Lörrach.
- Auctor - Beratergruppe (1987): Gästebefragung im Landkreis Waldshut. Dokumentation der Ergebnisse. 2 Bände (Sommer '86 und Winter '86/87). Auftraggeber und Herausgeber: Verkehrsgemeinschaft Südlicher Schwarzwald Hochrhein-Hotzenwald e.V.. Waldshut-Tiengen.
- Elsner, Wolfram (1989): Schieneninfrastruktur und lokale Wirtschaftsförderung. Die Aktivitäten des Arbeitskreises "Schienenverkehr" in Bielefeld. Initiative für besseren Nahverkehr (IfbN): Regionalbahn - Schienen zwischen Stadt und Land. Jahrbuch Nahverkehr '88. Art d'Ameublement, Bielefeld.
- Freiburger Verkehrskreis (1989): ÖPNV 4 Berge. Modell 'Autofreier Schauinsland, Belchen, Feldberg und Kandel'. Freiburger Verkehrskreis, Freiburg.
- Fremdenverkehrsverband Schwarzwald (Hg) (1977/78 ff): Jahres- und Informationsbericht. 1977/ 78 ff. Fremdenverkehrsverband Schwarzwald, Bertoldstr. 45, Freiburg.
- Geschäftsführerkonferenz des Leiterkreises der Ev. Akademien in der BRD (1989): Vom Reden zum Tun. Frankfurt.
- Gütegemeinschaft Diätverpflegung (1989): Diät-Gütezeichen-Betriebe in der Bundesrepublik Deutschland und Österreich. Düsseldorf.
- Hahne, Ulf (1989): Stärkung des Fremdenverkehrs im schleswigschen Binnenland - aber wie. In: Hensen / Hahnen / v.Ahnen : Sanfter Tourismus Neue Wege für den Fremdenverkehr im schleswigschen Binnenland. Institut für Regionale Forschung und Information, Flensburg.
- Hamm, Ulrich (1986): Absatzbedingungen bei Produkten aus alternativer Erzeugung. In: Berichte über Landwirtschaft. Bd 64
- Häussler, Gerhard / Heller, Peter / Rosenberger, Christel (1987): Tiefgekühlt und doch nicht haltbar!. Das Lebensmitteldiktat der Konzerne. Ein Diskussionsbeitrag des Öko-Instituts. Freiburg: Dreisam.
- Industrie- und Handelskammer Hochrhein-Bodensee (1990): Interne Statistik. Schopfheim.
- Industrie- und Handelskammer Südlicher Oberrhein (1990): Interne Statistik. Freiburg.

- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (1989): Vorschlag für eine Verordnung der Rates über den biologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittelhilfen. Brüssel.
- Kramer, Dieter (1990): Stellungnahme im Auftrag des Deutschen Naturschutzring e.V Anhörng Fremdenverkehr im Ausschuß für Wirtschaft des Deutschen Bundestages, 07.05.1990 in Bonn.
- Krippendorf, Jost (1975): Die Landschaftsfresser. Tourismus und Erholungslandschaft - Verderben oder Segen. Bern.
- Krippendorf, Jost/ Messerli, P. u.a. (1982): Tourismus und regionale Entwicklung. Rügger, Diessenhofen.
- Krippendorf, Jost/ Zimmermann u.a. (Hg.) (1988): Für einen anderen Tourismus. Fischer, Frankfurt.
- Landesregierung Baden-Württemberg (1990): Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion GRÜNE: Tourismus und Umwelt. Landtag von Baden-Württemberg. Drucksache 10/3568. Stuttgart.
- Ludin, Hans (1989): Urlaub ohne Auto. Das Konzept der autofreien Urlaubsorte in der Schweiz. Vorträge zur Verkehrspolitik Band 5. BUND Baden-Württemberg, Freiburg.
- Ludwig/Has/Neuer (1990): Der neue Tourismus. Rücksicht auf Land und Leute. Beck, München.
- Naturfreundejugend Deutschlands in Zusammenarbeit mit dem DNR (Hg) (1989): 4. Allgäuer Gespräche zum Sanften Tourismus. Dokumentation. Redaktion Michael Bassemir, Bernd Räth. Naturfreunde Verlag Freizeit und Wandern, Stuttgart.
- Opaschowski, Horst W. (): Urlaub 89/90, Trendwende im Urlaubsverhalten? Die Grenzen grenzenlosen Reisens. Ergebnisse, Analysen und Tendenzen. Projektstudie zur Freizeitforschung.
- Opaschowski, Horst W. (1989): Wie arbeiten wir nach dem Jahr 2000. Freizeit-Impulse für die Arbeitswelt von morgen. Projektstudie zur Freizeitforschung. B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg.
- Regenermel, Gabi/Schmid, Michael (1989): Land. Die Wiederentdeckung bäuerlicher Direktvermarktung. Wien.
- Regierungspräsidium Freiburg / Land Baden-Württemberg (Hrsg.) (1988): Verkehr am Oberrhein. Berichte - Thesen - Projekte. 1. Drei-Länder-Kongress 22./23. September 1988, Kehl am Rhein. Regierungspräsidium Freiburg, Freiburg.
- Schäfer, Dorothee (1988): Nahverkehrsplanung als Beitrag zum Umweltschutz. Umweltverträglicher Nahverkehr im Landkreis Calw. Die Gemeinde (BWGZ) Jg. 111 (1988) S. 204-208. Bräuer Verlag und Druckerei, Weilheim-Teck.
- Schulz, Werner (1988): Die sozialen Kosten des Autoverkehrs. Vortrag im Rahmen der Internationalen Straßenverkehrskonferenz ICC Berlin - 6.-9. Sept. 1988.
- Smeral, Egon (1990): Tourismus 2000. Analysen, Konzepte und Prognosen. Signum Verlag, Wien.

- Socialdata - Institut für Verkehrs- und Infrastrukturforschung GmbH (1990): Zahlen und Fakten zur Mobilität. Mobilität - Eine Informationsreihe der Verkehrsgemeinschaft Freiburg zum öffentlichen Personennahverkehr Nr. 1. Verkehrsgemeinschaft Freiburg, Freiburg.
- Stadler, Rudolf (1989): Baden-Württemberg - Schwerpunkt der Nebenerwerbslandwirtschaft. In: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Baden-Württemberg in Wort und Zahl 9/1989. Stuttgart.
- Stärkel, Meinhard (1987): Außerbetriebliche Berufsstruktur von Zu- und Nebenerwerbslandwirten. In: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Baden-Württemberg in Wort und Zahl 7/1987. Stuttgart.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1989 a): Statistik von Baden-Württemberg, Bd 400. Gemeindestatistik 1989, Heft 3, Stuttgart.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1989 b): Statistik von Baden-Württemberg, Bd 408. Die Land- und Forstwirtschaft 1988. Stuttgart.
- Thomas, Frieder (1990): Ökologische und regionale Agrarpolitik. Öko-Institut Werkstattreihe. Freiburg.
- VCS Bern (1989): Auswertung Seminar Freizeitverkehr vom 22./23. November 1988 in Interlaken. VCS Sektion Bern, Postfach 9, CH-3000 Bern 6, Bern.
- Verkehrsgemeinschaft Hochschwarzwald (1981): Der Fremdenverkehr im Fremdenverkehrsjahr 1981. Verkehrsgemeinschaft Hochschwarzwald: Jahresbericht 1981.
- Wessel, Bernd (1990): Tourismus und Umwelt am Beispiel Schwarzwald. Vortrag am "Forum Sanfter Tourismus" am 4./5. Juli 1990 in Todtmoos.