

Ökotourismus in Norwegen - Touristenprofil des Ökotourismusbetriebs Ocean Sounds auf den Lofoten¹

von

Silke Nielebock* und Heike I. Vester**

Zusammenfassung

Für den Tourismus auf den Lofoten – wie in Norwegen insgesamt – wird diskutiert, diesen stärker am Leitbild des Ökotourismus auszurichten. Hierzu wird beispielhaft der Tourismusbetrieb Ocean Sounds untersucht, der von dem aktuell in Norwegen laufenden Ökotourismusprojekt als Testbetrieb ausgewählt wurde. Da sich mittlerweile auch in Norwegen umweltbelastende touristische Aktivitäten entwickelt haben, ist es notwendig, hierauf entsprechend zu reagieren. Die vorliegende Studie liefert einen Beitrag dazu, wie die Entwicklungsperspektiven von Ökotourismus stehen. Die Inseln der Lofoten mit ihrem alpinen Charakter stellen in diesem Zusammenhang eine besonders interessante Tourismusdestination dar. Der Tourismus spielt sich vor allem in den Sommermonaten ab und ist geprägt von Touristen, die für ein paar Tage auf einer Rundreise die Inseln besuchen. Bei Ocean Sounds wurde eine Touristenbefragung durchgeführt, die das Reise- und Urlaubsverhalten der Touristen, ihren Kenntnisstand über Ökotourismus, Meinungen zur Arbeit des Betriebs und Einstellungen zum Umweltschutz wiedergibt. Die Ergebnisse zeigen, dass ein Potential für Ökotourismus unter den Touristen vorhanden ist. Der Begriff „Ökotourismus“ ist den Touristen bekannt, seine Inhalte jedoch nur teilweise. Die Wissensvermittlung von Ocean Sounds wird von den Touristen überwiegend als positiv bewertet. Zudem ist unter den Touristen eine Akzeptanz gegenüber dem Schutz der Umwelt vorhanden. Da nur ein Betrieb untersucht wurde, ist es unerlässlich, empirische Daten bei weiteren Tourismusanbietern und Interessensgruppen zu erheben.

1 Einleitung

1.1 Forschungshintergrund und Ziel der Studie

In den letzten Jahren hat sich Ökotourismus als eine alternative Tourismusform entwickelt (GÖSSLING & HULTMAN 2006 und STRASDAS 2001). Das Interesse an Ökotourismus ist in vielen Ländern von Seiten der Öffentlichkeit, der Wissenschaft und der Regierungen stark angestiegen (HEIL & KRÜGER 1994, MOLL 1995, MOSE 1992 und VONDERACH 1990), so auch in Skandinavien (GÖSSLING & HULTMAN 2006). Nach VIKEN (2006) ist es notwendig, dass Ökotourismus in Norwegen etabliert wird, da sich mittlerweile auch dort umweltbelastende touristische Aktivitäten, wie

Abstract

A discussion is taking place to orientate tourism on the Lofoten archipelago – as well as in whole Norway – more to the model of ecotourism. For this, we studied the ecotourism company Ocean Sounds as an example. Ocean Sounds was chosen as a trial case for the ongoing ecotourism-project in Norway. In the meantime, environmentally harmful tourist activities have also been developed in Norway, and it is also necessary to react to that in an appropriate way. This study contributes to the perspectives of the progress of ecotourism. Lofoten archipelago, with its alpine nature, is in this context an especially interesting tourist destination. Tourists come mainly during the summer months. Most of them do a round trip and only stay for a few days. At Ocean Sounds, tourists have been interviewed during their holidays about their travel behaviour, their knowledge of ecotourism, their opinions about the work of the company, and about conservation. The results show that there is a potential for ecotourism among the tourists. They know the term "ecotourism", but they only partially know its full meaning. At Ocean Sounds the knowledge transfer is evaluated mainly positively by the tourists. Furthermore there is an acceptance of the protection of the environment among the tourists. As only one company was studied, it is necessary to do surveys at other tourism companies and pressure groups as well.

z. B. motorisierte Naturerkundungen mit Schneemobilen oder Quads, entwickelt haben. In Norwegen wurde 2005 das Norwegische Ökotourismusprojekt gestartet, das sich zur Aufgabe gemacht hat, Tourismusanbieter auf Ökotourismus auszurichten (ENGER 2006, ENGER 2007 und NORSK ØKOTURISME 2008 a). Auf das Projekt wird in Kap. 1.3 näher eingegangen.

Über Ökotourismus in Skandinavien wurde bislang wenig Literatur veröffentlicht (GÖSSLING & HULTMAN 2006). Empirische Daten sind jedoch erforderlich, um eine sachlich fundierte Diskussion darüber führen zu können, wie die Entwicklungsperspektiven

¹ Dieser Aufsatz ist die Kurzfassung der Diplomarbeit von Silke Nielebock im Fach Landschaftsökologie an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg 2008.

* Dipl.-Landschaftsökol. Silke Nielebock, Feldstraße 6, 26127 Oldenburg, (E-Mail: silke.nielebock@uni-oldenburg.de)

** Heike I. Vester, M.Sc., Ocean Sounds, Hellandsgata 63, 8312 Henningsvær, Norwegen, (E-Mail: info@ocean-sounds.com)

des alternativen Tourismus stehen (HABLACHER 1989 a und MOSE 1998). Die vorliegende Studie soll hierzu einen Beitrag leisten. Dazu wurde bei dem für die Testphase des Norwegischen Ökotourismusprojekts ausgewählten Tourismusbetrieb Ocean Sounds eine Touristenbefragung durchgeführt. Es wurden das Reise- und Urlaubsverhalten der Touristen, ihr Kenntnisstand über Ökotourismus, Meinungen zu Ocean Sounds und Einstellungen zum Umweltschutz untersucht. Ziel der Studie war es, aufzuzeigen, ob ein Potential für Ökotourismus unter den Touristen vorhanden ist und wie somit die Entwicklungschancen für Ökotourismus auf den Lofoten stehen. Außerdem war von Interesse, ob die Touristen über Ökotourismus informiert sind und wie sie die Arbeit des Betriebs beurteilen. Da sich der Betrieb für Naturschutzmaßnahmen in der Region einsetzt, beschäftigte sich eine weitere Frage damit, ob den Touristen der Schutz der Umwelt wichtig ist.

1.2 Die Lofoten als Tourismusdestination und der Tourismusbetrieb Ocean Sounds

Die nördlich des Polarkreises zwischen dem 67. und 68. Breitengrad gelegene Inselgruppe der Lofoten ist 1.227 km² groß und hat ca. 24.000 Einwohner (DESTINATION LOFOTEN AS 2007). Von Nordosten bis Südwesten erstrecken sich die Inseln über ca. 150 km Luftlinie. Der warme Golfstrom (Nordatlantikdrift) sorgt auch im Norden Norwegens für ein angenehmes Klima, mit Durchschnittstemperaturen auf den Lofoten von -1 °C im Winter und 12 °C im Sommer (DESTINATION LOFOTEN AS 2007), was mit ausschlaggebend für einen erfolgreichen Tourismus ist (LUFT 2005). Im Mai und Juni ist es mit einer mittleren Niederschlagsmenge von 50 mm am trockensten. Im Oktober fallen die höchsten Niederschläge (150 mm). Das Relief der Lofoten besitzt den Charakter eines alpinen Fjells. Steile Berge ragen aus dem Meer empor. Die Landschaft und die Natur sind sicherlich die Hauptgründe, warum die Lofoten eine interessante Region für den Tourismus darstellen. Darüber hinaus gibt es eine abwechslungsreiche marine Fauna, wie beispielsweise Seevogelkolonien, Kegelrobben, Seehunde und Schwertwale. Das Vegetationsbild der Lofoten zeichnet sich, abgesehen von einzelnen kleineren Fjellbirkengehölzen, durch seine Waldlosigkeit aus (GLÄßER 1991). Geprägt ist die Landschaft durch zahlreiche Moos-, Flechten- und Algenarten. Die Kultur wird bestimmt durch den Fischfang. Rorbuer (norw. bo = wohnen; ro = rudern), die einst zur Fangsaison als Wohnsitze der Fischer dienten (GLÄßER 1991), sind heute teilweise zu Ferienwohnungen umgebaut. Die Tradition des Lofotfischfangs, der im Frühjahr stattfindet, zieht Touristen auf die Inseln. Kabeljau wird zu Salz-, bzw. zum sogenannten Klippfisch verarbeitet, oder er wird auf Holzgestellen getrocknet. Das Endprodukt, der Trocken- bzw. Stockfisch, war vor ca. 900 Jahren

die wichtigste Handelsware der Lofoten, und wird auch heute noch in Europa verkauft.

Neben dem Fischfang ist der Fremdenverkehr ein weiterer wichtiger Wirtschaftszweig. Das touristische Angebot reicht von sportlichen über kulturelle Aktivitäten bis hin zu Naturerlebnistouren zu Wasser und an Land. Etwa 280.000 Besucher kommen jedes Jahr auf die Lofoten (DESTINATION LOFOTEN AS 2007). 2005 wurden etwa 610.000 Übernachtungen in der Lofoten-Region gezählt, knapp 630 Mio. Kronen (ca. 80 Mio. Euro) sind 2005 in die Region geflossen und 1294 Personen waren im Tourismusbereich beschäftigt (NORDLAND FYLKESKOMMUNE 2005). Damit liegt die Region im Bereich Tourismus hinter Bodø und Mo auf Platz drei im Fylke Nordland. In einem Managementplan für die Lofoten wird angestrebt, die Touristen länger auf den Inseln zu halten (DESTINATION LOFOTEN AS & LOFOTRADET 2007). Im Moment kommen ca. zwei Drittel der Gäste während einer Rundreise nur für ein paar Tage auf die Lofoten. Nur ein Drittel verbringt den ganzen Urlaub dort. Außerdem soll sich der Tourismus zunehmend auf alle Jahreszeiten verteilen. Bislang kommt etwa die Hälfte der jährlichen Touristen im Juli und August auf die Inseln.

Der Tourismusbetrieb Ocean Sounds befindet sich in dem kleinen Fischerdorf Henningsvær an der Südküste der Lofoten. Der Betrieb wurde 2005 von einer deutschen Meeresbiologin gegründet. Er ist eine Nicht-Regierungsorganisation, die sich mit der Forschung an Meeressäugern beschäftigt und sich für den Schutz der Umwelt einsetzt. Die Grundidee von Ocean Sounds ist es, die meeresbiologische Forschung mit Tourismus zu verbinden. Dabei ist ein wesentliches Ziel die Öffentlichkeitsarbeit. Im Forschungszentrum werden verschiedene Vorträge über die Geografie und Fauna der Lofoten gehalten. Ein Film liefert darüber hinaus kulturelle und geschichtliche Einblicke. Das Angebot wird ergänzt durch Naturerlebnistouren.

1.3 Ökotourismus in Norwegen

Der Tourismus hat in den letzten Jahrzehnten mit dem Auftreten des Massentourismus und den sich als Reaktion darauf entwickelten alternativen Tourismusformen weltweit starke Veränderungen erfahren (BECKER et al. 1996). Mit den Begriffen „Landschaftsfresser“ und „Sanfter Tourismus“ haben KRIPPENDORF (1975) und JUNGK (1980) die Debatte um einen alternativen Tourismus geprägt (MOSE 1998). Spätestens seit der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro stellt sich auch im großen Wirtschaftszweig des Tourismus weltweit die Frage, wie er soweit verändert werden kann, dass seine fortschreitenden negativen Auswirkungen auf Natur und Umwelt minimiert werden können. Der daraus entstandene alternative Tourismus wurde

mit verschiedenen Begriffen beschrieben: sanfter, nachhaltiger, naturnaher, umweltfreundlicher, ökologisch- und sozialverträglicher Tourismus, Ökotourismus etc. (HAßLACHER 1989 b, MOSE 1989 und STRASDAS 2001). In Norwegen hat sich der Begriff des Ökotourismus durchgesetzt. Das Norwegische Ökotourismusprojekt orientiert

sich dabei an der Definition der Internationalen Ökotourismusgesellschaft:

„Ökotourismus ist eine verantwortungsvolle Form des Reisens in naturnahe Gebiete, die zum Schutz der Umwelt und zum Wohlergehen der lokalen Bevölkerung beiträgt.“ (TIES 2008).

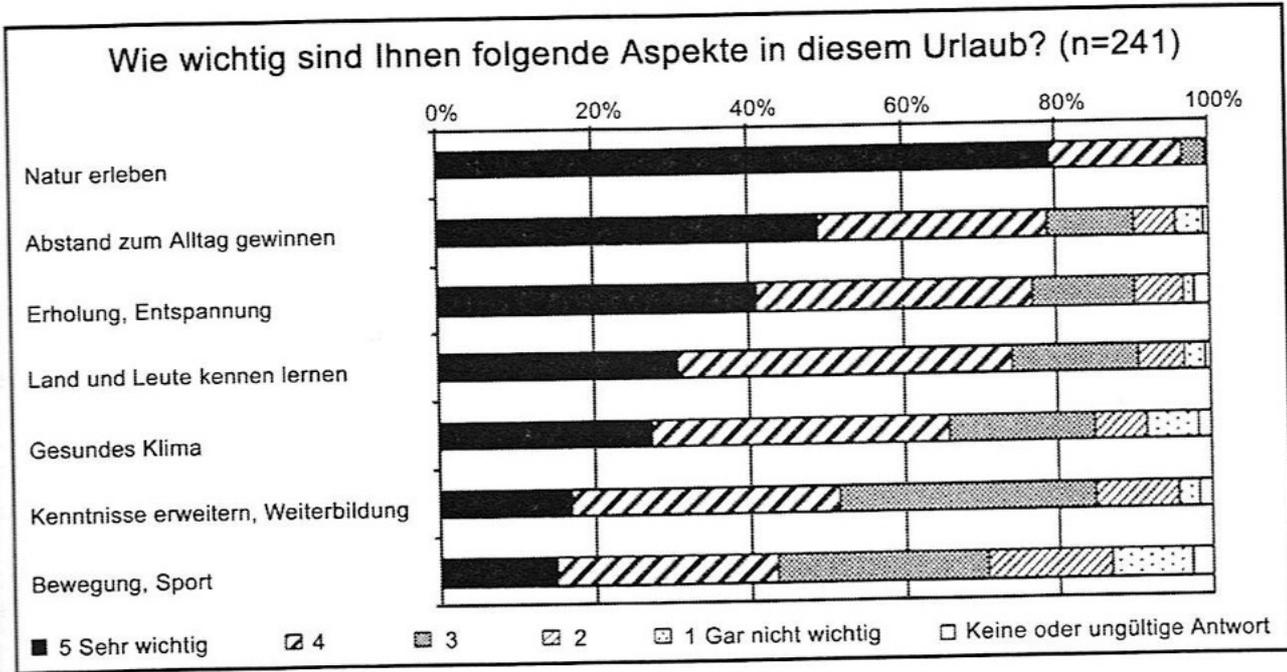


Abb. 1: Reisemotive der Touristen

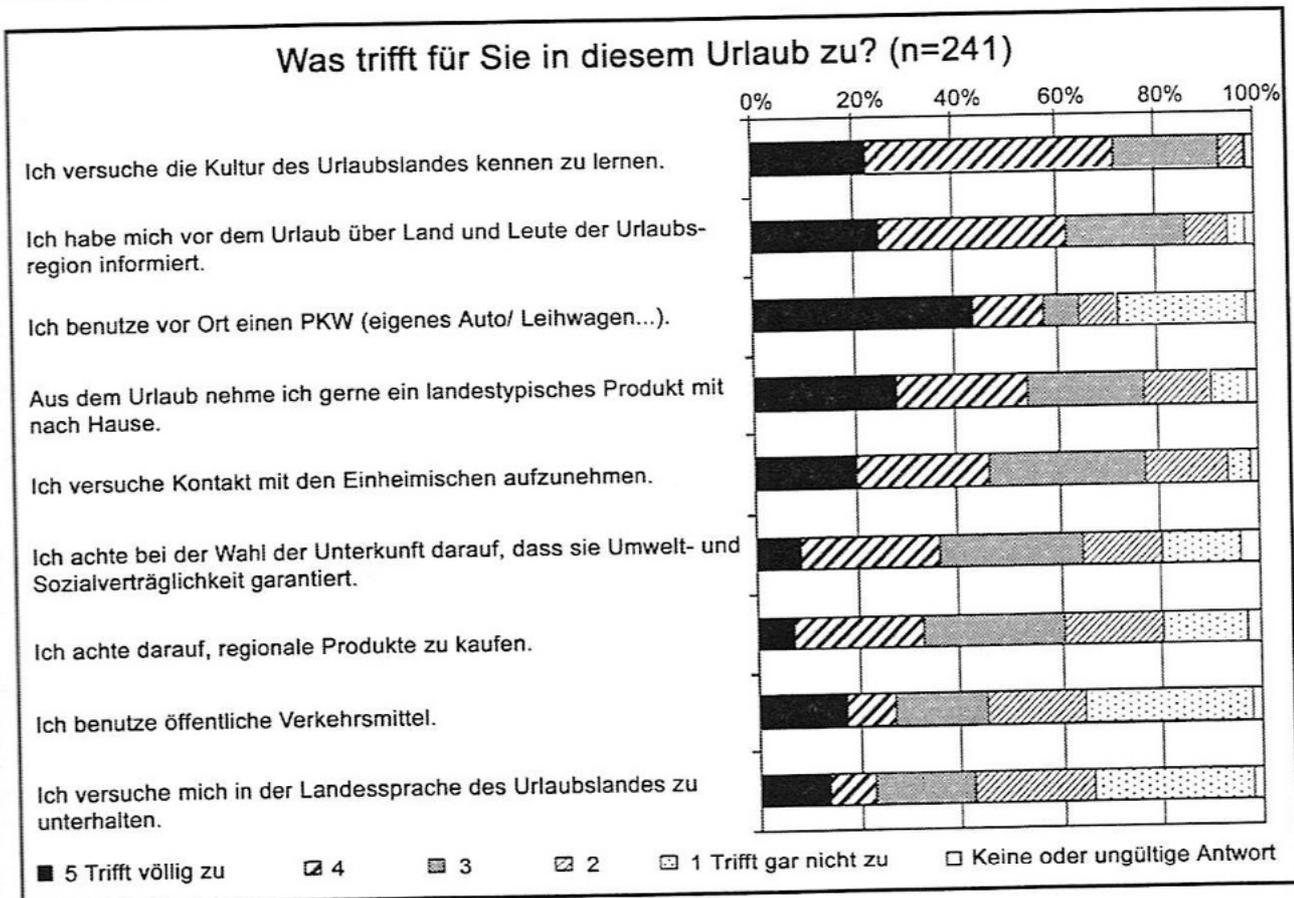


Abb. 2: Reiseverhalten der Touristen

Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass der Tourismus ökologisch und soziokulturell verträglich ist und mit Rücksicht auf die nachfolgenden Generationen die Prinzipien der Nachhaltigkeit beinhaltet (STRASDAS 2001). In Norwegen wird die Qualität des Ökotourismus durch das Norwegische Ökotourismusprojekt gesichert, mit dessen Hilfe seit 2005 ein neuer, umweltbewusster Tourismusmarkt aufgebaut wird (ENGER 2007). Von 2006 bis 2008 wurde zusammen mit acht Testbetrieben aus Norwegen die Projektentwicklung durchgeführt (NORSK ØKOTURISME 2008 b). Ocean Sounds ist einer dieser Testbetriebe. Fremdenverkehrsbetriebe, die Naturerlebnisse anbieten, sollen so ausgerichtet werden, dass ihre Tätigkeit tragbar und naturfreundlich ist. Zudem soll eine ökonomisch verträgliche Entwicklung der Betriebe und der Lokalbevölkerung gesichert sein (NORSK ØKOTURISME 2008 c).

2 Methode

Bei dem Tourismusbetrieb Ocean Sounds wurde in den Monaten Juli und August 2007 eine Befragung unter den Touristen durchgeführt sowie eine Zählung aller Besucher. Als Erhebungsinstrument wurde die stark strukturierte Befragung gewählt (vgl. ATTESLANDER 2006), d.h. es wurde ein Fragebogen konstruiert, der von den Befragten schriftlich ausgefüllt wurde. Der halbstandardisierte Fragebogen enthielt sechs offene und 18 geschlossene formulierte Fragen. Die Auswertung erfolgte über Excel und SPSS. Insgesamt haben 1144 Touristen den Ökotourismusbetrieb Ocean Sounds besucht. Davon haben 241 Besucher den Fragebogen ausgefüllt. Dies entspricht 21,1 %. Zusätzliche Informationen wurden durch fünf Experteninterviews auf den Lofoten eingeholt.

3 Ergebnisse und Diskussion

Mit 38,2 % wohnen die meisten der 241 Befragten in Deutschland, gefolgt von den Norwegern (17,0 %). Drei Viertel der Befragten sind 21-50 Jahre alt.

3.1 Reiseverhalten

Das Reiseverhalten der Touristen bei Ocean Sounds wurde genauer untersucht, um einen Eindruck zu bekommen, ob die Touristen selbst auch Ökotourismus machen. Als Hauptgrund, warum die Touristen bei Ocean Sounds nach Norwegen reisten, wurde die Natur genannt (35,5 %). 19,9 % wählten speziell wegen der Landschaft Norwegen als Urlaubsland. Als wichtigstes Reisemotiv nannten die Touristen „Natur erleben“ (Abb. 1). Interessant ist, dass ihnen bis auf „Bewegung, Sport“ alle Aspekte im Urlaub wichtig waren. In der Literatur werden diese Reisemotive immer wieder mit alternativem Tourismus in Verbindung gebracht (vgl. BECKER et al. 1996, ENGER 2006, MOSE 1998, REVERMANN &

PETERMANN 2003 und SCHLOEMER 1999). Dies spricht für Ökotourismus. Die Touristen bei Ocean Sounds reisten jedoch bevorzugt mit dem Auto (51,5 %), Flugzeug (47,7 %) und dem Schiff, bzw. der Fähre (36,5 %) an (Mehrfachnennungen möglich). Da nur 2,1 % der befragten Touristen für ihre Reise mit dem Flugzeug einen Klimabeitrag leisteten, ist zu diskutieren, ob von einer ökologisch verträglichen Anreise gesprochen werden kann. Zudem lagen die umweltfreundlicheren Verkehrsmittel Bahn, Bus und Fahrrad bei der Verkehrsmittelwahl jeweils unter 20 %. Der ÖPNV wurde vor Ort kaum benutzt. Nur 10,0 % der Touristen kamen mit dem Linienbus zu Ocean Sounds. Allerdings ist bekannt, dass der ÖPNV auf den Lofoten nicht gut ausgebaut ist. DESTINATION LOFOTEN AS (mündlich 2007) empfiehlt den Touristen sogar, „besser ein Auto zu mieten, um die Lofoten zu sehen. Aber das ist kein Ökotourismus“. Durch die neue Straßenverbindung, über welche die Lofoten seit Dezember 2007 ohne Autofähre erreicht werden können, wird sicherlich der motorisierte Individualverkehr zunehmen. Deshalb sollten die Kommunen auf die Möglichkeiten des ÖPNV aufmerksam machen und diesen für die touristische Nutzung ausbauen.

Um das Reiseverhalten der Touristen genauer als ökologisch- und sozialverträglich definieren zu können, wurden den Befragten neun Aussagen vorgelegt (Abb. 2). Die Touristen zeigten demnach ein Interesse für Land und Leute, sowie für die Kultur des Urlaubslandes. Für regionale und landestypische Produkte galt dies weniger. Sie nahmen Kontakt zur einheimischen Bevölkerung auf. In der Landessprache unterhielten sie sich hingegen nicht. Es kann nicht gesagt werden, ob die Touristen bei der Wahl der Unterkunft auf Umwelt- und Sozialverträglichkeit achteten. Es ist somit schwierig zu folgern, ob sich die Touristen wie Ökotouristen verhalten. Jedoch wählten 41,9 % die regionaltypischen Rorbuer (Fischerhütten) als Übernachtungsmöglichkeit. Außerdem waren die meisten Touristen 14 Tage (18,3 %) oder länger (43,5 %) mit dem Partner (41,9 %) oder der Familie (28,6 %) unterwegs. Das bedeutet, dass die Touristen ihren Urlaub individuell organisierten. Nur 6,6 % waren mit einer Reisegruppe oder Pauschalreise unterwegs, obwohl „im Juli die ganzen Bustouren und Touristen für eine Nacht kommen. Die Individualreisenden für mehrere Nächte kommen im Mai, Juni und August“ (VÅGAN KOMMUNE, mündlich 2007). Das zeigt, dass Ocean Sounds nicht von den sich nur kurz auf den Lofoten aufhaltenden Reisebustouristen profitiert, sondern eher Anlaufstelle für Individualtouristen ist, die sich mehr Zeit lassen und sich eingehender für die Region interessieren. Zudem besuchten 82,6 % der Touristen zum ersten Mal die Lofoten, d.h., sie sind offen für neue Urlaubsregionen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass ein Potential für Ökotourismus im Reiseverhalten der Touristen bei Ocean Sounds vorhanden ist. Auch wenn nicht alle Punkte auf ein umwelt- und sozialverträgliches Verhalten hindeuten, spricht doch die Mehrzahl für Ökotourismus.

3.2 Kenntnisstand über Ökotourismus

Der Begriff „Ökotourismus“ war 178 der 241 Befragten (73,9 %) bekannt. Allerdings fühlte sich nur ein Viertel dieser 178 Touristen gut über Ökotourismus informiert. Auf die offen gestellte Frage, was die Touristen mit Ökotourismus verbinden, gaben 67,4 % (n=178) Antworten, die unter der Kategorie „Schutz der Natur“ zusammengefasst werden können. Nur 8,4 % assoziierten „Regionalität“ mit dem Begriff (Antworten wie: „regionale Wirtschaft profitiert vom Tourismus“, „Einheimische werden mit einbezogen“ etc.). Ebenso nur 5,6 % erwähnten „Nachhaltigkeit“ in ihrer Antwort.

Als Aufgaben und Ziele eines Anbieters, der Ökotourismus betreibt (offene Frage), nannten 28,1 % der Befragten (n=178) den Schutz von

Natur, Landschaft, Kultur oder Tieren. Für 25,3 % beinhalteten die Aufgaben und Ziele die Rücksicht auf Natur, Ressourcen, Kultur und Leute. Umweltbildung und Aufklärung (je 19,7 %) wurden weiterhin genannt. Dass auf Nachhaltigkeit geachtet werden soll, gab es nur 4,5 % der Touristen an. 3,9 % erwähnten als Aufgaben und Ziele den ökonomischen Gewinn für den Betrieb und die lokale Bevölkerung.

Es wird deutlich, dass die Touristen nicht vollständig über Ökotourismus informiert sind. Ökologische Aspekte sind bekannt, die soziokulturellen und ökonomischen, sowie das Prinzip der Nachhaltigkeit hingegen weniger. Auch das Norwegische Ökotourismusprojekt war nur 5,6 % (n=178) der Touristen bekannt. Demnach besteht weiterer Informationsbedarf über Ökotourismus unter den Touristen. Mehr Aufklärung und Werbung könnte auch das Bewusstsein der Touristen schärfen und die Nachfrage nach Ökotourismus noch weiter steigern.

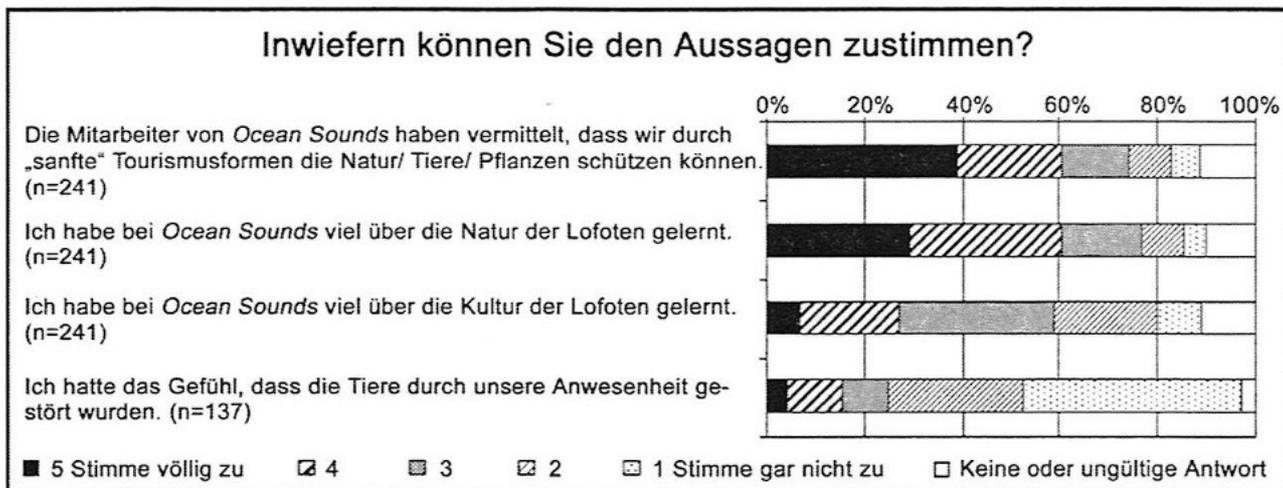


Abb. 3: Beurteilung der Arbeit von Ocean Sounds durch die Touristen

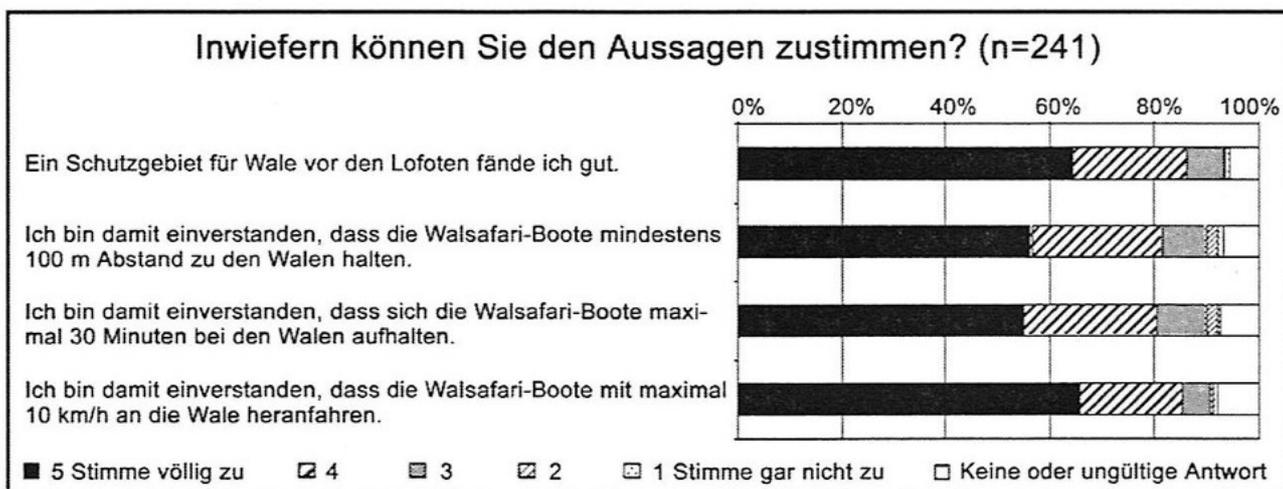


Abb. 4: Meinungen der Touristen zu Schutzaspekten

3.3 Beurteilung der Arbeit von Ocean Sounds

Abb. 3 gibt wieder, wie die Arbeit von Ocean Sounds durch die Touristen beurteilt wurde. Über die Natur der Lofoten und „sanfte“ Tourismusformen haben sie bei Ocean Sounds viel gelernt. Lediglich im Bereich Kultur besteht noch Handlungsbedarf. Die 137 Befragten, die auf einer Naturerlebnistour von Ocean Sounds dabei waren, hatten nicht das Gefühl, dass die beobachteten Tiere durch ihre Anwesenheit gestört wurden. In den Augen der Touristen verhielt sich der Betrieb in der Natur angemessen. Für 77,5 % der Touristen (n=178) war Ocean Sounds ein Ökotourismusbetrieb.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, wie wichtig es dem Betrieb ist, sich auf Ökotourismus zu konzentrieren, den Touristen Ökotourismus nahe zu bringen und damit einen Beitrag zum Naturschutz zu leisten. Eines der größten Anliegen von Ocean Sounds ist es, anderen Tourismusanbietern in der Region zu zeigen, dass es wichtig ist, sich in der Natur respektvoll zu verhalten. Darauf geht das folgende Kapitel noch näher ein.

3.4 Einstellungen zu Schutzaspekten

Die Anzahl der Walsafari-Boote vor den Lofoten ist in den letzten Jahren enorm angestiegen (BARTHEL, in diesem Band). Die große Anzahl der Boote, die sich gleichzeitig bei den Walen aufhalten, sowie deren laute Motorengeräusche bringen Störungen für das Ökosystem und somit auch für das Verhalten der Schwertwale (*Orcinus orca*) mit sich. Trotzdem halten sich die Veranstalter nicht an sogenannte Walsafari-Regeln (OCEAN SOUNDS, mündlich 2007). Ziel von Ocean Sounds ist es, die anderen Walsafari-Betreiber zum Umdenken zu bewegen: „Angemessenes Verhalten in der Umwelt ist wichtig, damit nicht die eigene Grundlage zerstört wird“ (OCEAN SOUNDS, mündlich 2007). Deshalb wurde die Meinung der Touristen bei Ocean Sounds zu Schutzmöglichkeiten eingeholt. Abb. 4 zeigt deutlich, dass unter den Touristen durchaus eine Akzeptanz gegenüber dem Schutz der Wale vorhanden ist. Da intakte Natur und Naturerlebnisse in den letzten Jahrzehnten zu Veränderungen im Tourismus geführt haben und auch Schutzgebiete immer mehr zu Tourismusmagneten werden (BECKER et al. 1996, MOSE 1998 und REVERMANN & PETERMANN 2003), ist zu überlegen, inwieweit ein Schutzgebiet für die Region der Lofoten auch aus ökonomischer Sicht von Vorteil wäre.

Zudem wurden die Meinungen der Touristen zu Walfang eingeholt. 29,9 % der befragten Touristen hatten schon einmal Walfleisch probiert. Für ein Walfangverbot in Norwegen sprachen sich 70,5 % aus. Ob sich Walfang auf die Sympathie der Touristen gegenüber Norwegen als Urlaubsland auswirkt, ließ sich allerdings nicht feststellen.

4 Fazit und Ausblick

Die Befragung der Touristen bei Ocean Sounds liefert ein erstes Bild über Aspekte des Ökotourismus. Aus deren Sicht kann abgeleitet werden, dass die Entwicklungschancen für Ökotourismus auf den Lofoten gut stehen. Handlungsbedarf besteht hinsichtlich des Interesses der Touristen an umwelt- und sozialverträglichen Anbietern, z.B. bei der Wahl der Übernachtungsmöglichkeiten und der Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel. Der Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs auf den Lofoten ist wünschenswert. Zudem sollte unter den Touristen mehr Aufklärung über Ökotourismus betrieben werden, damit das Bewusstsein dafür weiter gestärkt wird. Für den Betrieb Ocean Sounds gilt, dass er sich im Bereich der Kulturvermittlung noch verbessern sollte. Weiterhin sollte für die Region überlegt werden, inwieweit die Einrichtung eines Schutzgebiets, neben der Aufgabe des Naturschutzes, für den Tourismus auf den Lofoten einen positiven ökonomischen Beitrag leisten könnte. Zumindest sollte der Walsafari-Tourismus vor den Lofoten kontrolliert werden.

Da nur ein Betrieb auf den Lofoten untersucht wurde, ist es notwendig, empirische Daten auch bei anderen Betrieben in der Region zu erheben und auch die Meinungen dieser Anbieter, der Bevölkerung und weiterer Interessensgruppen einzuholen. Sollte sich dabei ein ähnliches Bild wie in dieser Studie abzeichnen, liegt es in der Verantwortung der gesamten Region, den Tourismus auf den Lofoten weiter in Richtung Ökotourismus zu lenken. Zudem ist es für die Entwicklung von Ökotourismus in Norwegen unerlässlich, empirische Untersuchungen bei weiteren Tourismusbetrieben im ganzen Land durchzuführen.

5 Danksagung

Herzlicher Dank geht an Prof. Dr. Ingo Mose (AG Regionalwissenschaften der Universität Oldenburg) und an Prof. Dr. Dietrich Hagen (Institut für Biologie und Umweltwissenschaften der Universität Oldenburg) für die Betreuung meiner Diplomarbeit. Besonders bedanken möchte ich mich bei Heike Vester für die vielen Hilfestellungen und die Gastfreundschaft. Für tatkräftige Unterstützung bedanke ich mich bei Anke Gruss, Caro Neugart, Gisa Scheschonka, Ingrid Arndt, Jochen Steiner, Kathi Schieber, Lena Grotz, Margot und Hartmut Nielebock, Michael Schmidt, Odd Petter Hovde, Philipp May, Robert Turner, Sandra Nielebock, Stefan Linnerhag, Tilman Wischuf, Ulrike Ehrle und allen Touristen, die den Fragebogen ausgefüllt haben, sowie bei allen Experten, die sich Zeit für die Interviews genommen haben.

6 Literatur

- ATTESLANDER, P. (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin.
- BECKER, C., JOB, H. & WITZEL, A. (1996): Tourismus und nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum, Darmstadt.
- DESTINATION LOFOTEN AS (Hrsg., 2007): Lofoten. Info-Guide, Værøy.
- DESTINATION LOFOTEN AS (mündlich, 2007): Mitarbeiter aus dem Marketingbereich der Tourismusfördergesellschaft Destination Lofoten AS, 13.08.2007.
- DESTINATION LOFOTEN AS & LOFOTRÅDET (Hrsg., 2007): Lofoten som resemål mot 2015 – en Masterplan for arbeidet med bedre resemålsutvikling i Lofoten, Lofoten.
- ENGER, A. (2006): Hvem er økoturisten? En kartlegging av målgruppen for norsk økoturismesatsing på det utenlandske markedet. Markedsanalyse utarbeidet for økoturismeprosjektet, Aniara – markedsanalyser for reiselivet, Oslo.
- ENGER, A. (2007): Markedsstrategi for Norsk Økoturisme. Rapport utarbeidet for Norsk Økoturisme, Aniara – markedsanalyser for reiselivet, Oslo.
- GLÄßER, E. (1991): Norwegen: Natur- und Kulturlandschaften vom Skagerrak bis nach Finnmark. DuMont Landschaftsführer, Köln.
- GÖSSLING, S. & HULTMAN, J. (2006): An Introduction to Ecotourism in Scandinavia. - In: Ecotourism Series, No. 4: 1-9.
- HAßLACHER, P. (1989 a): Sanfter Tourismus – Virgental. - In: Fachbeiträge des Oesterreichischen Alpenvereins, Serie: Alpine Raumordnung Nr. 3, Innsbruck: 123-144.
- HAßLACHER, P. (1989 b): Bibliographie zum Thema „Sanfter Tourismus“. - In: Fachbeiträge des Oesterreichischen Alpenvereins, Serie: Alpine Raumordnung Nr. 3, Innsbruck: 51-121.
- HEIL, D. & KRÜGER, R. (Hrsg., 1994): Bewußtes Reisen – Sanfte Angebote – Regionales Handeln. Berichte aus der Praxis des umweltverträglichen Tourismus. Dokumentationen einer Tagung des BURG-Projektes, Oldenburg.
- JUNGK, R. (1980): Wieviel Touristen pro Hektar Strand? - In: GEO, Heft 10: 154-156.
- KRIPPENDORF, J. (1975): Die Landschaftsfresser. Tourismus und Erholungslandschaft - Verderben oder Segen? Bern, Stuttgart.
- LUFT, H. (2005): Grundlegende Tourismuslehre: Theorie und Praxis, Meßkirch.
- MOLL, P. (Hrsg., 1995): Umweltschonender Tourismus – Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. Deutscher Verband für Angewandte Geographie. Material zur Angewandten Geographie, Bd. 24, Bonn.
- MOSE, I. (Hrsg., 1992): Sanfter Tourismus konkret. Zu einem neuem Verhältnis von Fremdenverkehr, Tourismus und Region. Wahrnehmungsgeographische Studien zur Regionalentwicklung, Heft 11, Oldenburg.
- MOSE, I. (1998): Sanfter Tourismus. Reihe Gesellschaft, Raum, Umwelt, Bd. 1, Amsterdam.
- MOSE, I. (1989): Sanfter Tourismus – Alternative der Tourismusentwicklung. - In: Fachbeiträge des Oesterreichischen Alpenvereins, Serie: Alpine Raumordnung Nr. 3, Innsbruck: 9-23.
- NORDLAND FYLKESKOMMUNE (2005): Nordland – opplev verdens vakreste kyst. Reiselivets økonomiske virkninger i åtte regioner i Nordland 2005, Bodø.
- NORSK ØKOTURISME (2008 a): Norsk Økoturisme, http://www.grip.no/okoturisme/bakgrunn_for_prosjektet.htm, 30.04.2008.
- NORSK ØKOTURISME (2008 b): Norsk Økoturisme, <http://www.grip.no/okoturisme/Testgruppe/Testgruppe.htm>, 02.05.2008.
- NORSK ØKOTURISME (2008 c): Norsk Økoturisme, <http://www.grip.no/okoturisme/Prosjekt %E51.htm>, 30.04.2008.
- OCEAN SOUNDS (mündlich, 2007): Geschäftsführer, Forscher und Reiseleiter des Ökotourismusbetriebs Ocean Sounds in Henningsvær, 30.08.2007.
- REVERMANN, C. & PETERMANN, T. (2003): Tourismus in Großschutzgebieten. Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung. Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, Bd. 13, Berlin.
- SCHLOEMER, A. (1999): Nachhaltiger Tourismus? Ein Beitrag zur Evaluation aktueller Konzeptionen für ländliche Regionen Mitteleuropas. Naturschutz und Freizeitgesellschaft, Bd. 3, Sankt Augustin.
- STRASDAS, W. (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Ammerland.
- TIES (2008): The International Ecotourism Society, http://www.ecotourism.org/webmodules/webarticlesnet/templates/eco_template.aspx?articleid=95&zoneid=2, 28.04.2008.
- VIKEN, A. (2006): Ecotourism in Norway: Non-existence or Co-existence? - In: Ecotourism Series, No. 4: 38-52.
- VÅGAN KOMMUNE (mündlich, 2007): Mitarbeiter der Wirtschaftsabteilung der Vågan Kommune, 13.08.2007.
- VONDERACH, G. (HRSG., 1990): Ressourcenschonender und regionskundlicher Tourismus. Texte zur Sozialforschung, Bd. 4, Bamberg.