

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT
INSTITUT FÜR UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN

Nachhaltigkeitsanalyse und Handlungsempfehlungen für das Pro Natura Zentrum Aletsch



Bachelorarbeit

Autorin	Elena Heinzmann Bachelorstudiengang Umweltingenieurwesen 2019
Abgabedatum	12. Januar 2023
Vertiefung	Umweltsysteme und Nachhaltige Entwicklung
Betreuung	Birgit Reutz Anna Lüthi

Impressum

Titelbild	© Ladina Hügli
Keywords	Nachhaltigkeitsbewertung – Nachhaltigkeit – Umweltbildung – Umweltbildungszentrum – Umweltorganisation – Handlungsempfehlungen
Zitiervorschlag	Heinzmann, E. (2023). <i>Nachhaltigkeitsanalyse und Handlungsempfehlungen für das Pro Natura Zentrum Aletsch</i> . Bachelorarbeit, ZHAW Wädenswil, Departement N, Institut IUNR.
Korrektorinnen	Dr. Birgit Reutz ZHAW, Center da Capricorns, 7433 Wergenstein Anna Lüthi ZHAW, Center da Capricorns, 7433 Wergenstein
Institut	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften Departement Life Sciences and Facility Management Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen Grüentalstrasse 14 CH – 8820 Wädenswil

Zusammenfassung

Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit dem ersten alpinen Umweltbildungszentrum der Schweiz, dem Pro Natura Zentrum Aletsch. Als eines von zwei nationalen Pro Natura Zentren setzt es sich für den Schutz der Natur und eine nachhaltige Entwicklung ein. Durch den integrierten Pensionsbetrieb und die Einbettung in ein touristisches Berggebiet agiert das Zentrum als Akteur im Tourismus und möchte sich dabei als Pionierbetrieb für Nachhaltigkeit stetig weiterentwickeln. Das Pro Natura Zentrum Aletsch wurde dafür umfassend in Bezug auf Nachhaltigkeit analysiert. Dafür wurden Expert:innen-Interviews, eine Nachhaltigkeitsbewertung und eine Gästeumfrage durchgeführt. Die Interviews dienten der Informationsbeschaffung über das Zentrum und für die Bewertung. Die Nachhaltigkeitsbewertung hat ergeben, dass das Pro Natura Zentrum Aletsch bereits ein hohes Engagement betreibt, um Nachhaltigkeit im Betrieb umzusetzen. Dabei sticht vor allem der Bereich «Bewusster Umgang mit Energie» positiv hervor. Die «Gästeinformation über Nachhaltigkeit» hat die tiefste Bewertung erhalten. Dennoch gibt es in allen bewerteten Kategorien Verbesserungspotenzial zu bezeichnen. Dabei werden das Nachhaltigkeitsmanagement und die Nachhaltigkeitskommunikation als zentrale Handlungsfelder identifiziert, damit bereits umgesetzte Nachhaltigkeitsmassnahmen effektiver koordiniert und nach aussen kommuniziert werden können. Die Gästeumfrage hat gezeigt, dass die Stärke vom Pro Natura Zentrum Aletsch im authentischen Naturerlebnis und dem hohen Bezug zur Aletschregion liegt. In einem Nachhaltigkeitsworkshop wurde mit der Zentrumsleitung eine erste Grundlage für den weiteren Nachhaltigkeitsprozess gelegt. Die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsbewertung, der Gästeumfrage und des Workshops flossen in die Ausarbeitung der Handlungsempfehlungen ein. Die 53 Massnahmen wurden in einer Excel-Datei zusammengefasst und anhand von Umsetzungszeitraum und Relevanz für die Nachhaltigkeit priorisiert. Als zentrale Handlungsfelder wurden das Nachhaltigkeitsmanagement, die Nachhaltigkeitskommunikation sowie die betriebliche Nachhaltigkeit definiert.

Abstract

This bachelor thesis deals with the first alpine environmental education centre in Switzerland, the Pro Natura Centre Aletsch. As one of two national Pro Natura centres, it is committed to the protection of nature and sustainable development. Through the integrated guesthouse and the embedding in a tourist mountain area, the centre acts as a player in tourism and wants to continuously develop as a pioneer project. The Pro Natura Centre Aletsch will be comprehensively analysed in terms of sustainability. This is done with expert interviews, a sustainability assessment and a guest survey. The sustainability assessment showed that the Pro Natura Centre Aletsch is already highly committed to implementing sustainability in its operations. The area «Conscious use of energy» in particular stands out positively. «Guest information on sustainability» received the lowest rating. Nevertheless, there is potential for improvement in all the categories assessed. Sustainability management and sustainability communication are identified as central fields of action, so that sustainability measures already implemented can be coordinated more effectively and communicated to the outside world. The guest survey showed that the strength of the Pro Natura Centre Aletsch lies in the authentic experience of nature and the high connection to the Aletsch Region. In a sustainability workshop, a basis for the further sustainability process was laid with the centre management. The results of the sustainability assessment, the survey and the workshop were incorporated into the development of the recommendations for action. The 53 measures were summarised in an Excel file and prioritised according to implementation period and relevance for sustainability. Sustainability management, sustainability communication and operational sustainability were defined as the main topic areas for the recommendations.

Inhalt

1	Einleitung.....	6
1.1	Ausgangslage.....	6
1.2	Ziele der Arbeit.....	7
1.3	Rahmenbedingungen.....	7
2	Praxispartner Pro Natura Zentrum Aletsch.....	8
2.1	Pro Natura.....	8
2.2	Geschichte Pro Natura Zentrum Aletsch.....	9
2.2.1	Sommerresidenz und Hotelbetrieb.....	9
2.2.2	Villa Cassel als Naturschutzzentrum.....	10
2.2.3	Projekt «Villa Cassel 2020».....	10
2.3	Angebot.....	10
2.3.1	Umweltbildung.....	11
2.3.2	Übernachten und Essen.....	12
2.4	Philosophie und Ziele.....	12
3	Methodisches Vorgehen.....	14
3.1	Auftragsklärung und Bedürfnisse.....	14
3.2	Literatur- und Internetrecherche.....	14
3.3	Analyse Pro Natura Zentrum Aletsch.....	15
3.3.1	Expert:innen-Interviews.....	15
3.3.2	Nachhaltigkeitsbewertung.....	16
3.3.3	Gästeamfrage.....	19
3.4	Nachhaltigkeitsworkshop.....	20
3.5	Handlungsempfehlungen.....	20
4	Theoretische Grundlagen.....	22
4.1	Nachhaltiger Tourismus.....	22
4.1.1	Auswirkungen des Tourismus.....	23
4.1.2	Anforderungen nachhaltiger Tourismus.....	23
4.1.3	Nachhaltige Tourismusangebote.....	24
4.1.4	Bildungsauftrag im Tourismus.....	26
4.2	Umweltorganisationen.....	26
4.2.1	Was sind NGOs.....	26
4.2.2	NGOs im Bereich Umwelt- und Naturschutz.....	27
4.2.3	Umweltorganisationen als Tourismusakteur.....	28
4.3	Umweltbildung.....	28
4.3.1	Bildung für Nachhaltige Entwicklung.....	29
4.3.2	Umweltbildung mit Wirkung.....	30
4.3.3	Evaluation von Umweltbildungsangeboten.....	33
4.4	Nachhaltigkeitskommunikation.....	33
4.4.1	Verhaltensänderungen anstossen.....	34
4.4.2	Hilfsmittel der Kommunikation.....	35

5	Ergebnisse	37
5.1	Ergebnisse Nachhaltigkeitsbewertung.....	37
5.1.1	Zielzustand.....	37
5.1.2	Nachhaltigkeitsbewertung	40
5.2	Ergebnisse Gästebefragung.....	45
5.2.1	Angestrebte Wirkung.....	45
5.2.2	Datenauswertung	46
5.3	Ergebnisse Nachhaltigkeitsworkshop	51
6	Handlungsempfehlungen.....	54
6.1	Massnahmenplan.....	54
6.2	Nachhaltigkeitsmanagement.....	56
6.3	Nachhaltigkeitskommunikation	58
6.4	Betriebsinterne Nachhaltigkeit.....	61
7	Diskussion.....	62
8	Fazit.....	64
10	Literaturverzeichnis	65
	Tabellenverzeichnis	67
	Abbildungsverzeichnis	68
	Anhang	69
	Elektronische Anhänge	69
	Anhang 1: Interview mit Laudo Albrecht	69
	Anhang 2: Interview mit Thomas Flory	75
	Anhang 3: Interview mit Sévérine Junghänel	79

1 Einleitung

Im Jahr 1987 hat die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung im Brundtland-Bericht «Our common future» ein Leitbild zur nachhaltigen Entwicklung ausgearbeitet. Im Bericht wurde betont, dass es eine Strategie zur Bewältigung der kritischen, globalen Umweltprobleme benötigt (Bundesamt für Raumentwicklung ARE, o.J.). Im Jahr 2015, 28 Jahre nach der Veröffentlichung des Brundtland-Berichts, haben alle Mitglieder der Vereinten Nationen die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung unterschrieben, was als bedeutender Meilenstein in der Geschichte der globalen Entwicklungszusammenarbeit angesehen wird (United Nations, o.J.). Dennoch sind die bisher umgesetzten Massnahmen ungenügend, um das angestrebte 1,5-Grad-Ziel zu erreichen und die Klimakrise gehört nach wie vor zu den grössten, globalen Herausforderung der heutigen Zeit (IPCC, 2022).

Pro Natura setzt sich als älteste Naturschutzorganisation der Schweiz für eine nachhaltige Entwicklung ein und setzt dies mit politischem sowie praktischem Naturschutz, Umweltbildung und Kommunikation um (Pro Natura, 2022). Aus diesem Grund liegt der Fokus dieser Bachelorarbeit auf einem von zwei nationalen Pro Natura Zentren, dem Pro Natura Zentrum Aletsch (PNZA). Es handelt sich um ein Umweltbildungszentrum mit integriertem Pensionsbetrieb und ist Teil der Tourismusregion Aletsch. Pro Natura versucht mit dem Naturschutzzentrum auch im Tourismussektor ihre Ziele im Umweltschutz zu erreichen.

Die Tourismusbranche nimmt in der Schweiz einen wichtigen Stellenwert ein und daher ist eine nachhaltige Ausrichtung umso zentraler. Damit zukünftige Generationen weiterhin vom Tourismus als Wirtschaftsfaktor profitieren können, braucht es eine Neuausrichtung. Ein Fokus auf Qualität und Nachhaltigkeit ist unumgänglich und muss im Einklang mit der heimischen Bevölkerung sowie mit Rücksicht auf das ökologische Gleichgewicht umgesetzt werden (Schuler & Pirchl-Zaugg, 2021). Nachhaltiger Tourismus kann einen wichtigen Beitrag leisten zur Erreichung der 17 Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030, vor allem mit lokalen Arbeitsplätzen, nachhaltiger Produktion und Schutz der natürlichen Umgebung (FAO and UNWTO, 2021).

1.1 Ausgangslage

Ein zentrales Ziel der Umweltorganisation Pro Natura ist der Schutz und der Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen. Dieses verfolgt die Nichtregierungsorganisation mit unterschiedlichen Standbeinen. Es geht darum, den Menschen die Natur näher zu bringen, sie für die Wichtigkeit des Schutzes der Natur zu sensibilisieren und gangbare Wege für ressourcenschonendes Handeln aufzuzeigen (Halder & Albrecht, 2021).

Dafür treten sie mit dem Pro Natura Zentrum Aletsch als Tourismusakteur auf. Das Zentrum ist das erste alpine Umweltbildungszentrum der Schweiz. Als Naturschutzzentrum setzt es auf Umweltbildung und die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen. Das Zentrum ist stets bemüht, sich im Sinne der Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln und die Gäste ihrerseits zum Handeln anzuregen. Dafür wird Wert gelegt auf eine möglichst nachhaltige Betriebsführung und eine zeitgemässe Umsetzung der Umweltbildungsangebote (Interview mit T. Flory, Anhang 2).

Im Sommer 2019 wurde das Pro Natura Zentrum Aletsch umfassend renoviert und gleichzeitig ein neuer Informations- und Vermittlungsraum konzipiert. Diesbezüglich fand zudem eine Neuausrichtung statt. Im Rahmen der Exkursionen, Führungen sowie dem täglichen Pensionsbetrieb möchte der Betrieb zeigen, wie ein energetisch CO₂-neutraler Betrieb auf 2000 m.ü.M. möglich ist und gleichzeitig für ressourcenschonendes Handeln sensibilisieren (Interview mit L. Albrecht, Anhang 1).

1.2 Ziele der Arbeit

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll das Pro Natura Zentrum Aletsch umfassend in Bezug auf Nachhaltigkeit analysiert werden. Dabei wird neben den drei Nachhaltigkeitsdimensionen Umwelt, Soziales und Wirtschaft auch das Management thematisiert. Es soll zudem ermittelt werden, was das Umweltbildungszentrum durch seine Arbeit bei den Gästen bewirken möchte und was effektiv bei den Besuchenden erreicht wird.

Anschliessend sollen Handlungsempfehlungen für das Pro Natura Zentrum Aletsch formuliert werden. Diese sollen einen Mehrwert für die Nachhaltigkeit des Umweltbildungszentrum haben und werden in einem Massnahmenplan zusammengefasst. Die Vorschläge der Autorin werden mit den Bedürfnissen und Ressourcen der Zentrumsleitung abgeglichen, mit dem Ziel eine möglichst hohe Umsetzungsrate zu erreichen.

Aufgrund der vorgängig beschriebenen Ausgangslage und der Ziele beschäftigt sich die vorliegende Bachelorarbeit mit vier Fragestellungen. Diese sind nachfolgend aufgeführt.

1. Welche Wirkung strebt das Pro Natura Zentrum Aletsch durch seine Arbeit bei den Gästen an?
2. Wo steht das Pro Natura Zentrum Aletsch in Bezug zur Nachhaltigkeit?
3. Was wird durch die Arbeit des Umweltbildungszentrums bei den Gästen und Besuchenden erreicht?
4. Welche Handlungsempfehlungen zur Erhöhung der Nachhaltigkeit des Betriebs ergeben sich aus den Resultaten der Arbeit?

Die Arbeit soll eine Unterstützung für den weiterführenden Nachhaltigkeitsprozess des Pro Natura Zentrums Aletsch darstellen.

1.3 Rahmenbedingungen

Die vorliegende Arbeit wurde mit dem Pro Natura Zentrum Aletsch als Praxispartner durchgeführt. Die Erarbeitung erfolgte über zwei Semester und begleitete das Zentrum durch die Sommersaison 2022. Neben der Zusammenarbeit für die Bachelorarbeit war die Autorin Elena Heinzmann von Juni bis Oktober 2022 als Praktikantin im Bereich Umweltbildung im Pro Natura Zentrum Aletsch tätig. Somit konnten die Nachhaltigkeitsbewertung und die Gästeteumfrage durch intensive Begleitung vor Ort durchgeführt werden.

2 Praxispartner Pro Natura Zentrum Aletsch

Das Pro Natura Zentrum Aletsch ist auf der Riederalp im Kanton Wallis angesiedelt. Es liegt unmittelbar am Naturschutzgebiet Aletschwald, das vom Umweltbildungszentrum, welches in einer viktorianischen Villa untergebracht ist, betreut wird (Villa Cassel vorne im rechten Teil der Abbildung 1 zu sehen). Die Region Aletsch kann grob in zwei Bereiche eingeteilt werden. Die Kulturlandschaft befindet sich südlich vom Bergkamm (im rechten Teil der Abbildung 1). Hier ist die Landschaft geprägt von der extensiven Landwirtschaft sowie der touristischen Erschliessung. Die Naturlandschaft befindet sich nördlich des Bergkamms (im linken Teil der Abbildung 1) und ist weitgehend von Eingriffen verschont geblieben (Halder & Albrecht, 2021).



Abbildung 1: Villa Cassel mit Blick auf die Riederalp und den Aletschgletscher (Foto von Pascal Gertschen)

2.1 Pro Natura

Pro Natura ist die älteste Naturschutzorganisation der Schweiz und wurde bereits im Jahr 1909 gegründet. Ihr Leitspruch ist «Pro Natura – für mehr Natur, überall!». Das Ziel der Organisation ist die Interessensvertretung der Natur. Die Förderung der natürlichen Vielfalt an Tieren, Pflanzen und Lebensräumen steht im Mittelpunkt (Pro Natura, 2022).

Der Pro Natura besteht aus dem Zentralverband, der national aktiv ist. Diesem sind die zwei nationalen Pro Natura Zentren Aletsch und Champ-Pittet angeschlossen. Es gibt regionale Sektionen, die selbstständig geführt werden (Interview mit T. Flory, Anhang 2). Die Umweltorganisation ist als Mitglied von Friends of the Earth International in der Umweltschutzszene weltweit vernetzt (Pro Natura, 2022).

Die Finanzierung geschieht über Mitgliederbeiträge, Spenden und Legate. Pro Natura ist mit rund 170'000 Mitgliedern gut in der Schweizer Bevölkerung verankert (Halder & Albrecht, 2021).

Als älteste Naturschutzorganisation ist Pro Natura unter anderem für ihre Pioniertaten bekannt. Dazu gehört die Schaffung des Schweizerischen Nationalparks, die Betreuung von rund 700 Naturschutzgebieten und die Führung von einem Dutzend Naturschutzzentren schweizweit (Pro Natura, 2022).

Ziele

Die Organisation hat sich für ihre Tätigkeiten vier übergeordnete Ziele gesetzt (Abbildung 2).

Biodiversität stärken

Geschützte Gebiete in der Schweiz sollen an Fläche und Qualität gewinnen. Nicht geschützte Gebiete sollen ökologisch wertvoller werden. Häufige Arten müssen häufig bleiben, seltene wieder häufiger werden.

Landschaften schützen

Die Schweiz muss ihren Bodenverbrauch durch Überbauung und Zersiedelung bremsen. Es braucht eine bessere Trennung von Bau- und Nichtbauzone. Einzigartige und unverbaute Landschaften brauchen besseren Schutz.

Natürliche Ressourcen schonen

Wir sind überzeugt, dass private und gesellschaftliche Entscheide mit Rücksicht auf die natürlichen Ressourcen gefällt werden müssen. Wir als Gesellschaft müssen Alternativen zum unbegrenzten Wachstum finden.

Naturbezug erhöhen

Wir sind uns sicher, dass dank einem stärkeren Bezug zur Natur und der Auseinandersetzung mit persönlichen Verhaltensweisen der Umgang mit der Umwelt verantwortungsvoller wird.

Abbildung 2: Ziele von Pro Natura (Pro Natura, 2022)

Zur Erreichung ihrer Ziele setzt Pro Natura auf vier unterschiedliche Standbeine. Der politische Naturschutz, um die politischen sowie rechtlichen Rahmenbedingung für Naturschutz zu verbessern und damit Naturschutzgesetze eingehalten werden. Der praktische Naturschutz hat zum Ziel bedrohte Arten konkret zu fördern. Die Umweltbildung möchte Kinder sowie Erwachsene für die Natur begeistern. Mit der Kommunikation will die Naturschutzorganisation Menschen dazu bewegen, über die Natur nachzudenken und einen stärkeren Naturbezug schaffen (Pro Natura, 2022).

2.2 Geschichte Pro Natura Zentrum Aletsch

Das Pro Natura Zentrum Aletsch hat einen langen geschichtlichen Hintergrund, der im nachfolgenden Kapitel dargelegt wird. Bevor das Naturschutzzentrum entstanden ist, war die Villa Cassel erst eine Sommerresidenz und dann ein Hotelbetrieb.

2.2.1 Sommerresidenz und Hotelbetrieb

Der einflussreiche Bankier Sir Ernest Cassel liess die Villa Cassel in den Jahren 1900 und 1901 errichten. Die 25-Zimmer Villa diente als Sommerresidenz, in die jeweils zahlreiche Gäste willkommen geheissen wurden. Am 21. September 1921 verstarb Sir Ernest Cassel. Die Villa ging an Cassels Erbin Edwina Mountbatten, seine Enkelin, über. Diese entschied die Villa zu verkaufen.

Die einheimische Hoteliersfamilie Cathrein kaufte die Villa und gestaltete sie in einen Hotelbetrieb um. Die wesentlichen Strukturen blieben jedoch erhalten. Das Hotel wurde 45 Jahre lang geführt und im Jahr 1969 geschlossen (Halder & Albrecht, 2021).

2.2.2 Villa Cassel als Naturschutzzentrum

Der Schweizer Bund für Naturschutz (heute Pro Natura) kaufte das geschichtsträchtige Bauwerk im Herbst 1973 und liess die Villa für über drei Millionen Franken renovieren. Am 10. Juli 1976 fand die Neueröffnung der Villa Cassel statt. Es war gleichzeitig die Eröffnung des ersten alpinen Umweltbildungszentrum in der Schweiz (Pro Natura Zentrum Aletsch, 2022). Das Informationszentrum entstand mit dem Ziel die Besuchenden über die Zusammenhänge in der Natur aufzuklären und für die Bedeutung des Natur- und Umweltschutzes zu sensibilisieren (Albrecht, 1993).



Abbildung 3: Alpengarten im Vordergrund, Umweltbildungszentrum im Hintergrund (Foto von Pascal Gertschen)

2.2.3 Projekt «Villa Cassel 2020»

Durch die klare Bekennung des Zentralvorstandes von Pro Natura für das Bestehen und die Weiterentwicklung der beiden nationalen Zentren Aletsch und Champ-Pittet, stand dem bereits seit mehreren Jahren geplanten Projekt «Villa Cassel 2020» nichts mehr im Weg. Mit der Renovation wollte man dafür sorgen, dass das Zentrum als Pionierprojekt einer nachhaltigen Entwicklung Signalwirkung hat. Der letzte grosse Meilenstein des Bauwerks wurde im Sommer 2019 unternommen. Das Pro Natura Zentrum wurde umfangreich saniert und ist mittlerweile ein energetisch CO₂-neutraler Betrieb. Im Rahmen der Sanierung wurden einige Veränderungen vorgenommen. Die Öl-Heizung wurde durch ein Strom-Wasser-Wärmepumpe ersetzt. Da aufgrund des Denkmalschutzes keine Solaranlage bei der Villa Cassel installiert werden konnte, wurde diese auf zwei Gebäuden in Ried-Mörel montiert. Die Gebäude des Zentrums wurden an zentralen Stellen gedämmt (Interview mit L. Albrecht, Anhang 1).

2.3 Angebot

Das Pro Natura Zentrum Aletsch ist ein Umweltbildungszentrum mit Beherbergungs- und Verpflegungsangebot. Der Hauptfokus liegt darauf Menschen für die Natur zu sensibilisieren, was mit diversen Umweltbildungsangeboten verfolgt wird.

2.3.1 Umweltbildung



Abbildung 4: Exkursion «Faszination Aletschgletscher» (Foto von Ladina Hügli)

Im Mittelpunkt der Tätigkeiten des Pro Natura Zentrums Aletsch ist die Umweltbildung. Das Zentrum ist ein Tor zur Natur und bringt Menschen mit ihrer Umwelt in Verbindung (Interview mit T. Flory, Anhang 2). Dafür steht ein abwechslungsreiches Angebot in Form von Exkursionen, Führungen, Erlebnisangeboten, dem Informations- und Vermittlungsraum sowie dem Alpengarten zur Verfügung (Pro Natura Zentrum Aletsch, 2022).



Abbildung 5: Exkursions-Input vor dem Aletschgletscher (Foto von Ladina Hügli)

Neben Schulklassen und Gruppen, die Exkursionen und Führungen individuell buchen können, steht das Angebot auch Individualgästen zur Verfügung. Während den Sommer- und Herbstferien gibt es Exkursionen, die ohne Voranmeldung besucht werden können. Die Erlebnisangebote können dem Saisonprogramm entnommen und an den ausgeschriebenen Daten von Einzelpersonen besucht werden (Pro Natura Zentrum Aletsch, 2022).

2.3.2 Übernachten und Essen

Das Pro Natura Zentrum Aletsch ist neben seine Umweltbildungsangeboten ein Pensionsbetrieb. Dieser wird für Übernachtungen mit Gruppen und Schulen genutzt. Zudem stehen Ferienzimmer für Individualgäste zur Verfügung. Es können Zweier-/Dreier- oder Mehrbettzimmer gebucht werden (Pro Natura Zentrum Aletsch, 2022).

Im Tee-Salon können sich Feriengäste, Gruppen, Schulklassen sowie Tagesgäste verpflegen. Das Angebot reicht von verschiedenen Teesorten, über Kaffee sowie anderen Getränken bis zu hausgemachten Kuchen und weiterer Verpflegung (Pro Natura Zentrum Aletsch, 2022). Die Produkte stammen nach Möglichkeit aus biologischer Produktion. Zudem wird Wert auf Regionalität gelegt (Interview mit S. Junghänel, Anhang 3).

2.4 Philosophie und Ziele

Seit seiner Entstehung setzt sich das Naturschutzzentrum für den Erhalt der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt ein. Das Ziel ist möglichst viele Gäste für die Belange des Naturschutzes zu sensibilisieren. Der Philosophie liegt die Annahme zu Grunde, dass der Mensch das schützt, was er kennt und schätzt. Die Naturerlebnisse sollen mit allen Sinnen erfolgen und einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Zahlen und Fakten spielen dabei eine untergeordnete Rolle. Die Arbeit des Zentrums beschränkt sich nicht darauf, den Gästen die schöne und wilde Natur näher zu bringen. Es soll auch das Spannungsfeld Landwirtschaft, Tourismus und Naturschutz aufgegriffen werden. Die Gäste sollen nicht nur sensibilisiert, sondern auch zum Handeln angeregt werden. Ein Teil davon geschieht durch die Vorbildrolle. Die Zentrumsküche setzt beispielsweise grösstenteils auf regionale und biologische Produkte. Somit wird der Biolandbau in der Aletschregion unterstützt. Das Zentrum möchte touristische Betriebe in der Region dazu animieren, durch Direktabnahme der Bauern und Bäuerinnen vor Ort dasselbe zu tun. Gleichzeitig erhalten die Gäste durch den Pensionsbetrieb Einblick, wie ressourcenschonendes Handeln möglich ist (Halder & Albrecht, 2021).



Abbildung 6: Wegweiser Pro Natura Zentrum Aletsch (Foto von Ladina Hügli)

Die Philosophie richtet sich nach dem Sprichwort «Tu Gutes und rede darüber». Dafür wird in der Ausstellung über die energetische CO₂-Neutralität des Zentrums berichtet und zu persönlichen Handlungsmöglichkeiten angeregt. Zudem werden die Übernachtungsgäste gebeten Energie zu sparen und im Speisesaal über die Regionalität der Produkte aufgeklärt. Unter diesem Vorsatz wird auch mit dem Projekt «Villa Cassel 2020» umgegangen. Das Zentrum möchte als Pionierprojekt der Nachhaltigkeit fungieren und aufzeigen, wie ressourcenschonendes Handeln umgesetzt werden kann (Interview mit L. Albrecht, Anhang 1).

Ziele des Pro Natura Zentrums Aletsch

Das Pro Natura Zentrum Aletsch bezieht sich vordergründig auf zwei Oberziele von Pro Natura «Wir ermöglichen eine vertiefte Beziehung zwischen Menschen und Natur» und «Wir agieren näher bei den Menschen». Die detaillierte Beschreibung der Oberziele ist auf der Abbildung 7 ersichtlich. Mit ihrem im Kapitel 2.3 beschriebenen Angebot versucht das Zentrum ihren Beitrag dazu zu leisten.

Oberziel 3: Wir ermöglichen eine vertiefte Beziehung zwischen Menschen und Natur

Mehr Kinder, Jugendliche und Erwachsene erleben die Natur direkt und stärken so ihre Wahrnehmung, ihre Wertschätzung und ihr Verständnis für die Natur. Sie haben die Werte und Kompetenzen erworben, um verantwortungsvoll für sich und die Umwelt zu handeln. Das gesellschaftliche Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise ist gestiegen. Naturvertrautheit wird als zentrale Voraussetzung für eine gesunde Entwicklung des Menschen und der Gesellschaft wahrgenommen.

Oberziel 4 :Wir agieren näher bei den Menschen

Pro Natura ist als führende Naturschutzorganisation in der Schweiz anerkannt. Sie ist in der Bevölkerung noch besser verankert, hat ein positives Image, eine hohe Glaubwürdigkeit und eine gute finanzielle Basis. Naturbegeisterte Menschen sind verstärkt mobilisiert. Die politische Arbeit ist gestärkt mit dem Ziel, die Rahmenbedingungen für die Natur zu verbessern. Die Zusammenarbeit im Verband, mit zielverwandten Organisationen im In- und Ausland sowie mit Behörden ist weiter ausgebaut. Pro Natura schöpft die Möglichkeiten der Digitalisierung gewinnbringend aus und stärkt den Dialog mit den Zielgruppen.

Abbildung 7: Oberziel 3 und 4 von Pro Natura (E-Mail Korrespondenz mit Maurus Bamert, 07. Februar 2022)

Damit das Pro Natura Zentrum Aletsch mit seiner Philosophie und Zielen einen Einfluss auf die Menschen nehmen kann, ist es wichtig von Zeit zu Zeit eine Aussenperspektive einzunehmen und das eigene Wirken zu beleuchten. Daher wird im Rahmen dieser Bachelorarbeit analysiert, wo das Zentrum bezüglich Nachhaltigkeit und seiner Wirkung nach aussen steht.

3 Methodisches Vorgehen

Die Bachelorarbeit wurde in drei zeitlichen Hauptblöcken erarbeitet: im Frühlingssemester, während dem Praktikum der Autorin im Sommer und im Herbstsemester 2022. In der folgenden Abbildung 8 ist der Forschungsprozess mit seinen einzelnen Teilschritten dargestellt.

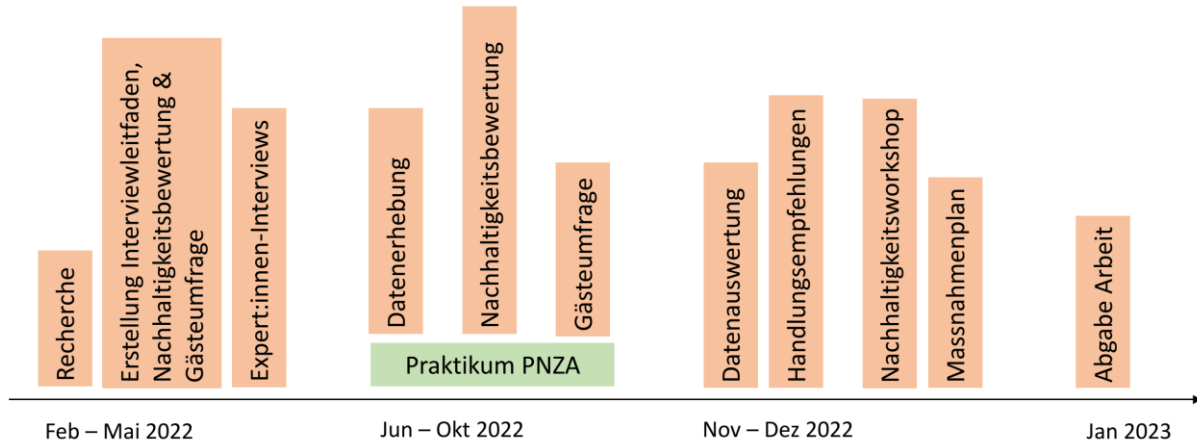


Abbildung 8: Übersicht methodisches Vorgehen

3.1 Auftragsklärung und Bedürfnisse

Nachdem die Zusammenarbeit mit dem Pro Natura Zentrum Aletsch für die Bachelorarbeit feststand, wurde ein Treffen für die Auftragsklärung vereinbart. Mit dem Ziel herauszufinden, welchen Fokus die Arbeit legen kann, damit Bedürfnisse der Zentrumsleitung erfüllt werden.

Dafür wurde am 03. Februar 2022 ein Gespräch mit Maurus Bamert geführt. Zu dem Zeitpunkt Leiter Umweltbildung und stellvertretende Zentrumsleitung, ab Juni 2022 jedoch neuer Zentrumsleiter des Naturschutzzentrums. Bei der Besprechung hat sich herausgestellt, dass von Seiten der Zentrumsleitung das Interesse besteht aus einer Aussenperspektive zu erfahren, welche Wirkung das Zentrum auf seine Gäste und Besuchende hat und was für Verbesserungspotenzial in Bezug auf Nachhaltigkeit besteht. Das Zentrum möchte als Pionierbetrieb hinsichtlich Nachhaltigkeit wahrgenommen werden und damit eine Leuchtturmwirkung erreichen, womit Gäste und Akteurinnen sowie Akteure aus der Region ihrerseits zu ressourcenschonendem Handeln motiviert werden. Bisher wurde keine Untersuchung gemacht, was ein Besuch im Pro Natura Zentrum Aletsch bei den Gästen bewirkt und ob Verhaltensänderungen zugunsten der Natur angestossen werden.

Nach der Bedürfnisabklärung stand fest, dass der Fokus auf der Pionierwirkung des Zentrums liegen soll. Das Vorgehen in Form von Expert:innen-Interviews und Nachhaltigkeitsbewertung für die Erfassung der angestrebten Wirkung sowie der IST-Situation in Bezug auf Nachhaltigkeit wurde definiert. Anschliessend soll eine Gästeumfrage die effektive Wirkung erheben. Bevor zum Schluss anhand der Ergebnisse Handlungsempfehlungen definiert werden.

3.2 Literatur- und Internetrecherche

Mit der Literaturrecherche wurden hauptsächlich die theoretischen Grundlagen erarbeitet. Dafür wurden die Themen nachhaltiger Tourismus, Umweltorganisationen, Umweltbildung sowie Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), Wirkungsorientierung und Nachhaltigkeitskommunikation aufgearbeitet und miteinander in Verbindung gebracht. Für das methodische Vorgehen wurde entsprechende Literatur konsultiert.

Die Literaturrecherche wurde im Wesentlichen über die Online-Bibliothek swisscovery sowie zu einem kleinen Teil über die Suchmaschine Google Scholar durchgeführt. Nachfolgend sind die wichtigsten Schlagworte aufgeführt: Nachhaltiger Tourismus, Nichtregierungsorganisationen, Umweltorganisationen, Wirkung von Umweltbildung, Umweltbildung, Bildung für Nachhaltige Entwicklung, Nachhaltigkeit in Unternehmen und Nachhaltigkeitskommunikation. Die Stichworte wurden jeweils auf Deutsch und Englisch verwendet. Um weitere Quellen auffindig zu machen, wurden die Literaturverzeichnisse von bereits konsultierten Büchern analysiert.

Die Internetrecherche wurde hauptsächlich für die Informationssuche über die Umweltorganisation Pro Natura und im spezifischen dem Pro Natura Zentrum Aletsch genutzt. Hierfür wurden die offiziellen Webseiten von Pro Natura respektive dem Pro Natura Zentrum Aletsch konsultiert.

3.3 Analyse Pro Natura Zentrum Aletsch

Die Analyse des Pro Natura Zentrums Aletsch in Bezug auf Nachhaltigkeit wurde mehrgleisig gemacht. Es wurden Expert:innen-Interviews, eine Nachhaltigkeitsbewertung sowie eine Gästefrage durchgeführt.

3.3.1 Expert:innen-Interviews

Mit drei qualitativen Expert:innen-Interviews wurde ermittelt, was die Philosophie des Zentrums ist, was bei den Gästen bewirkt werden soll und Informationen für die spätere Nachhaltigkeitsbewertung in Erfahrung gebracht. Es wurde die Form des fokussierten Interviews gewählt. Es handelt sich dabei um eine spezifische Form von halbstrukturierten Leitfadenterviews, bei denen ein definiertes Thema im Vordergrund steht (Moser, 2012). Halbstrukturierte Interviews bestehen aus einem Katalog von Fragen in offener Form, wozu sich die interviewte Person frei äussern kann. Die Fragen und die Reihenfolge sind vom Leitfaden vorgegeben, jedoch können je nach Interviewsituation individuelle Anpassungen vorgenommen werden (Döring & Bortz, 2016).

Um einen Blick hinter die Kulissen des Pro Natura Zentrums Aletsch zu gewinnen und vertiefere Informationen über die angestrebte Wirkung des Zentrums zu erhalten, wurde ein Interview mit Laudo Albrecht, Zentrumsleiter von 1989 bis Mai 2022, durchgeführt. Dieses fand am 12. April 2022 von 10:00 bis 11:30 Uhr per Videoanruf statt. Damit das Interview im Anschluss transkribiert werden konnte, wurde das Gespräch aufgenommen.

Zur Informationsbeschaffung über die Ziele von Pro Natura hinsichtlich dem Pro Natura Zentrum Aletsch und welche Wirkung auf die Gesellschaft mit dem Naturschutzzentrum angestrebt wird, wurde ein Interview mit Thomas Flory geführt. Er ist Abteilungsleiter Umweltbildung beim Pro Natura Zentralverband. Das Gespräch fand am 18. Juni 2022 von 09:00 bis 10:00 Uhr im Pro Natura Zentrum in Form eines persönlichen Gesprächs statt. Das Interview wurde aufgenommen und anschliessend transkribiert.

Für Informationen über die Nachhaltigkeit im Pensionsbetrieb und zur Infrastruktur des Zentrums wurde ein Interview mit Sévérine Junghänel durchgeführt. Als Leiterin Pensionsbetrieb konnte sie zentrale Hintergrundinformationen für die Nachhaltigkeitsbewertung liefern. Das Gespräch fand am 04. August 2022 von 11:15 bis 12:15 Uhr in der Villa Cassel statt. Die Aufnahme des Interviews wurde im Anschluss für die Transkription verwendet.

3.3.2 Nachhaltigkeitsbewertung

Die Nachhaltigkeitsbewertung des gesamten Betriebs diente einer Bestimmung der Ist-Situation in Bezug auf Nachhaltigkeit. Es ging darum, zu analysieren wie das Naturschutzzentrum Nachhaltigkeit in seinen Tätigkeitsbereichen umsetzt. Dafür wurde zu Beginn die passende Bewertungsmethode definiert.

Nach Konsultation unterschiedlicher Nachhaltigkeitsbewertungen wurde entschieden, den Nachhaltigkeitscheck aus dem *Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen* als Basis für die vorliegende Arbeit zu verwenden (Weber & Taufer, 2016). Dieser wurde von der Hochschule Luzern (HSLU) entwickelt. Genauer gesagt, wurde die angepasste Version genutzt, welche von der Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung (2022) der ZHAW in Wädenswil für das Modul «Tourismus und Regionalentwicklung» überarbeitet wurde.

Die Nachhaltigkeitsbewertung wurde mithilfe der Internetrecherche, den Expert:innen-Interviews, Begehungen sowie Gesprächen vor Ort durchgeführt. Neben dem Interview mit Séverine Junghänel, Leiterin Pensionsbetrieb, wurde ein Gespräch mit dem Koch Maurus Huber (am 31. Juli 2022) und der Praktikantin Yanara Giacchino (am 26. August 2022), Ressortverantwortliche Shop, geführt.

Die Bewertung ist anhand von zwölf Kriterien in den Kategorien Management, Umwelt, Wirtschaft und Soziales aufgebaut. Sie entsprechen den Kriterien für nachhaltige Angebote im Tourismus, welche von Weber und Taufer (2016) definiert wurden. Da die zwölf Kriterien thematisch grosse Gebiete abdecken, wurde für die vorliegende Bachelorarbeit von der Autorin ein detaillierteres Bewertungsraster erstellt. Es stellt eine Erweiterung zum Nachhaltigkeitscheck von Weber und Taufer (2016) dar. Darin sind pro Kriterium weitere Unterkriterien vermerkt. Das vollständige Bewertungsraster ist in den Tabellen 1 bis 4 ersichtlich.

Tabelle 1: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Management

	Kriterium	Unterkriterium
Management	Nachhaltigkeitsmanagement	Systematische Berücksichtigung Nachhaltigkeitsaspekte
		Zuständige Ansprechperson für Nachhaltigkeit
		Mitarbeitenden Schulung zum Thema Nachhaltigkeit
		Regelmässige Evaluation und Wirkungsmessung
		Ableitung von Verbesserungen
	Einbezug der Anspruchsgruppe	Regionale Einbindung
		Regelmässige Austauschtreffen
		Entgegennahme Bedürfnisse / Bedenken
		Nutzung von Synergien
	Gästeinformation über Nachhaltigkeit	Kommunikation vor Ort
		Kommunikation online
		Information über Nachhaltigkeitsmanagement
Sensibilisierung persönlicher Beitrag		
Briefing / Kompetenz Mitarbeitende		
		Leuchtturmwirkung Nachhaltigkeit

Tabelle 2: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Wirtschaft

	Kriterium	Unterkriterium
Wirtschaft	Stärkung der regionalen Wirtschaft	Einsatz regionaler Materialien
		Berücksichtigung regionaler Unternehmen
		Einkauf regionaler Produkte
		Lokale Menüauswahl (Deklaration regionaler Produkte)
		Inwertsetzung lokaler Ressourcen / Sehenswürdigkeiten
		Verkauf von regionalen Produkten und Handwerk
	Besonderer Kundennutzen	Attraktivität Aufenthalt
		Hohe Qualität
		Entwicklung neuer Angebote und Dienstleistungen mit hohem Kundennutzen
		Expliziter Bezug zu Region
	Wirtschaftlichkeit	Angemessene Kosten
		Aufwand / Ertrag im Einklang
		Sinnvolle Auslastung
		Generierung von Wertschöpfung
		Steigerung Aufenthaltsqualität

Tabelle 3. Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Soziales

	Kriterium	Unterkriterium
Soziales	Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse	Familienfreundlichkeit
		Barrierefreiheit vor Ort und im Web
		Berücksichtigung spezifischer Ernährungsbedürfnisse
		Individuelle und professionelle Betreuung des Gastes von An- bis Abreise
		Systematische Erhebung der Zufriedenheit / Wünsche der Gäste
	Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende	Faire Arbeitsbedingungen (gültige Arbeitsverträge, gerechtes Einkommen, Chancengleichheit und Gleichbehandlung)
		Sicherheit am Arbeitsplatz und soziale Absicherung
		Möglichkeit für Aus- und Weiterbildungen
		Diversität Mitarbeitende
		Ermöglichung von Mitsprache / Gestaltung
	Pflege der lokalen Kultur	Förderung lokaler Kultur (Thematisierung, Pflege, Kommunikation)
		Eigene Angebote mit Bezug zu typischen Natur- und Kulturwerten
		Austauschmöglichkeiten zwischen Gästen und Einheimischen
		Information über Anlässe vor Ort
		Verankerung lokale Kultur bei Mitarbeitenden

Tabelle 4: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Umwelt

Kriterium	Unterkriterium	
Umwelt	Bewusster Umgang mit Energie	Strombezug aus erneuerbaren Energiequellen
		Energieeinsparungsmassnahmen (Vermeidung von Stand-by, Wärmeregulierung in Innenräumen, Wärmedämmung von Fenstern, Gebäudeisolierung)
		Einsatz von energieeffizienten Geräten (Haushalt / Elektronik)
		Vermeidung CO ₂ -Emissionen (Heizung, Mobilität etc.)
		Keine Heizgeräte und Klimaanlage für Aussenbereiche
		Energiebuchhaltung
	Umweltschonende Mobilität	Bewerbung / Vermarktung umweltschonende Anreise
		Anreize für umweltfreundliche Anreise (Abholservice, Vergünstigung oder Rabatte etc.)
		Interne Mobilität ohne CO ₂ Emissionen
		Umweltschonende Mobilität bei Exkursionen
	Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen	Förderung Biodiversität vor Ort (heimische Arten, Schaffung Lebensräume, Ausschaltung Aussenbeleuchtung in der Nacht)
		Erhaltung / Pflege von Natur- und Kulturlandschaft
	Verzicht auf Einsatz von Pestiziden	
	Massnahmen Wassereinsparung (wassersparende Armaturen / Haushaltgeräte, Reduzierung Wäschemenge)	
	Konzept zur Reduktion von Lebensmittelabfällen (Mahlzeitenplan etc.)	
	Massnahmen Vermeidung von Abfall (keine Einwegprodukte, Einkauf mit abfallarmen Verpackungen, sparsamer Umgang mit Papier etc.)	
	Abfalltrennung und Recyclingsystem	
	Umweltfreundliche Materialien (Textilien, Reinigungsmittel, Recycling-Produkte)	
	Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensmittel (umwelt- und tierfreundliche Produktion, Saisonalität, vegetarische Gerichte)	

Vorgängig wurde von der Autorin der Zielzustand für alle zwölf bewerteten Kriterien beschrieben. Dieser richtet sich nach dem im Nachhaltigkeitscheck vorgegebenen Ziel, bezieht sich jedoch spezifisch auf das Umweltbildungszentrum. Er ist ein Referenzpunkt für die Bewertung und beschreibt die Idealvorstellung eines nachhaltigen und zukunftsfähigen Pro Natura Zentrums Aletsch. Das Erreichen des Zielzustandes bedeutet die volle Punktzahl.

Jedes Unterkriterium wurde auf einer Skala von 1 bis 7 bewertet, wie in der Tabelle 5 ersichtlich ist. Anschliessend wurde die Durchschnittspunktzahl für jedes Kriterium aus den Punktzahlen seiner Unterkriterien berechnet. Mit diesen Werten wurde ein Netzdiagramm erstellt, worauf die Bewertung der zwölf Kriterien ersichtlich ist.

Tabelle 5: Punktzahl für die Nachhaltigkeitsbewertung

Wert	1	2	3	4	5	6	7
Bedeutung	Ungenügend	Schwach	Ausreichend	Befriedigend	Gut	Sehr gut	Überragend

3.3.3 Gästeumfrage

Im Vorfeld wurde mithilfe der Expert:innen-Interviews definiert, was das Naturschutzzentrum mit seiner Arbeit anstrebt und was bei den Besuchenden bewirkt werden soll. Auf dieser Basis wurden Fragen für eine Gästeumfrage formuliert, mit dem Ziel herauszufinden, was die Gäste effektiv von ihrem Besuch im Zentrum mitnehmen.

Für die Gästeumfrage wurde eine quantitative Forschungsmethode in Form einer standardisierten Befragung ausgewählt (Trachsel, 2020). Das Ziel der Befragung war die Erfassung der effektiven Wirkung des Angebots vom Zentrum durch Selbstauskünfte von teilnehmenden Personen. Der Fragebogen sollte eine angemessene Länge haben, damit eine möglichst hohe Rücklaufquote erreicht werden kann. Zudem lag der Fokus für die Bachelorarbeit auf den Individualgästen und nicht den Gruppen.

Da die Zentrumsleitung für die Sommersaison bereits eine Gästeumfrage erstellt hatte, wurde entschieden auf eine eigenständige Umfrage zu verzichten. Stattdessen konnte der Fragebogen, in gemeinsamer Absprache, um einige Fragen ergänzt werden. Als Umfragetool wurde Microsoft Forms verwendet.

Erstellung Fragebogen

Für die vorliegende Arbeit wurde ein (voll)standardisierter Fragebogen nach der Definition von Döring und Bortz (2016) erstellt. Der Fragebogen besteht zu einem grossen Teil aus geschlossenen Fragen oder Aussagen mit Antwortvorgaben. Die Befragten können jeweils die passende Antwortmöglichkeit wählen. Es wurde ein elektronischer Fragebogen konzipiert. Die Verbreitung vor Ort wurde mit Hilfe eines QR-Codes vorgenommen. An der Infothek, dem Empfang des Zentrums, wurden die Besuchenden zudem im Gespräch dazu motiviert, die Umfrage auszufüllen. Die Zentrumsleitung von Pro Natura hat die Umfrage von mehreren Personen testen lassen, daher wurde auf einen Pretest verzichtet (E-Mail Korrespondenz mit Maurus Bamert, 24. Mai 2022).

Durchführung Umfrage

In der Tabelle 6 ist die Durchführung der Gästeumfrage erläutert. Die Anpassungen im Verlauf des Sommers wurden in Absprache mit dem Zentrumsleiter vorgenommen.

Tabelle 6: Informationen zur Durchführung der Gästeumfrage

Zeitraum	18. Juni bis 23. Oktober 2022 (Öffnungszeiten PNZA)
Form	Frageformular zugänglich per QR-Code an Infothek (Information und Hinweis durch Personal)
Anpassungen	<ul style="list-style-type: none">- Ab Mitte Juli 2022 wurde der QR-Code an der Programmtafel draussen vor dem Zentrum aufgehängt und in Form eines Flyers im Anschluss an die Feriengastexkursionen an die Gäste abgegeben.- Ab Mitte September wurden die Flyer beim Abendessen und im Tee-Salon auf den Tischen ausgelegt.

Mitte Juli gab es den Hinweis eines Gastes, dass teilweise bei Multiple Choice Aufgaben nicht alle Antworten angewählt werden können, was zu einer Verzerrung der Ergebnisse führt. In Absprache mit Maurus Bamert und den Betreuerinnen wurde die Umfrage so belassen, da ansonsten die Umfrageart während der Durchführung verändert worden wäre.

3.4 Nachhaltigkeitsworkshop

In einem Nachhaltigkeitsworkshop wurde der weitere Nachhaltigkeitsprozess des Pro Natura Zentrums Aletsch gemeinsam mit der Zentrumsleitung aufgegleist. Er fand am 14. Dezember 2022 von 08:30 bis 16:00 Uhr in Bern statt. Der Workshop wurde von Autorin Elena Heinzmann geleitet und die Zentrumsleitung hat daran teilgenommen. Diese besteht aus Maurus Bamert (Zentrumsleiter), Séverine Junghänel (Leiterin Pensionsbetrieb) und Martina Oettli (Leiterin Umweltbildung und stellvertretende Zentrumsleitung). Die Planung wurde anhand der «7P-Checkliste für Workshops» ausgearbeitet (Buhr, 2020) und die Detailumsetzung in Anlehnung an die Theorie U von Claus Otto Scharmer konzipiert, welche von Andriof (2021) für die Praxis aufgearbeitet wurde.

Im Workshop wurde ein Nachhaltigkeitsverständnis für das Pro Natura Zentrum Aletsch formuliert. Anhand der Nachhaltigkeitsbewertung wurde die aktuelle Situation im Betrieb in Bezug auf Nachhaltigkeit vergegenwärtigt. Anschliessend haben alle Mitglieder der Zentrumsleitung gemeinsam eine Vision für das Umweltbildungszentrum formuliert. Daraufhin wurden Ziele für die Bereiche Management, Pensionsbetrieb und Umweltbildung ausgearbeitet. Als letzter Schritt wurden konkrete Massnahmen definiert, die zur Zielerreichung beitragen. Diese wurden priorisiert und in einem Umsetzungsplan zusammengefasst.

3.5 Handlungsempfehlungen

Mit der Analyse des Pro Natura Zentrums Aletsch wurde die gegenwärtige Situation in Bezug auf Nachhaltigkeit dargelegt. Nach der Prüfung der Ergebnisse wurden Handlungsempfehlungen ausgearbeitet, die die Nachhaltigkeit des Umweltbildungszentrums erhöhen. Hierfür wurde ein Massnahmenplan mit 53 Massnahmen entwickelt. Einige dieser Massnahmen wurden in den Handlungsempfehlungen ausführlich beschrieben, andere wurden als selbsterklärend angesehen.

Der finale Massnahmenplan ist umfassender als die im Nachhaltigkeitsworkshop definierten Massnahmen. Er stellt eine Kombination der mit der Zentrumsleitung definierten Massnahmen und den aus den Ergebnissen resultierenden Vorschlägen der Autorin dar.

Struktur Massnahmenplan

Der Massnahmenplan wurde in Form einer Excel Tabelle realisiert. Hierfür wurden die bereits in der Nachhaltigkeitsbewertung genutzten Kategorien Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt verwendet. Pro Kategorie wurden verschiedene Unterthemen definiert, wie beispielsweise Nachhaltigkeitsmanagement oder Nachhaltigkeitskommunikation. Für die Bereiche wurden dann eine oder mehrere Massnahmen beschrieben. In der Tabelle 7 ist die Struktur des Massnahmenplans schematisch dargestellt.

Tabelle 7: Übersicht Struktur Massnahmenplan

	Unter- thema	Massnahme	Umsetzungs- zeitraum	Relevanz	Priorität
Kategorie	X	X1	2	3	6
		X2	1	1	1
		X3	1	3	3

Für jede Massnahme wurde von der Autorin oder der Zentrumsleitung definiert, wie lange der geplante Umsetzungszeitraum ist. Zudem wurde definiert, wie relevant die Massnahme für die Erhöhung der Nachhaltigkeit im Pro Natura Zentrum Aletsch ist. Die konkrete Bezeichnung pro Wert ist in der Tabelle 8 ersichtlich.

Tabelle 8: Legende der Indikatoren im Massnahmenplan

Wert	Umsetzungszeitraum	Relevanz für die Nachhaltigkeit
1	kurzfristig (eine Saison)	hohe Relevanz
2	mittelfristig (1-3 Saisons)	mittlere Relevanz
3	langfristig (3-6 Saisons)	Tiefe Relevanz

Aus den Indikatoren Umsetzungszeitraum und Relevanz wurde die Priorität der Massnahmen definiert. Dafür wurden die Werte der beiden Indikatoren multipliziert (Priorität = Umsetzungszeitraum x Relevanz). Es wurden die Prioritätsstufen «Hohe Priorität», «Mittlere Priorität» und «Tiefe Priorität» festgelegt. Diese wurden in drei unterschiedlichen Grüntönen eingefärbt. Die Legende ist in der Tabelle 9 aufgeführt.

Tabelle 9: Legende der Einfärbung der Priorität im Massnahmenplan

Priorität = Umsetzungszeitraum x Relevanz	Einfärbung
Wert: 1,2	Hohe Priorität
Wert: 3,4	Mittlere Priorität
Wert: 6,9	Tiefe Priorität

Durch die beschriebene Struktur ist auf einen Blick ersichtlich, welche Massnahmen eine hohe, mittlere oder tiefe Priorität haben. Dies mit dem Ziel die Implementierung der Massnahmen in den Zentrumsbetrieb zu erleichtern und die Hürde zur effektiven Umsetzung so tief wie möglich zu halten.

4 Theoretische Grundlagen

Im vorliegenden Kapitel werden die theoretischen Ansätze erläutert, die relevant sind für die Beantwortung der Fragestellungen. Als Einführung wird nachhaltiger Tourismus aufgegriffen, da das Pro Natura Zentrum Aletsch diese Form von Tourismus leben möchte. Anschliessend wird der Fokus auf Umweltorganisationen und ihre Rolle als Tourismusakteur gelegt, womit das Pro Natura Zentrum Aletsch im Konstrukt der Tourismusbranche verortet werden kann. Danach wird Umweltbildung und Bildung für Nachhaltige Entwicklung thematisiert, da dies zentrale Bestandteile der Arbeit vom Umweltbildungszentrum sind. Für die Handlungsempfehlungen werden bestimmte Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeitskommunikation aufgegriffen. Es ist wichtig diese Themen zu erläutern, damit später fundierte Handlungsempfehlungen gemacht werden können. Zudem basieren die Nachhaltigkeitsbewertung und die Gästefrage auf den Grundlagen.

4.1 Nachhaltiger Tourismus

Dem nachhaltigen Tourismus liegen die Grundprinzipien einer nachhaltigen Entwicklung zugrunde. Eine Entwicklung ist nachhaltig, wenn die heutige Bevölkerung ihre Bedürfnisse befriedigen kann, ohne dabei den nachfolgenden Generationen die Möglichkeit zu nehmen, ihre Bedürfnisse zu decken. Das Ziel ist ein menschenwürdiges Leben für jeden, welches sich innerhalb der Tragfähigkeitsgrenzen der Biosphäre befindet (Wachter, 2014).

Auf den Tourismus übertragen bedeutet das Verständnis von nachhaltiger Entwicklung laut Fischer (2014), dass die Nutzung von nicht erneuerbaren Ressourcen auf ein Minimum reduziert werden muss, erneuerbare Ressourcen und das globale sowie das regionale Ökosystem nicht übernutzt werden sollen. Allgemeiner ausformuliert muss Tourismus so gestaltet sein, dass zukünftige Generationen dieselben Chancen haben Tourismusdestinationen zu genießen, wie es momentan der Fall ist. Fischer (2014, S. 35) definiert «sustainable tourism» folgendermassen: «Tourism that tries to keep the impact on the environment low (while traveling to the destination as well as at the destination itself).»

Wenn das Konzept nachhaltiger Tourismus näher beleuchtet wird, stellt sich die Frage, ob im Sinne eines nachhaltigen Konsums Urlaubsreisen von Wohlstandsgesellschaften mit den Zielen des Klimaschutzes vereinbar sind. Jedoch stellt der Tourismus als Wirtschaftszweig eine wichtige Einnahmequelle vor allem für periphere Gebiete dar, was die Situation wesentlich komplexer darstellt. Einerseits müssen Bedingungen erfüllt werden, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Andererseits geht es darum positive Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft zu stärken und negative Auswirkungen weitgehend zu reduzieren (Rein & Strasdas, 2017).

Diese Komplexität ist sinnbildlich für die Herausforderungen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung. Im Handbuch *Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen* betonen Schuler und Pirchl-Zaugg (2021), dass Nachhaltigkeit im Tourismus alle Tourismusformen einbezieht, von Nischenprodukten bis hin zu massentouristischen Angeboten. Weiter führen sie aus, dass die Tourismusbranche sich bewusst und langfristig auf Qualität und Nachhaltigkeit ausrichten muss, um sicherzustellen, dass zukünftige Generationen weiterhin vom Tourismus als Wirtschaftsfaktor leben können. Genauso betont Fischer (2014) in seinem Buch *Sustainable tourism*, dass es nicht hilfreich ist «ecotourism» als alternative zu Massentourismus zu vermarkten, wie es oft getan wird, sondern dass Massentourismus nachhaltiger gestaltet werden muss.

4.1.1 Auswirkungen des Tourismus

Die Tourismusbranche hat unbestritten positive Auswirkungen auf eine Region in ökonomischer sowie sozialer und ökologischer Hinsicht. Es ist jedoch zentral, sich über die negativen Einflüsse bewusst zu sein, denn an diesen muss für eine nachhaltige Entwicklung angesetzt werden. In der nachfolgenden Tabelle 10 werden die wichtigsten Auswirkungen laut Rein und Strasdas (2017) zusammengefasst.

Tabelle 10: Positive und negative Auswirkungen des Tourismus nach Rein und Strasdas (2017, S. 19-21)

Positive Auswirkungen	Negative Auswirkungen
<ul style="list-style-type: none">❖ Generierung von Arbeitsplätzen❖ Regionalwirtschaftliche Effekte für Branchen die durch Tourismus profitieren❖ Beitrag zur Entwicklung wirtschaftsschwacher Regionen mit attraktiven Ressourcen❖ Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur❖ Erhalt traditioneller Kulturen❖ Finanzierung von Naturschutzgebieten❖ Verbesserung der Infrastruktur in Entwicklungsländern, bei sorgfältig geplantelem Tourismus	<ul style="list-style-type: none">❖ Schwierige Arbeitsbedingungen (niedrige Löhne, Saisonalität, hohe Arbeitszeiten)❖ Nutzen aus dem Tourismus nicht fair verteilt❖ Entwicklung von Tourismus oft kurzfristig und krisenanfällig❖ Keine Ausschöpfung des wirtschaftlichen Potenzials durch Import von Gütern❖ Enorme Marktmacht von Konzernen vorwiegend im internationalen Tourismus❖ Verlust von Authentizität durch Kommerzialisierung (traditionelle Kulturen)❖ Konzentration auf empfindliche Landschaftstypen mit hoher Biodiversität (ausserhalb von Städten)❖ Beitrag zum Klimawandel von Fern-tourismus❖ Übernutzung der Ressource Wasser

Die Tourismusbranche ist gleichzeitig Treiber und Opfer vom Klimawandel, da sie an den Folgen zu leiden hat und gleichzeitig Mitverursacher der anthropogenen Erderwärmung ist. Der grösste Antreiber des Klimawandels ist der Verbrauch von fossilen Brennstoffen, dabei ist innerhalb des Systems Tourismus der Transport von zentraler Bedeutung (Rein & Strasdas, 2017). Es bleibt zu beachten, dass die Art der touristischen Aktivität einen erheblichen Einfluss darauf hat, inwieweit die Umwelt beeinträchtigt wird.

4.1.2 Anforderungen nachhaltiger Tourismus

Als Reaktion auf die Herausforderungen der Klimakrise gibt es einerseits Anpassungsstrategien an die Folgen des Klimawandels und andererseits Mitigationsstrategien, das heisst Strategien zur Reduzierung des Klimafussabdrucks. Für eine nachhaltige Entwicklung ist eine konsequente Umsetzung beider Strategien von Tourismusunternehmen und -destinationen wichtig (Strasdas, 2017).

Zimmermann und Pizzera (2016) sowie Weber und Taufer (2016) weisen darauf hin, dass nachhaltiger Tourismus als Prozess verstanden werden muss und kein endgültiger Zielzustand vorhanden ist. Es geht um eine stetige Weiterentwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit, in den drei für eine nachhaltige Entwicklung zentralen Dimensionen Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft (Wachter, 2014).

In der Abbildung 9 sind für die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft wichtige Aspekte dargelegt, die für eine nachhaltige Tourismusausrichtung zentral sind. Dabei müssen die einzelnen Anspruchsgruppen miteinbezogen werden, die im komplexen Tourismussystem vielfältig sind, wie beispielsweise Hotel- und Beherbergungsbetriebe, Tourismusorganisationen, die einheimische Bevölkerung, Gemeinden oder Touristinnen und Touristen (Weber & Taufer, 2016).

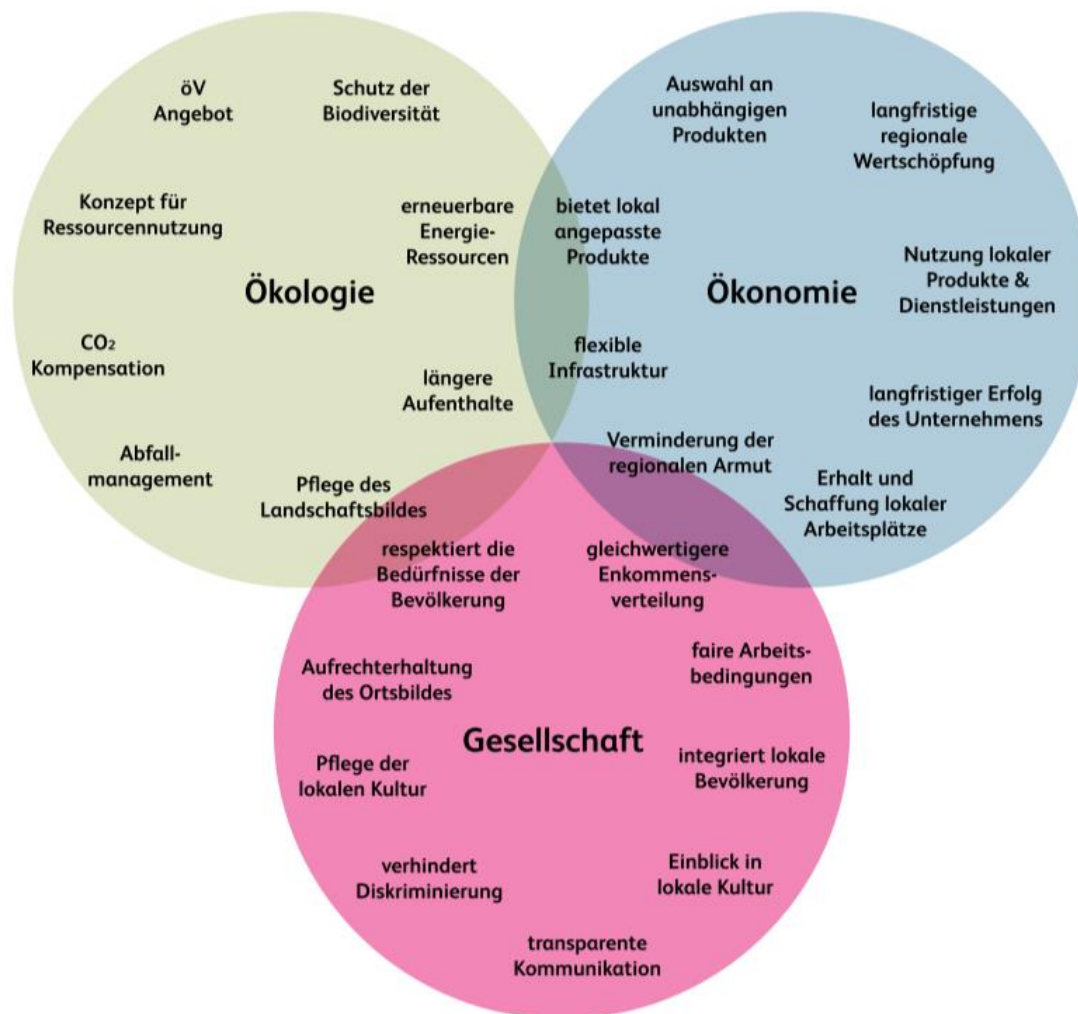


Abbildung 9: Verständnis einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus (Weber & Taufer, 2016, S. 12)

Im Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen wird dargelegt, was unter einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus verstanden wird (Weber & Taufer, 2016). Die Abbildung 9 zeigt, dass die ökologische Verantwortung, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und die gesellschaftliche Solidarität in Betracht gezogen werden müssen. Dabei gibt es Überschneidungen der drei Bereiche.

4.1.3 Nachhaltige Tourismusangebote

Eine Basis für nachhaltige Erlebnisse bietet laut Weber und Taufer (2016) eine nachhaltige Unternehmensführung der einzelnen Akteurinnen und Akteure in einer Tourismusregion. Es ist zentral, dass Nachhaltigkeit nicht nur als Marketing Begriff verwendet wird, sondern für den Gast erlebbar ist und transparent kommuniziert wird. Nachhaltigkeit muss neben den Kundenerwartungen die Ansprüche und Erwartungen von weiteren Anspruchsgruppen einbeziehen und die Umwelt muss dabei mitberücksichtigt werden.

Im Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen beschreiben Weber und Taufer (2016, S. 19), wann ein Angebot nachhaltig ist. Dabei definieren sie folgende Aspekte, als wichtig für eine Entscheidungsgrundlage:

- Sind alle Nachhaltigkeitsdimensionen und -kriterien berücksichtigt?
- Wie ist die Ausprägung der Nachhaltigkeitskriterien (je nach Ausgangslage und Anspruch)?
- Was sind die Auswirkungen des Angebots und welche Massnahmen werden in Bezug auf Nachhaltigkeit getroffen?
- Worauf liegen die Systemgrenzen bei der Beurteilung der Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit sollte umfassend umgesetzt werden und keine negativen Auswirkungen in den drei Dimensionen haben. Vielmehr geht es darum einen aktiven Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten (Weber & Taufer, 2016).

Nachhaltigkeitskriterien für Tourismusangebote

Die Hochschule Luzern hat in ihrem Leitfaden ein Set an Kriterien für nachhaltige Angebote im Tourismus erstellt. Diese richten sich nach den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und sind ergänzt von dem Management Aspekt, der die Umsetzung der einzelnen Bereiche beeinflusst. Eine Verankerung der Nachhaltigkeit im Management ist auf lange Sicht zentral, damit der Fokus der weiteren Entwicklung einer Tourismusdestination, einer Leistungsträgerin oder eines Leistungsträgers und weiteren Akteurinnen oder Akteuren in der Branche klar auf dem Gleichgewicht der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft liegt. In der folgenden Abbildung 10 sind die Kriterien aufgelistet (Weber & Taufer, 2016).

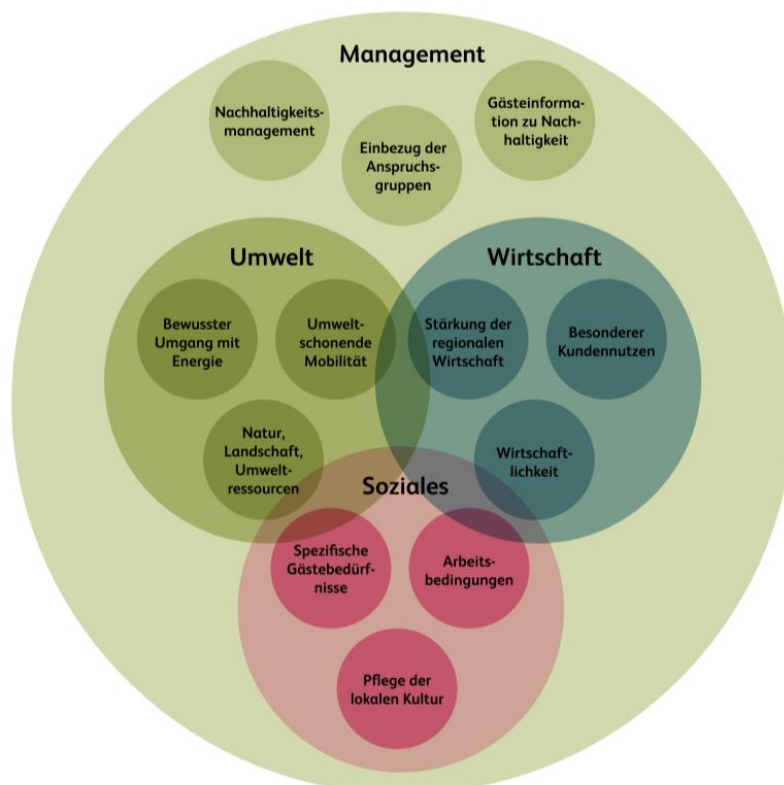


Abbildung 10: Kriterien für nachhaltige Tourismusangebote (Weber & Taufer, 2016, S. 20)

Die in der Abbildung 10 ersichtlichen Kriterien bilden die Grundlage für die im Rahmen dieser Bachelorarbeit durchgeführte Nachhaltigkeitsbewertung des Umweltbildungszentrums. Die Grafik zeigt auf, dass die Kriterien untereinander vernetzt sind.

4.1.4 Bildungsauftrag im Tourismus

Mit seinem Wirken in der Region hat der Tourismus einen Bildungsauftrag. Dabei geht es um die Sensibilisierung der Gäste sowie Einheimischen für die in der Region relevanten Themen im Natur- und Kulturbereich.

Beim natur- und kulturnahen Tourismus steht das Erleben von intakten Natur- und Kulturwerten im Vordergrund. Es soll dazu beitragen, dass die Landschaft erhalten und schonend weiterentwickelt wird. Ein zentraler Aspekt ist das Mitspracherecht der einheimischen Bevölkerung, der Einbezug der regionalen Wirtschaft sowie der Raum für Begegnungen zwischen Einheimischen und Gästen. Bewusst ausgeführt kann Tourismus so zu einer Sensibilisierung und Wissensvermittlung im Rahmen einer nachhaltigen Regionalentwicklung dienen (Forster, 2021).

Die Tourismuswirtschaft hat selbst einen hohen Einfluss auf die Belastung von Natur und Umwelt und ist somit gleichzeitig ein Verursacher und Betroffener der Naturzerstörungen, wie bereits im Kapitel 4.1 *Nachhaltiger Tourismus* ausgeführt. Gleichzeitig hat die Tourismusbranche das Potenzial, durch die Vermittlung der überlebenswichtigen Funktionen der Natur zum Schutz derselben beizutragen. Mithilfe von emotionalen Naturerlebnissen, Naturinterpretation und Umweltbildung kann ein Beitrag geleistet werden, damit Reisende ein Bewusstsein für den Wert der Natur erlangen und für den Naturschutz sensibilisiert sind (Dickhut, 2017).

4.2 Umweltorganisationen

In diesem Kapitel wird dargelegt, was Nichtregierungsorganisationen sind und wie sie sich in den Tourismus eingliedern lassen. Es wird spezifisch auf Umweltorganisationen fokussiert.

4.2.1 Was sind NGOs

NGO steht für die englische Bezeichnung Non-Governmental Organisation. Das deutsche Pendant dazu ist Nichtregierungsorganisation (NRO), obwohl mittlerweile im deutschen Sprachgebrauch NGO genauso geläufig ist. Der Begriff kann nicht trennscharf definiert werden und zeichnet sich vorwiegend darüber aus, was eine Nichtregierungsorganisation nicht ist (Frantz & Martens, 2006).

Genau wie Frantz und Martens (2006) weist Voss (2007) darauf hin, dass der Begriff NGO in der Literatur vielfältig angewendet und oft nicht spezifisch definiert wird. Diese Arbeit stützt sich auf die nachfolgende Abgrenzung, die von den erwähnten Autoren übereinstimmend verwendet werden. Dabei handelt es sich um die Feststellung, dass eine NGO nicht staatlich und nicht gewinnorientiert ist. Zudem ist sie eine Organisation mit dem entsprechenden Vorhandensein von organisatorischen Strukturen. Ein weiterer Aspekt auf den hingewiesen wird, ist die Zielkomponente. Damit ist gemeint, dass NGOs öffentliche Interessen vertreten und diese mit ihrer Arbeit verfolgen (Voss, 2007) (Frantz & Martens, 2006).

Aus dem öffentlichen Leben sind NGOs nicht mehr wegzudenken, da sie in vielen Tätigkeitsbereichen anzutreffen sind. Laut Frantz und Martens (2006) sind Nichtregierungsorganisationen an der Schnittstelle von Gesellschaft und Politik anzusiedeln und haben sich einen fixen Platz in der Gesellschaft erworben.

4.2.2 NGOs im Bereich Umwelt- und Naturschutz

Wie im vorherigen Kapitel 4.2.1 *Was sind NGOs* aufgeführt, gibt es ein breites Spektrum an NGOs. Für diese Bachelorarbeit ist die Unterkategorisierung Umweltorganisationen relevant. Laut Voss (2007) handelt es sich dabei um NGOs, deren Ziele sich im Bereich Naturschutz, Tierschutz und Umweltschutz ansiedeln. Dabei kann die Bezeichnung Umweltorganisationen als Überbegriff angesehen werden. Ohnehin ist die Abgrenzung der drei Bereiche nicht immer klar, da es Organisationen gibt, die alle drei Bereiche abdecken, sowie andere die sich in einem Bereich spezialisieren. Eine trennscharfe Abgrenzung der drei Themenfelder ist für diese Arbeit nicht zielführend.

Nachfolgend wird ein kurzer Überblick über die historische Entwicklung von Umweltorganisationen gegeben. Somit kann später die Umweltorganisation Pro Natura in der geschichtlichen Entwicklung verortet werden. Die Tabelle 11 zeigt die geschichtliche Entwicklung der Entstehung von Umweltorganisationen. Die Informationen sind angelehnt an die Erklärungen von Voss (2007). Im Gegensatz zur Erstliteratur wurde auf eine Unterscheidung der Entwicklung in Amerika und Europa abgesehen.

Tabelle 11: Historische Entwicklung von Umweltorganisationen zusammengefasst aus (Voss, 2007, S. 34-36)

Bezeichnung	Zeitspanne	Fokus und Besonderheiten
1. Welle	1880-1910	Schutz von einheimischen Tieren und Erhalt von Wildnis Idealisierung der Natur vs. Industrialisierung Gründung durch Vertreter:innen der Oberschicht Unterbruch vor allem in Deutschland aufgrund 2. Weltkrieg
2. Welle	60er und 70er Jahre	Umweltverschmutzung, saurer Regen und Gefahren der Atomenergie als Ansporn Forderung von radikalen Veränderungen (z.B. Ausstieg aus Atomenergie) → gesellschaftlicher und sozialer Wandel Ideologischere und politischere Sichtweise als in erster Welle Übernahme der Thematiken durch ältere Organisationen
3. Welle	80er Jahre	Umweltkatastrophen als Überzeugung für viele Menschen: Reaktorunglück in Tschernobyl (1986) und Chemieunglück am Rhein (1986) Gründung von lokalen Grassroots-Organisationen

Die Naturschutzorganisation Pro Natura wurde, wie bereits im Kapitel 3.1 *Pro Natura* beschrieben, 1909 gegründet. Somit ist sie eine Umweltorganisation der ersten Generation. Das Pro Natura Zentrum Aletsch wurde im Jahr 1976 eröffnet und ist nach der Einteilung von Voss (2007) aus der 2. Welle entstanden. Die geschichtliche Entwicklung hat wie aus dem Interview mit Thomas Flory hervorgeht einen Einfluss auf die Umweltbildungsarbeit im Zentrum und war zu der Zeit ideologisch sowie von der Natur vor Ort geprägt. Ein wichtiger Einfluss auf die traditionellen Umweltbildungsangebote hatte zudem die Philosophie von Joseph Cornell (Interview mit T. Flory, Anhang 2).

Nachfolgend an die aufgeführte historische Entwicklung kann angemerkt werden, dass die Thematiken der Umweltorganisationen laut Voss (2007) komplexer geworden sind. Gerade der Klimaschutz hat angesichts der Klimakrise mittlerweile an zentraler Bedeutung gewonnen.

4.2.3 Umweltorganisationen als Tourismusakteur

Durch Aktivitäten in Tourismusgebieten werden Naturschutzorganisationen zu Akteurinnen im Tourismus. Gerade Angebote mit Bildungsauftrag stellen oft touristische Attraktionen oder Erlebnisse dar.

Dickhut (2017) betont, dass Biodiversität für die Menschen eine wichtige Bedeutung hat, da sie zentrale, überlebenswichtige Leistungen erfüllt. Der Tourismus hat einen engen Bezug zur Biodiversität, da unberührte Natur und attraktive Landschaften einen wichtigen Bestandteil des Tourismus ausmachen. Die Branche ist vielerorts auf eine intakte Natur und Vielfalt an Ökosystemen und Arten angewiesen, da sie ein Teil des vermarkteten Produktes sind.

An dieser Stelle siedelt sich die Schnittstelle von Naturschutzorganisationen und der Tourismusbranche an. Dabei bestehen nicht ausser Acht zu lassende Nutzungskonflikte von Tourismus und Naturschutz. Da sich Tourismus bevorzugt in Regionen und Gebieten ausbreitet und stattfindet, die ökologisch sehr wertvoll und umso empfindlicher sind. Es ist umso wichtiger auf eine nachhaltige Umsetzung der Tourismusaktivitäten zu achten (Dickhut, 2017).

Naturschutzorganisationen kümmern sich oft um das Besuchermanagement und deren Lenkung in Schutzgebieten. Das Ziel besteht darin, tourismusbedingte Beeinträchtigungen der natürlichen Umwelt durch eine geeignete Lenkung der Besuchenden zu begrenzen und möglichst zu verhindern. Im Idealfall sollen damit negative Auswirkungen, im Sinne des Vorsorgeprinzips verhindert und das Nebeneinander von Naturschutz und Tourismus ermöglicht werden (Dickhut, 2017). Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Umweltbildung, die ein zentrales Handlungsfeld des Pro Natura Zentrums Aletsch ist und im nachfolgenden Kapitel 4.3 *Umweltbildung* beschrieben wird.

4.3 Umweltbildung

Umweltbildung hat sich seit ihrer Entstehung stetig weiterentwickelt. Nachfolgend wird in der Tabelle 12 diese Entwicklung zusammengefasst. Die Begriffe können dabei nicht trennscharf voneinander unterschieden werden. Für den Kontext dieser Bachelorarbeit soll damit aufgezeigt werden, dass Umweltbildung einem stetigen Wandel unterliegt und sich das Bildungsverständnis laufend weiterentwickelt. Die Vermittlung von Werthaltungen und Fähigkeiten sowie Fertigkeiten im Umgang mit der Umwelt gewinnt gegenüber der Sensibilisierung und Wissensvermittlung an Bedeutung (Wilhelm, 2022).

Tabelle 12: Entwicklung der Umweltbildung (Wilhelm, 2022)

Bezeichnung	Zeitspanne	Fokus und Besonderheiten
Umwelterziehung	70er Jahre	Vermittlung von Wissen und Verständnis von Zusammenhängen
Naturbezogene Umweltbildung	80er Jahre	Fokus auf direkten Naturbegegnung und das Erlebnis
Umweltbildung	90er Jahre	Mitgestaltung des Menschen, Verantwortung tragen
Bildung für Nachhaltige Entwicklung	Ab 2000	Systemisches Verständnis als Grundlage
Transformatives Lernen	Ab 2010	Beitrag für die Grosse Transformation

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wird der Begriff Umweltbildung wie nachfolgend ausgeführt verstanden. Scheidegger (2018) betont, dass es bei der Umweltbildung um die Entwicklung des Menschen geht, spezifischer um die Selbstentwicklung. Er beschreibt als generelles Ziel der Umweltbildung die Schaffung einer Gesellschaft, die in angemessenem Wohlstand in Frieden zusammenlebt und die natürlichen Lebensgrundlagen heute und in Zukunft erhält. Somit ist sie Teil einer gesellschaftlichen Transformation.

Eine ähnliche Auffassung teilt die Definition der Fachkonferenz Umweltbildung (2014, S. 5), die in ihrem *Positionspapier* folgende Beschreibung ausgearbeitet hat:

«Umweltbildung beschäftigt sich mit der Beziehung Mensch und Umwelt. Im Zentrum steht die Förderung der Handlungsbereitschaft und die Befähigung des Menschen zum respektvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen im Spannungsfeld von individuellen und gesellschaftlichen sowie ökonomischen und ökologischen Interessen. Dazu braucht es eine Umweltbildung, die eigene Erfahrungen und Wahrnehmungen ermöglicht und die Fähigkeit fördert, mit widersprüchlichen Situationen umzugehen. Zentraler Baustein von Umweltbildung ist das ganzheitliche, situierte und authentische Erfahrungslernen. Eine wichtige Basis bilden Erlebnisse in und mit der Natur. Der Erwerb von Wissen und von Handlungsstrategien gehört genauso dazu, wie die Fähigkeit und Bereitschaft, den eigenen Lebensraum aktiv mitzugestalten. [...] Umweltbildung fokussiert auf den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen. Sie leistet damit einen Beitrag zur Bildung für Nachhaltige Entwicklung.»

Bei der Umweltbildung geht es demnach um mehr, also bloss Erlebnisse in der Natur. Ein wichtiger Bestandteil bildet die Beziehung zwischen Mensch und Umwelt sowie die Auswirkungen des menschlichen Handelns auf die Natur und die Gesellschaft. Es wird sich mit der Umwelt und ihrer Bedeutung als Lebensgrundlage für den Menschen auseinandergesetzt. Dabei werden Ansätze der Natur-, sowie Human- und Sozialwissenschaften integriert und Wechselwirkungen beobachtet und reflektiert (éducation 21, o.J.).

4.3.1 Bildung für Nachhaltige Entwicklung

In den 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedeten Sustainable Development Goals (SDGs) wurde Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) als wichtiger Grundbaustein für eine nachhaltige Entwicklung definiert. Damit die Transformation zu einer nachhaltigeren Welt umgesetzt werden kann, benötigt es Individuen, die zu Change Agents für eine nachhaltige Entwicklung werden. Dabei soll BNE als Instrument dienen, die Lernenden zu ermächtigen, Entscheidungen zu treffen, bei denen sie die Auswirkungen auf die gegenwärtige sowie die zukünftige Generation miteinbeziehen und entsprechend verantwortungsbewusst handeln (Rieckmann, 2018).

Laut éducation 21 (2016) ist es wichtig, dass die Lernenden Kompetenzen erwerben, «die für eine Beteiligung an einer ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung nötig sind.» Es lässt sich festhalten, dass in Bezug auf BNE Einigkeit herrscht über die Befähigung der Lernenden zum Handeln. BNE stellt dabei ein lebenslanger Lernprozess dar. Es soll das Wissen, das Bewusstsein und das Handeln gefördert werden, um in einen Beitrag zu den 17 SDGs zu leisten. Die spezifischen Ziele sind auf der Abbildung 11 ersichtlich (UNESCO, 2021).



Abbildung 11: Ziele von BNE (UNESCO, 2021, S. 17)

Im Bericht *Bildung für nachhaltige Entwicklung – Eine Roadmap* von der UNESCO (2021) wird die Wichtigkeit von Bildung zur Erreichung der SDGs betont. Neben dem SDG 4, in dem Bildung im Zentrum steht, kann BNE auch zu allen anderen SDGs einen Beitrag leisten.

Wenn Umweltbildung zeitgemäss umgesetzt wird, steht die Förderung von Handlungsbereitschaft und die Befähigung zum respektvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen im Vordergrund. Somit decken sich die Ziele von Umweltbildung grösstenteils mit denjenigen der BNE mit dem Unterschied, dass ein Fokus auf ökologischen Aspekten liegt (éducation 21, o.J.).

4.3.2 Umweltbildung mit Wirkung

Umweltbildung hat sich über viele Jahre weiterentwickelt und Praxiserfahrung aufgebaut. Die Angebote im Umweltbildungsbereich sind von hoher Qualität. Mit den knapper werdenden Ressourcen rückt immer mehr die Wirkung in den Fokus (Wilhelm & Müller, 2017). Umweltbildung ist ein zentraler Bestandteil der Arbeit vom Pro Natura Zentrum Aletsch und deswegen soll in diesem Kapitel aufgezeigt werden, was die Wirkung in der Umweltbildung für eine Bedeutung hat und wie Angebote auf eine bestimmte Wirkung hin konzipiert werden können.

Zu Beginn ist es wichtig zu definieren, was unter Wirkung verstanden wird. Hierfür wird sich auf das Kursbuch Wirkung von Kurz und Kubek bezogen (2021). Sie definieren Wirkung als Veränderung, die bei der Zielgruppe, deren Lebensumfeld oder in der Gesellschaft erreicht werden. Die Veränderung wurde durch das durchgeführte Projekt oder Angebot erreicht. Es kann dabei unterschieden werden zwischen Impact, gesellschaftliche Veränderungen und Outcomes, Veränderungen bei der Zielgruppe. Dabei gibt es unterschiedliche Ebenen, auf denen Impacts sowie Outcomes erreicht werden können. Diese sind in der Abbildung 12 aufgeführt.



Abbildung 12: Die Wirkungstreppe (Kurz & Kubek, 2021, S. 5)

Wirkungsorientierung bedeutet ein Projekt oder ein Angebot auf seine Wirkungen hin zu planen und umzusetzen. Was damit erreicht werden soll, bildet die Grundlage für die weitere Ausarbeitung und Detailplanung. Durch konkrete Ziele werden erwünschte Wirkungen formuliert und darauf richtet sich das gesamte Projekt aus. Die Erarbeitung eines wirkungsorientierten Projektes geschieht weder linear, noch ist sie nach einem Durchlauf abgeschlossen, stattdessen ergeben die unterschiedlichen Schritte einen Kreislauf. Die groben Schritte sind «Wirkung planen», «Wirkung analysieren» und «Wirkung verbessern» (Kurz & Kubek, 2021).

Das IOOI-Modell

Ein konkretes Werkzeug für einen wirkungslogischen Aufbau ist das IOOI-Modell. Dabei werden die vier Zielebenen Input, Output, Outcome und Impact unterschieden. Nachfolgend sind die unterschiedlichen Ebenen grob erklärt:

- Input
Die Input-Ebene stellt die notwendigen Ressourcen dar (finanziell, personell oder materiell), um festgelegte Outputs zu erreichen. Es geht darum, was in das Projekt investiert wird.
- Output
Die Output-Ebene umfasst alles was durch den Input entsteht. Hierbei kann es sich um Leistungen, Angebote oder Massnahmen handeln.
- Outcome
Die Outcome-Ebene sind die Wirkungen, welche durch das konkrete Projekt erzielt werden. Diese sollten durch das Angebot erreicht werden können.
- Impact
Die Impact-Ebene beschreibt Wirkungen, zu denen beigetragen wird. Die Erreichung liegt jedoch ausserhalb des direkten Einflussbereichs. Es kann sich hierbei um visionäre Ziele und umfassende Veränderungen in der Gesellschaft sowie Umwelt handeln.

Im IOOI-Modell stellen die Outcome- und Impact-Ziele die angestrebte Wirkung dar. Das spezifische Angebot hat aus Sicht der wirkungsorientierten Konzeption und Umsetzung funktioniert, wenn die Outcome-Ziele erreicht werden, die einen Beitrag zu den Impact-Zielen leisten sollen. In der Abbildung 13 ist das Modell detailliert präsentiert (Wilhelm & Müller, 2017).

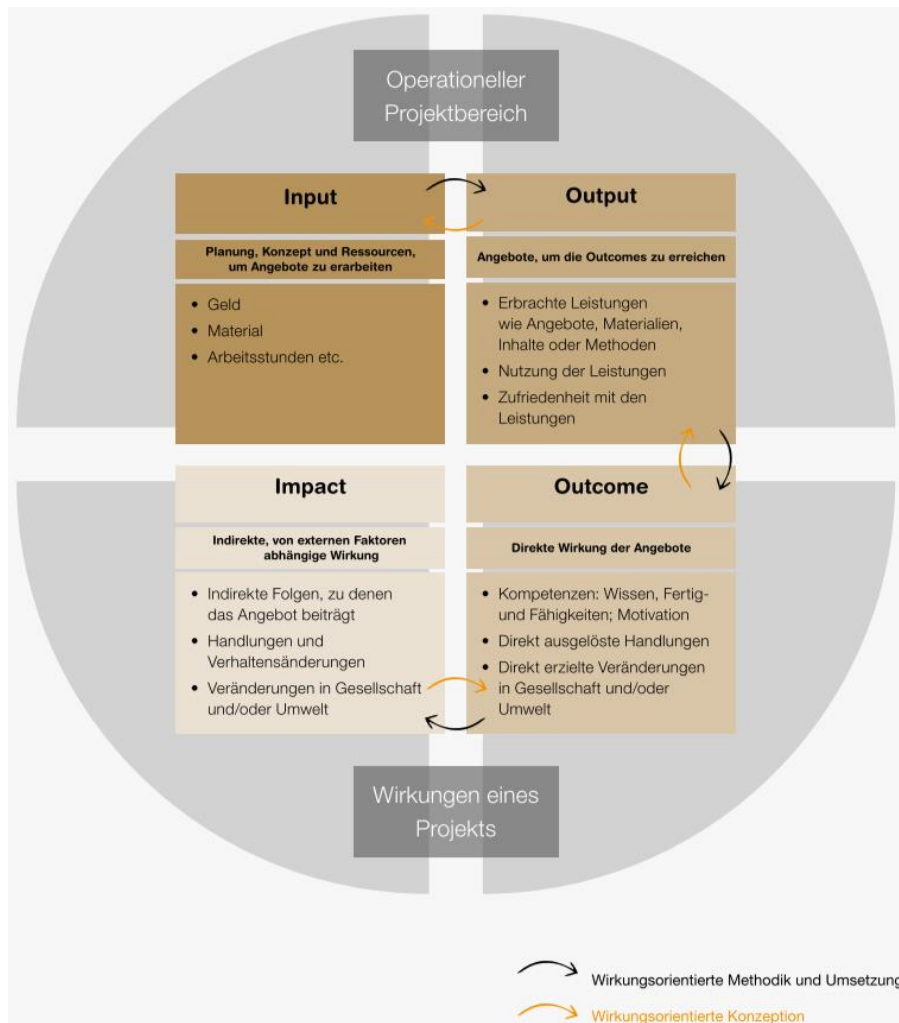


Abbildung 13: Wirkungsorientierung nach dem IOOI-Modell (Wilhelm & Müller, 2017, S. 4)

Es ist wichtig, sich über die Grenzen der Wirkungsorientierung im Klaren zu sein. Mit dem entwickelten Angebot, Kurs oder Projekt kann nicht «alles» erreicht werden. Daher ist ein Bewusstsein für die Grenzen des Angebots essentiell (Wilhelm & Müller, 2017).

Ein zentraler Bestandteil eines IOOI-Modells ist die Überprüfung, ob die gewünschte Wirkung eingetreten ist. Dabei dienen die erarbeiteten Output-, Outcome- und/oder Impact-Ziele als Grundlage für die Evaluation. Die Evaluation muss bereits zu Beginn mit eingeplant und der Zweck muss klar definiert werden. Dabei können folgende Fragen gestellt werden: Soll Rechenschaft über die Wirkung abgelegt werden? Dient sie als interne Entscheidungshilfe? Oder soll Verbesserungspotenzial erkannt werden? Je nach gewähltem Zweck werden die zu messenden Ziele aus der Wirkungslogik in das Evaluationskonzept übertragen. Dazu werden Zielgrößen, Indikatoren und Messmethoden bestimmt (Wilhelm & Müller, 2017).

Im nachfolgenden Kapitel 4.3.3 *Evaluation von Umweltbildungsangeboten* wird spezifisch auf die Evaluation von Umweltbildungsangeboten eingegangen. Dies kann für die Weiterentwicklung der Angebote im Pro Natura Zentrum Aletsch ein wegweisende Rolle spielen.

4.3.3 Evaluation von Umweltbildungsangeboten

Mit Umweltbildungsangeboten können unterschiedliche Ziele angestrebt werden, wie zum Beispiel das Vermitteln von Wissen, die Veränderung von Einstellungen oder Verhaltensweisen der Teilnehmenden. Es ist schwierig, das Erreichen von Wissens-, Einstellungs- und Verhaltenszielen zu überprüfen, dies gelingt nur durch aufwändige Beobachtungen oder Umfragen. Zudem sind laut Müller, Bättig-Frey und Koch (2021) die Ergebnisse ernüchternd. Es ist eine Herausforderung effektiv festzustellen, ob beispielsweise eine Verhaltensänderung erreicht wurde. Dennoch ist es wichtig Erfolgskontrollen durchführen und zu evaluieren, ob die angestrebten Ziele erreicht werden können oder ob eine Anpassung des Angebots sinnvoll sein kann.

Bei wirkungsorientierten Angeboten wird die Evaluation, wie im vorherigen Kapitel 4.3.2 *Umweltbildung mit Wirkung* kurz erwähnt, bereits zu Beginn des Konzepts eingeplant und die Ziele werden dahingehend formuliert. Das Ziel einer Evaluation ist eine möglichst objektive und zeitlich begrenzte Beobachtung eines Projektes, welche anhand von definierten quantitativen oder qualitativen Kriterien geschieht. Anschliessend können aufgrund der Evaluation Verbesserungsmassnahmen vorgeschlagen und ein Lernprozess eingeleitet werden. Eine Evaluation dient hauptsächlich der Qualitätssicherung oder Qualitätsverbesserung. Sie kann in unterschiedlicher Tiefe durchgeführt werden und intern oder extern geschehen. Zu den gängigen Evaluationsmethoden gehören Befragungen. Eine weitere, jedoch sehr zeitaufwändige und anspruchsvolle Methode, sind Beobachtungen, im Gegensatz zu Befragungen haben sie den Vorteil, dass nicht beschönigt wird (Müller, Bättig-Frey, & Koch, 2021).

Für eine Wirkungsanalyse können unterschiedliche Methoden eingesetzt werden und es gilt herauszufiltern, welche Daten für ein Evaluation relevant sind und wie diese am besten erhoben werden können. Konkrete Vorgehensweisen sind im *Kursbuch Wirkung* von Kurz und Kubek (2021) zu finden. Es wird darauf hingewiesen, dass es wichtig ist, unterschiedliche Datenquellen und Methoden zu kombinieren, damit die Datenqualität überprüft und verbessert werden kann (Kurz & Kubek, 2021).

4.4 Nachhaltigkeitskommunikation

Damit fundierte Handlungsempfehlungen für das Pro Natura Zentrum Aletsch gemacht werden können, werden im folgenden Kapitel einige Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeitskommunikation behandelt. Hierbei handelt es sich um kurze Ausführungen, die spezifisch auf die vorgeschlagenen Massnahmen abgestimmt sind. Für eine gezielte Umsetzung müssen die Themen vertieft werden. Im Rahmen dieser Arbeit sollen sie exemplarisch dargelegt werden.

Im vorliegenden Kapitel 4.4 *Nachhaltigkeitskommunikation* soll aufgezeigt werden, wie Informationen zum Thema Nachhaltigkeit vermittelt werden können und wie Kommunikation dazu beitragen kann, nachhaltige Verhaltensweisen bei den Menschen anzustossen. Es muss berücksichtigt werden, dass damit nur ein kleiner Teil des Bereichs Nachhaltigkeitskommunikation abgedeckt wird.

4.4.1 Verhaltensänderungen anstossen

Ein Bereich von Nachhaltigkeitskommunikation ist die Förderung von Verhaltensänderungen durch Kommunikation. Verhaltensänderungen setzen voraus, dass wir die Folgen unseres Handelns verstehen und gleichzeitig Handlungsalternativen kennen, die zur Verfügung stehen. Eine Änderung des Verhaltens kann freiwillig geschehen, durch idealistische Motive sowie neue Erkenntnisse, oder aufgrund von gesetzlichen Regelungen vorgegeben werden. Kommunikation ist ein Mittel zur Sensibilisierung für eine nachhaltige Entwicklung und kann Einstellungs- und Verhaltensänderungen möglich machen (ARE und DEZA, 2007). Im Anschluss werden zwei Aspekte beschrieben, die für das Erreichen von Verhaltensänderungen bei der Zielgruppe wichtig sind.

Gewohnheiten aufbrechen

In der Psychologie wird unter Gewohnheiten ein über lange Zeit erworbenes Verhaltensskript verstanden, welches mit bestimmten Hinweisen der jeweiligen Situation verknüpft ist. Hamann et al. (2016) weisen darauf hin, dass 35 bis 53 Prozent unserer Verhaltensweisen Gewohnheiten sind. Daher sind sie bedeutsam in Bezug auf umweltfreundliches Verhalten. Gewohnheiten werden ohne grossen kognitiven Aufwand, häufig unbewusst umgesetzt und das Ablegen von alten Gewohnheiten ist daher schwierig und mit mentaler Anstrengung verbunden (Hamann et al., 2016). Das Durchbrechen von Gewohnheiten ist umso schwieriger, desto stärker eine Gewohnheit ist. Denn einerseits muss das automatische Handeln unterdrückt werden und andererseits muss der Handlungsentscheid neu evaluiert werden (Müller, Bättig-Frey, & Koch, 2021). Indem aktuelle Handlungssituationen für eine Weile verändert werden, können Gewohnheiten unterbrochen werden. Menschen können zu Gewohnheitsänderungen ermutigt werden, wenn mit den neuen Verhaltensweisen positive Erfahrungen einhergehen, die unsere Erwartungen übersteigen. Ein Zeitpunkt an dem neue Gewohnheiten gut Fuss fassen können, sind Lebensphasen mit grossen Umbrüchen, da Gewohnheitsmuster zwangsläufig unterbrochen und durch neue ersetzt werden. Das sind günstige Zeitpunkte zum etablieren neuer (z.B. umweltfreundlicher) Handlungsalternativen (Hamann et al., 2016).

Psychologische Hindernisse für Verhaltensänderungen

Schon seit Jahrzehnten hören Menschen Ratschläge zu umweltfreundlichem Verhalten, dennoch hat sich ihr Verhalten meist nicht tiefgreifend verändert. Dafür sind unter anderem psychologische Hindernisse verantwortlich, die es erschweren, Verhaltensänderungen zu erreichen. Der Sinnes- und Denkkapparat der Menschen ist darauf ausgerichtet auf kurzfristige Gefahren zu reagieren, es fällt jedoch schwer langsame und nicht direkt sichtbare Veränderungen beziehungsweise Verschlechterungen der Umwelt (z.B. Klimawandel, Artensterben) zu bemerken. Der Mensch bewertet im Normalfall den kurzfristigen Nutzen höher als die langfristigen Vorteile, zudem wiegt der Verlust schwerer als der hypothetische Gewinn, auch wenn dieser grösser wäre. Daher fällt es vielen Leuten schwer, jetzt auf etwas zu verzichten, was in Zukunft Schäden für sich selber oder andere Menschen anrichtet. Diese psychologischen Grundmuster erschweren klimaorientiertes Handeln vor allem dadurch, dass Veränderungen gescheut und ungewohnte Handlungen vermieden werden. Stabilität hingegen wird angestrebt. Durch gezielte Kommunikation kann diesen psychologischen Hindernissen entgegengewirkt werden (Bundesverband Klimaschutz BVKS, 2019). Im folgenden Kapitel 4.4.2 *Hilfsmittel der Kommunikation* sind einige Möglichkeiten dafür ausgeführt.

4.4.2 Hilfsmittel der Kommunikation

In diesem Kapitel werden einige Grundsätze aufgezeigt, die in der Nachhaltigkeitskommunikation eingesetzt werden können. Die Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern zeigt Optionen auf, die das Pro Natura Zentrum Aletsch in ihrer Kommunikation einsetzen kann.

Storytelling

Nach Fischer et al. (2021) ist eine Herausforderung der Nachhaltigkeitskommunikation die Komplexität der Thematik auf ein verständliches Mass zu reduzieren und dennoch ohne Verlust an Fachlichkeit und Evidenz auszukommen. Trotzdem sollen Themen der Nachhaltigkeit Interesse wecken, einen Bezug zum Alltag aufweisen und spezifische Handlungsoptionen anbieten. Da kommt das Potenzial von Storytelling-Ansätzen ins Spiel. Diese können durch Geschichten neben der Informations- und Problemvermittlung auch Emotionen wecken und eine Nähe zur Thematik schaffen. Gleichzeitig kann eine Grundlage für eine Verhaltensänderung gelegt werden. Dabei ist es wichtig, dass durch die vereinfachte Darstellung keine Manipulation oder Fehlinformation entsteht, es muss auf ein Gleichgewicht zwischen Unterhaltung und Information geachtet werden. Hamann et al. (2016) weisen darauf hin, dass das Zuhören oder Betrachten von Geschichten bei uns Empathie auslöst. Dies geschieht vorwiegend gegenüber einem Menschen und daher bietet sich fürs Geschichtenerzählen der Fokus auf ein Hauptcharakter an, mit dem sich das Zielpublikum bestenfalls persönlich identifizieren kann.

Kommunikation mit Emotionen

Die Nutzung von Emotionen hat in der Kommunikation einen wichtigen Stellenwert. Wenn mit positiven Emotionen, wie Freude, Hoffnung, Interesse oder Liebe, kommuniziert wird, führt das zu einer Förderung der Offenheit, Kreativität sowie Effizienz und Effektivität. Die Motivation zur Handlung kann dadurch gefördert werden. Wenn Informationen positiv gerahmt sind und zudem Unterstützung sowie Anerkennung in einer Gruppe gegeben sind, hat dies einen positiven Effekt für den Umweltschutz. Jedoch können positive Gefühle auch zu Ablenkung von der eigentlichen Problematik führen. Deswegen ist es wichtig gleichzeitig die Reflexion, die Begründung der eigenen Meinung und den sorgsam Umgang mit einer Aufgaben anzuregen (Hamann et al., 2016).

In der Nachhaltigkeitsbewegung wird oft mit negativen Emotionen gearbeitet (Hamann et al., 2016), in diesem Abschnitt soll aufgezeigt werden, was damit bewirkt oder angerichtet wird und worauf dabei geachtet werden muss. Negative Emotionen, wie Trauer, Wut und Angst, können eine positive Wirkung auf die Handlungsmotivation der Empfänger:innen haben, dies ist vor allem bei Wut und Ärger der Fall. Im Gegensatz zu positiven Emotionen, die zu Ablenkung tendieren, engen negative Emotionen die Aufmerksamkeit ein und führen daher zu einem Fokus auf das aktuelle Problem. Dadurch kann das Ausmass des Problems bewusst gemacht werden. Der Nachteil ist die Auslösung von einem Gefühl der Hilflosigkeit und der Angst, Gefühle bei denen Menschen nicht ins Handeln kommen (Hamann et al., 2016). Im Bericht *Das Klima zum Thema machen* vom Bundesverband Klimaschutz (2019) wird betont, dass es in der Klimakommunikation wichtig ist zu alarmieren ohne zu deprimieren und das negative Gefühle dringend in Kombination mit Hoffnung und dem Aufzeigen von Handlungsoptionen genutzt werden sollen. Dabei sollen Gefahren klar benannt werden ohne zu dramatisieren und bei den Menschen ein Gefühl von Sorge und nicht Angst auslösen.

Hamann et al. (2016) hält fest, dass negative Emotionen nur überlegt eingesetzt werden sollen, da die Gefahr besteht, dass sie Bewältigungsstrategien hervorrufen, wie beispielsweise Umdeutung einer Problemsituation, Gleichgültigkeit, Rechtfertigung oder Ablenkung. Diese schützen den Menschen vor den Gefühlen, führen jedoch nicht zu den Handlungen, die durch Nachhaltigkeitskommunikation angestrebt wird. Wichtig zur Verhinderung von Bewältigungsstrategien ist die Stärkung der Selbstwirksamkeit, Glaubwürdigkeit und aussagekräftige Quellen sowie die Aufzeigung von positiven Alternativen (Hamann et al., 2016).

Nudging

Das englische Wort Nudge bedeutet Stups oder Schubs und ist ein Begriff aus der Entscheidungswissenschaft. Es geht darum Menschen bei Entscheidungen einen kleinen Anstoss zu geben, sie auf etwas aufmerksam zu machen. Bei Nudges handelt es sich um Massnahmen, mit denen das Verhalten von Menschen in vorhersehbarer Weise beeinflusst werden kann, dabei werden keine Optionen ausgeschlossen und der wirtschaftliche Anreiz soll nicht zu stark verändert werden (Thaler & Sunstein, 2017, S. 15-17). Laut Thaler und Sunstein (2017, S. 19) bieten sie die Möglichkeit das Leben der Menschen zu verbessern und gleichzeitig Probleme der heutigen Gesellschaft zu lösen, ohne dabei die Entscheidungsfreiheit des Individuums einzuschränken.

Prompts

Unter Prompts werden kleine Erinnerungshilfen verstanden, die an gewisse Verhaltensweisen erinnern. Ein Beispiel dafür sind Zettel an Lichtschaltern oder Computern, die an das Ausschalten erinnern, mit dem Ziel Strom zu sparen. Am wirksamsten sind Prompts, wenn das Verhalten leicht auszuführen ist und der Prompt eindeutig definiert ist. Es ist wichtig das gewollte Verhalten anzusprechen und keine Verneinung zu nutzen. Ein weiterer Aspekt ist die zeitliche und räumliche Nähe des Prompts zum angestrebten Verhalten. Durch die Nutzung von Erinnerungshilfen kann umweltschützendes Verhalten gefördert werden (Hamann et al., 2016).

5 Ergebnisse

In diesem Kapitel ist das Resultat der Nachhaltigkeitsbewertung, die Auswertung der Gästefrage und die Dokumentation des Nachhaltigkeitsworkshops aufgeführt. Die Ergebnisse der Interviews sind in die Beschreibung des Praxispartners, die Nachhaltigkeitsbewertung sowie die Definition der angestrebten Wirkung eingeflossen. Auf Grundlage der Ergebnisse wurden im Anschluss die Handlungsempfehlungen formuliert.

5.1 Ergebnisse Nachhaltigkeitsbewertung

Als Referenzpunkt für die Nachhaltigkeitsbewertung wurde von der Autorin zu Beginn ein Zielzustand formuliert. Anschliessend wurde die Nachhaltigkeitsbewertung vorgenommen, indem die einzelnen Unterkriterien analysiert und bewertet wurden. Die Excel-Datei der Nachhaltigkeitsbewertung ist im elektronischen Anhang 4 abgelegt.

5.1.1 Zielzustand

Die von der Autorin formulierten Zielzustände sind ein Hilfsmittel für die Nachhaltigkeitsbewertung. Sie sind Referenzpunkte für die Wertung der einzelnen Kriterien und stellen die Idealvorstellung eines rundum nachhaltigen Pro Natura Zentrums Aletsch dar. Pro Kriterium wurde ein Zustand beschrieben, welcher in der Tabelle 13 bis 16 ersichtlich ist.

Tabelle 13: Zielzustand für den Bereich Management

Management	
Nachhaltigkeitsmanagement	Das Thema Nachhaltigkeit spielt bei allen Angeboten sowie beim betrieblichen Ablauf im PNZA eine wichtige Rolle. Die intern definierten Nachhaltigkeitskriterien werden systematisch berücksichtigt. Regelmässig werden Evaluationen durchgeführt, bei denen auch die Wirkung gemessen wird. Aus den Ergebnissen werden Schlüsse gezogen und Verbesserungen für die nächste Saison abgeleitet.
Einbezug der Anspruchsgruppe	Das PNZA ist in das Geschehen auf der Riederalp und im gesamten Aletschgebiet eingebunden. Über unterschiedliche Kanäle findet ein Austausch mit den Anspruchsgruppen (Gemeinden, Tourismusakteurinnen und -akteure, Einheimische sowie Gäste etc.) statt. Es gibt einen Rahmen, wo Bedürfnisse, Bedenken und Anliegen ausgetauscht werden können. Durch Netzwerktreffen werden Synergien genutzt und Erfahrungen ausgetauscht.
Gästeinformation über Nachhaltigkeit	Das PNZA kommuniziert den Gästen vor Ort sowie online, welche Bestrebungen sie im Bereich Nachhaltigkeit leisten. Die Besuchenden lernen die Philosophie des Zentrums und von Pro Natura kennen. Die Gäste erfahren über Möglichkeiten, wie sie ihr persönliches Verhalten im Alltag verändern können, um ressourcenschonender zu leben. Alle Mitarbeitenden können kompetent darüber Auskunft geben. Das Zentrum wird als Pionierprojekt im Bereich Nachhaltigkeit wahrgenommen. Gäste sowie Tourismusakteurinnen und -akteure erkennen, welche Handlungsmöglichkeiten bestehen, um ressourcenschonend zu leben.

Tabelle 14: Zielzustand für den Bereich Wirtschaft

Wirtschaft	
Stärkung der regionalen Wirtschaft	Das PNZA bezieht alle verfügbaren Produkte aus der Region und fördert damit das lokale Gewerbe. Es wird auf die Regionalität der genutzten Materialien geachtet. Die Lebensmittel sind regional, saisonal und biologisch. Tierische Produkte werden mit Mass bezogen. Bei der Menüwahl spielt der lokale Bezug eine Rolle. Alle externen Dienstleistungen werden von Firmen aus der Region erledigt. Die lokalen Sehenswürdigkeiten werden thematisiert und deren Wert aufgezeigt.
Besonderer Kundennutzen	Die Einzigartigkeit vom PNZA liegt in der aussergewöhnlichen Lage auf der Riederfurka, der Nähe zum Aletschwald sowie dem Aletschgletscher. Mit seinem Angebot ermöglicht es den Gästen einen attraktiven Aufenthalt in der Region und spannende Erlebnisse in der Natur. Somit wird der Bezug zur Natur gestärkt. Das Zentrum ist bekannt für seine hohe Qualität und seinen Innovationsgeist. Die Gäste erleben die Region aus der Naturperspektive. Diese Einzigartigkeit wurde erkannt und ist im Konzept vollumfänglich sichtbar.
Wirtschaftlichkeit	Der Aufwand und der Ertrag des gesamten Betriebs stehen in einem sinnvollen Verhältnis. Die Kosten für die Entwicklung und den Unterhalt des Angebots steht in einem angemessenen Verhältnis zu den angestrebten wirtschaftlichen Effekten. Das PNZA besticht mit einer hohen Auslastung von 70-80%. Das Naturschutzzentrum generiert Wertschöpfung in der Region und steigert die Aufenthaltsattraktivität für die Gäste.

Tabelle 15: Zielzustand für den Bereich Soziales

Soziales	
Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse	Das PNZA ist für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen zugänglich (barrierefrei, seniorenfreundlich etc.). An den Exkursionen können Menschen unterschiedlicher Herkunft, Alters, Kultur, Lebensstandard teilnehmen. Auf Wunsch kann auf spezifischen Ernährungsweisen Rücksicht genommen werden. Das Zentrum ist familienfreundlich. Im Haus gibt es altersgerechte Aktivitäten / Räumlichkeiten für Kinder und Jugendliche. Im Exkursionsprogramm ist für Gross und Klein etwas dabei. Die entsprechenden Informationen sind auf der Webseite prominent vermerkt und werden vor Ort kommuniziert.
Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden	Das Pro Natura Zentrum bietet faire und geschlechtergleiche Löhne, welche sich im Durchschnittsbereich der Branche befinden. Der Arbeitsort ist für alle Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen zugänglich, es sind Männer und Frauen jeglicher sexuellen Orientierung und Identität willkommen und das Team ist divers. Es werden flexible Arbeitszeiten angeboten, die auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingehen und auch Teilzeitarbeitende ansprechen. Des Weiteren können die Mitarbeitenden regelmässig Weiterbildungen besuchen, die sie in ihrem zukünftigen Werdegang weiterbringen. Auf die Gesundheit der Mitarbeitenden wird geachtet und entsprechende Ruhezeiten werden eingehalten.
Pflege der lokalen Kultur	Die lokale Kultur ist im PNZA von hoher Bedeutung und wird den Gästen bewusst vermittelt. Es gibt Veranstaltungen zur lokalen Kunst, Musik, Unterhaltung und zum geschichtlichen Hintergrund der Gegend. Damit sich die Gäste mit der lokalen Bevölkerung austauschen können, gibt es Veranstaltungen, die für alle offen sind. Der Austausch wird mit spezifischen Angeboten gefördert.

Tabelle 16: Zielzustand für den Bereich Umwelt

Umwelt	
Bewusster Umgang mit Energie	Das PNZA bezieht jeglichen Strom aus erneuerbaren Quellen. Des Weiteren werden regelmässig Massnahmen ergriffen, welche den Stromverbrauch und den Ausstoss von CO ₂ in den Gebäuden senken. Es werden energieeffiziente Geräte und Fahrzeuge verwendet. Das Zentrum ruht sich nicht auf dem bereits Erreichten aus, sondern findet immer neue Wege, wie der Umgang mit Energie weiter verbessert werden kann. Es gibt eine Energiebuchhaltung, die regelmässig ausgewertet und evaluiert wird. Der bewusste Umgang mit Energie wird vom gesamten Team gelebt.
Umweltschonende Mobilität	Das PNZA wirbt und informiert die Gäste aktiv, dass die An- und Abreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln getätigt werden soll. Durch zusätzliche Aktionen oder Rabatte werden Anreize geschaffen, dass die Gäste tatsächlich mit dem öffentlichen Verkehr oder einer anderen umweltschonenden Mobilitätsart anreisen. Das Zentrum führt interne Transporte ohne CO ₂ -Verbrauch durch. Die Mobilität der Exkursionen wird ausschliesslich mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln oder zu Fuss getätigt.
Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen	In der Umgebung der Villa Cassel, wird grossen Wert auf eine biodiversitätsreiche Gestaltung geachtet. Das PNZA hat eine Strategie, zur Vermeidung und Verminderung von Abfällen. Anfallende Abfälle werden getrennt und wenn möglich wiederverwendet. Gäste werden auf entsprechende Verhaltensweisen aufmerksam gemacht. Wasser und andere Umweltressourcen werden geschont und wenn möglich in einem Kreislaufsystem wiederverwendet. Die Erhaltung, Pflege und Aufwertung der Natur- und Kulturlandschaft wird unterstützt. Notwendige Einrichtungen betten sich in die Landschaft ein und sind natürlichen Ursprungs.

Die Zielzustände legen dar, wohin sich das Pro Natura Zentrum Aletsch in seinem Nachhaltigkeitsprozess entwickeln kann. Dabei wurde darauf fokussiert, wie eine nachhaltige Betriebsführung als Umweltbildungszentrum in der Villa Cassel möglich ist und was für Aspekte der Nachhaltigkeit miteinbezogen werden können.

Im Anschluss an die Ausarbeitung der einzelnen Zielzustände wurde die Nachhaltigkeitsbewertung vorgenommen. Dafür wurde jedes Unterkriterium spezifisch analysiert und geprüft, wo der Betrieb im Verhältnis zum Zielzustand steht. Die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsbewertung sind im anschliessenden Kapitel 5.1.2 *Nachhaltigkeitsbewertung* aufgeführt.

5.1.2 Nachhaltigkeitsbewertung

In der Abbildung 14 sind auf dem Netzdiagramm die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsbewertung ersichtlich. Die möglichen Werte beginnen bei 1 «Ungenügend» und gehen bis 7 «Übertragend». Die Vorgehensweise der Nachhaltigkeitsbewertung und alle möglichen Werte mit der jeweiligen Bedeutung sind im Kapitel 3.3.2 *Methodischen Vorgehen* ausführlich beschrieben.

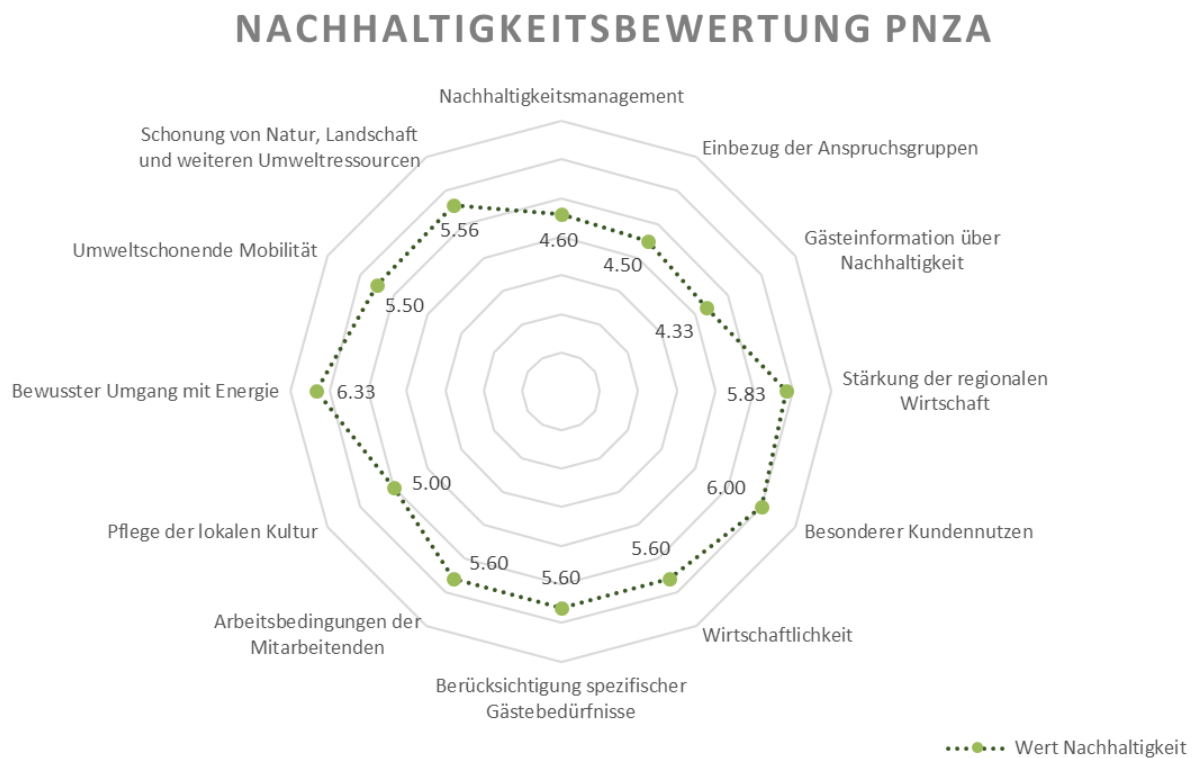


Abbildung 14: Nachhaltigkeitsbewertung Netzdiagramm (eigene Darstellung, 2022)

Auf der obigen Abbildung 14 sind die Stärken und Schwächen vom Pro Natura Zentrum Aletsch in Bezug auf Nachhaltigkeit abgebildet. Die erzielten Werte bewegen sich alle zwischen «Befriedigend» (4 Punkte) und «Sehr gut» (6 Punkte). Klare Stärken sind die Kriterien «Besonderer Kundennutzen» und «Bewusster Umgang mit Energie» mit der Wertung «Sehr gut». Als Schwächen können die Kriterien «Nachhaltigkeitsmanagement», «Einbezug der Anspruchsgruppen» und «Gästeinformation über Nachhaltigkeit» genannt werden, welche eine Wertung der Kategorie «Befriedigend» erreicht haben. Alle weiteren Kriterien befinden sich mit einer Bewertung von «Gut» im Mittelfeld.

Das Netzdiagramm zeigt auf, dass in allen Kategorien bereits Bestrebungen im Bereich der Nachhaltigkeit getätigt werden. Die Bewertung legt dar, dass in der Kategorie Management mit den Unterkriterien «Nachhaltigkeitsmanagement», «Einbezug der Anspruchsgruppe» und «Gästeinformation über Nachhaltigkeit» am meisten Optimierungspotenzial besteht.

Im nächsten Kapitel wird die Bewertung der einzelnen Kriterien zusammenfassend aufgeführt. Dafür wird aufgelistet, was im Pro Natura Zentrum Aletsch vorhanden (✓) und was nicht vorhanden ist (×). Dabei erfolgt die Orientierung anhand der Bereiche Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt. Die Excel-Datei mit der Nachhaltigkeitsbewertung ist im elektronischen Anhang 4 zu finden.

Management

Tabelle 17: Bewertung «Nachhaltigkeitsmanagement»

Nachhaltigkeitsmanagement (4.60)	
✓	Auf Nachhaltigkeit wird im gesamten Betrieb Wert gelegt (Reinigung, Gästebewirtschaftung, Ernährung, Einkauf, Arbeitsklima etc.)
	Regelmässige Anpassungen im Pensionsbetrieb zur Erhöhung der Nachhaltigkeit (Wärmedämmung, Luft-Wasser-Wärmepumpe, Photovoltaik etc.)
	Wiederkehrende Evaluation des Stromverbrauchs
	Nachhaltigkeit wird im Leitbild thematisiert
	Zentrumsleitung lebt nachhaltiges Handeln vor
✗	Ansprechperson für Nachhaltigkeit
	Systematische Berücksichtigung definierter Nachhaltigkeitsaspekte
	Spezifische Kriterien für Mitarbeitende in Bezug auf ressourcenschonendes Handeln / Nachhaltigkeit im Betrieb
	Evaluation der Wirkung von Umweltbildungsangeboten und Nachhaltigkeitskommunikation
	Mitarbeitenden Schulung zum Thema Nachhaltigkeit

Tabelle 18: Bewertung «Einbezug der Anspruchsgruppen»

Einbezug der Anspruchsgruppen (4.50)	
✓	Kooperationen mit Akteurinnen und Akteuren vor Ort (Bergbahnen, Tourismusorganisation, Feuerwehr, Bergsteigerschule, World Nature Forum)
	Nutzung von Synergien und Zusammenarbeit für Angebote / Anlässe
	Offenheit für Feedback und Austausch
✗	Regelmässiger Erfahrungsaustausch aller Tourismusakteurinnen und -akteure der Region
	Organ zur Entgegennahme von Bedürfnissen der Menschen vor Ort

Tabelle 19: Bewertung «Gästeinformation über die Nachhaltigkeit»

Gästeinformation über die Nachhaltigkeit (4.33)	
✓	Information über ressourcenschonendes Handeln vor Ort (interaktive Ausstellung, mündliche Information, Thema bei Exkursionen)
	Ansätze zur Sensibilisierung der Gäste (Licht löschen, Handtuch gegen Aufpreis, Stosslüften etc.)
	Teilweise Deklaration Lebensmittel (regional, biologisch)
	Nachhaltigkeitsthematik sporadisch auf Webseite vorhanden
✗	Reiter Nachhaltigkeit auf Webseite
	Mitarbeitenden Briefing zum Thema Nachhaltigkeitskommunikation
	Social Media Kanal

Wirtschaft

Tabelle 20: Bewertung «Stärkung der regionalen Wirtschaft»

Stärkung der regionalen Wirtschaft (5.83)	
✓	Hoher Bezug regionaler Lebensmittel (regionale Produktions- und Lieferantenbetriebe)
	Verkauf von regionalem Handwerk im Zentrumsshop
	Berücksichtigung regionaler Unternehmen für anstehende Arbeiten (Handwerksbetriebe, Druckaufträge etc.)
	Inwertsetzung regionaler Sehenswürdigkeiten (Exkursionen, Alpengarten, Aletschwald)
✗	Durchgehender Bezug regionaler Materialien (je nach Preis, Verfügbarkeit)
	Definierte Vorgaben in Bezug auf Regionalität im Zentrumsshop

Tabelle 21: Bewertung «Besonderer Kundennutzen»

Besonderer Kundennutzen (6.00)	
✓	Einzigartige geografische Lage (Nähe zu Aletschwald & Aletschgletscher)
	Bezug zur Region der Angebote (Exkursionen, Führungen sowie Informations- und Vermittlungsraum)
	Hohe Qualität der Angebote (Betreuung Gäste, Ausbildung Mitarbeitende, Verpflegung, Einrichtung)
	Attraktivität des Aufenthalts in Villa Cassel (denkmalgeschütztes Haus, reichhaltige Verpflegung, Tee-Salon, Umweltbildungsangebote)
	Abhebung von anderen Tourismusattraktionen (Lage, Villa)
✗	Regelmässige Entwicklung neuer, innovativer Angebote

Tabelle 22: Bewertung «Wirtschaftlichkeit»

Wirtschaftlichkeit (5.60)	
✓	Generierung von Wertschöpfung in der Region (Tourismusmagnet Aletschwald und Villa Cassel, Bezug lokaler Produkte)
	Steigerung Aufenthaltsattraktivität der Region
	Dem Angebot entsprechend angemessene Kosten
	Laufender Pensionsbetrieb selbsttragend (ohne Infrastrukturunterhalt)
	Hohe Zimmerauslastung
✗	Nicht selbsttragend (Umweltbildungsangebote und Unterhalt der Infrastruktur werden von Pro Natura mitfinanziert)
	Hohe Bettenauslastung
	Relativ hoher Aufwand (Fokus auf Nachhaltigkeit und Qualität)

Soziales

Tabelle 23: Bewertung «Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse»

Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse (5.60)	
✓	Berücksichtigung jeglicher Ernährungsweisen
	Familienfreundlichkeit (Umweltbildungsangebote für Familien, Spielzimmer, Möglichkeit für Zusatzbett im Zimmer)
	Professionelle Betreuung der Gäste von An- bis Abreise
	Rückmeldungen und Äusserungen bezüglich der Zufriedenheit sind willkommen (mündlich oder per QR-Fragebogen)
✗	Barrierefreiheit vor Ort und im Web
	Spezifische Berücksichtigung älterer Menschen, Menschen mit Geh-, Seh- oder Hörbehinderung

Tabelle 24: Bewertung «Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende»

Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende (5.60)	
✓	Faire Arbeitsbedingungen (gültige Arbeitsverträge, Orientierung am Gesamtarbeitsvertrag, Gewährung von Freitagen)
	Gerechtes Einkommen, Chancengleichheit und Gleichbehandlung
	Weiterbildungsangebot für Jahresangestellte und Praktikantinnen sowie Praktikanten im Bereich Umweltbildung
	Sicherheit am Arbeitsplatz und soziale Sicherheit
	Ansprechpersonen bei Problemen, Herausforderungen definiert
	Regelmässige Sitzungen (Information, Rückmeldungen, Mitsprache)
✗	Weiterbildungsangebot für Saisonangestellte im Pensionsbetrieb und Aushilfen
	Förderung Diversität der Mitarbeitenden

Tabelle 25: Bewertung «Pflege der lokalen Kultur»

Pflege der lokalen Kultur (5.00)	
✓	Thematisierung lokale Kultur durch Exkursionen (lokale Natur / Kultur / Geschichte, Traditionen)
	Angebot «Kultur trifft Wissenschaft»
	Austauschmöglichkeiten für Gäste und Einheimische (Herbstbrunch, Casselfest, Tee-Salon)
✗	Verankerung lokaler Kultur bei Mitarbeitenden (gering)
	Information über regionale Anlässe
	Vorwiegend auswärtige Mitarbeitende

Umwelt

Tabelle 26: Bewertung «Bewusster Umgang mit Energie»

Bewusster Umgang mit Energie (6.33)	
✓	Strombezug aus erneuerbaren Quellen (Bezug Ökostrom, Photovoltaikanlage in Ried-Mörel)
	Gezielte Wärmedämmung (Renovation Sommer 2019)
	Bewusste Stromreduktion (Wäsche wird luftgetrocknet, Geschirrspüler voll beladen, Nutzung energieeffizienter Geräte, wo möglich)
	Vermeidung CO ₂ -Emissionen (Luft-Wasser-Wärmepumpe, E-Mobilität)
	Information der Gäste
	Regelmässige Energiebuchhaltung
✗	Spezifische Richtlinien zu Nachhaltigkeit in betrieblichen Abläufen (nicht durchgehend)
	Sporadische Nutzung von fossil betriebenem Transportauto

Tabelle 27: Bewertung «Umweltschonende Mobilität»

Umweltschonende Mobilität (5.50)	
✓	Hinweis zur Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln auf Webseite (inkl. Fahrzeiten ab Bern, Zürich, Basel und Genf)
	Interne Mobilität zu einem Grossteil ohne CO ₂ -Emissionen (ein paar Mal pro Saison wird im Tal ein fossilbetriebenes Auto genutzt)
	Transport mit Elektromobil (Riederalp ist autofrei)
✗	Anreize zur Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln
	Nutzung von fossil betriebenen Bergbahnen bei einigen Exkursionen
	Verlinkung der SBB-Webseite

Tabelle 28: Bewertung «Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen»

Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen (5.56)	
✓	Sensibilisierung der Gäste für den Schutz der Natur- und Lebensräume vor Ort (Exkursionen, Ausstellung)
	Kein Einsatz von Pestiziden
	Betreuung Schutzgebiet «Aletschwald»
	Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensmittel (regional, oft biologisch, FairTrade)
	Reduzierung von Food Waste auf ein Minimum (Anmeldung für Mahlzeiten, Reste werden beim Mitarbeitenden Essen weiterverwendet)
	Strikte Abfalltrennung im Betrieb
	Massnahmen zu Wassereinsparung (wassersparende Duschköpfe / Wasserhähne, Abgabe Badetuch nach Aufpreis oder bei längerem Aufenthalt etc.)
✗	Praktischer Naturschutz
	Keine verbindlichen Vorgaben zur Vermeidung von Abfall

Die Resultate der Nachhaltigkeitsbewertung zeigen, dass vor allem im Bereich Umwelt bereits hohe Bestrebungen zur Nachhaltigkeit getätigt werden. Dabei sticht vor allem die energetische CO₂-Neutralität sowie die Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensmittel hervor. Im Bereich Soziales heben sich die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden und die individuelle Betreuung der Gäste ab, jedoch ist die Diversität der Mitarbeitenden tief und Barrierefreiheit vor Ort und im Netz ist nicht gegeben. Die Generierung von Wertschöpfung in der Region sowie der besondere Kundennutzen stärken den Wirtschaftsbereich. Dennoch ist das Zentrum im Umweltbildungsbereich und bei den Infrastrukturkosten auf finanzielle Unterstützung von Pro Natura angewiesen.

Wie bereits zu Beginn des Kapitels erwähnt, liegt beim Management das grösste Optimierungspotenzial vor. Hierbei wird dem Nachhaltigkeitsmanagement und der Nachhaltigkeitskommunikation die grösste Hebelwirkung zugesprochen. Dies aufgrund der Tatsache, dass der Nachhaltigkeitsprozess im Umweltbildungszentrum im Moment nicht strategisch aufgestellt ist. Es fehlen konkrete Instrumente und Vorgaben wie auf eine Erhöhung der Nachhaltigkeit hingearbeitet wird, dies auf Ebene der Zentrumsleitung und für die Mitarbeitenden.

5.2 Ergebnisse Gästebefragung

Bei der Gästeeumfrage soll die Wirkung erfasst werden, die das Pro Natura Zentrum Aletsch auf seine Gäste hat. Diese soll abgeglichen werden mit dem, was das Umweltbildungszentrum bei den Besuchenden erreichen möchte. Daher wird in diesem Kapitel erst die angestrebte Wirkung beschrieben, bevor die Ergebnisse der Gästeeumfrage analysiert werden.

5.2.1 Angestrebte Wirkung

Nach der Durchführung der Experteninterviews mit L. Albrecht und T. Flory wurde von der Autorin die angestrebte Wirkung des Pro Natura Zentrums formuliert. Hierbei wurde aus den Gesprächen herausgefiltert, was die Naturschutzorganisation Pro Natura mit ihrem nationalen Naturschutzzentrum erreichen will und was Gäste nach ihrem Kontakt mit dem Pro Natura Zentrum mitnehmen sollen (Interview mit L. Albrecht, Anhang 1) (Interview mit T. Flory, Anhang 2). Daraus wurde folgende Wirkung definiert, die das Pro Natura Zentrum Aletsch anstrebt:

- Durch Ihren Aufenthalt im Pro Natura Zentrum Aletsch bekommen die Gäste einen Eindruck davon, wer die Naturschutzorganisation ist und lernen die Philosophie von Pro Natura und des Zentrums kennen.
- Die Erlebnisse mit Pro Natura sind im Gedächtnis positiv verankert.
- Das Pro Natura Zentrum Aletsch wird als Leuchtturmprojekt wahrgenommen und Gäste sowie Tourismusakteurinnen und -akteure (aus der Region) erkennen, welche Handlungsmöglichkeiten bestehen, um ressourcenschonend zu sein / leben.
- Die Gäste werden von der Schönheit und der Vielfalt der Natur begeistert.
- Die Besuchenden erhalten die Möglichkeit die Natur mit allen Sinnen zu erleben und dadurch eine vertiefte Beziehung zur Natur zu erhalten.
- Die Gäste werden dahingehend sensibilisiert, warum der Schutz und der Erhalt der Natur von grosser Wichtigkeit ist.
- Durch ihr vertieftes (naturwissenschaftliches) Wissen werden die Besuchenden befähigt, sich selbständig eine Meinung über Umweltthemen und Nachhaltigkeit zu bilden.

Die angestrebte Wirkung ist das, was das Pro Natura Zentrum Aletsch erreichen will und wofür sie ihre Umweltbildungsarbeit machen. Daher soll sie im Anschluss an die Datenauswertung der Gästeeumfrage mit den Rückmeldungen der Gäste abgeglichen werden. Ziel des Abgleichs ist herauszufinden, ob das Erwünschte erreicht wird.

5.2.2 Datenauswertung

Der Fragebogenrücklauf war mit 99 Rückmeldung bei einem durchschnittlichen Gästeaufkommen von etwas über 20'000 Personen pro Saison relativ gering (Albrecht, 2022). Bei der ersten Frage wurde angegeben, welches Angebot genutzt wurde. Die Folgefragen nahmen anschliessend Bezug auf das genutzte Angebot. In der nachfolgenden Grafik ist der Rücklauf pro Angebot ersichtlich:

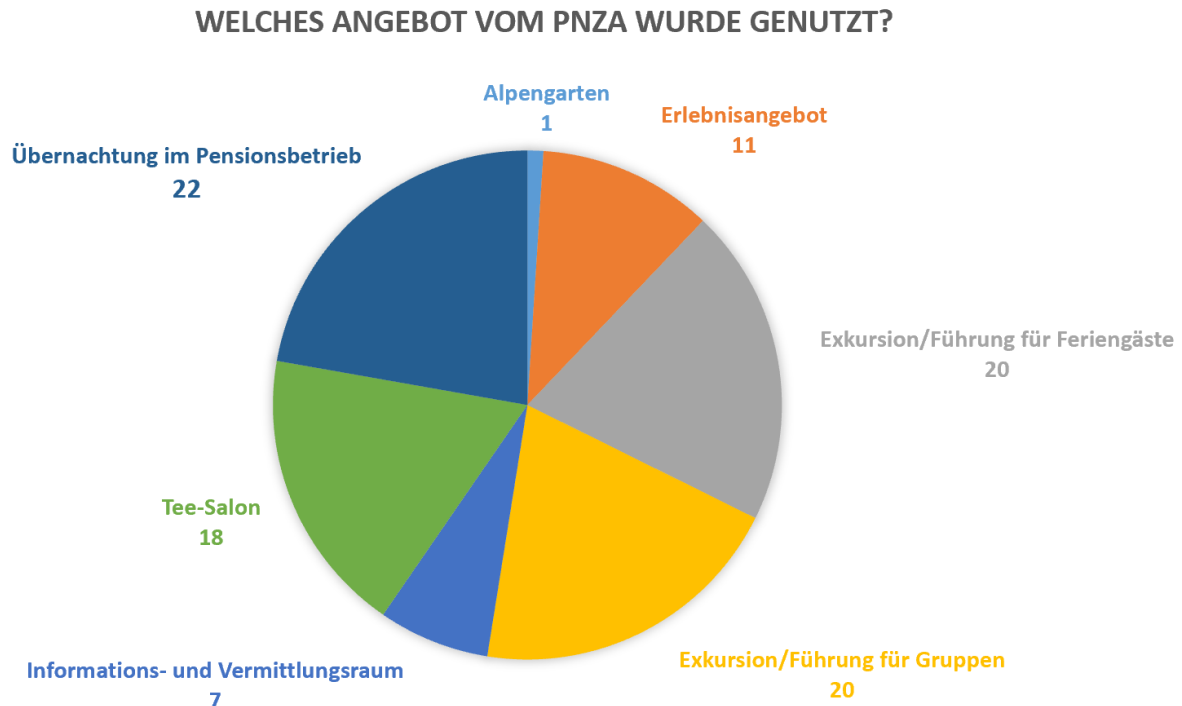


Abbildung 15: Umfragen Rücklauf pro Angebot (eigene Darstellung, 2022)

Wie in der Abbildung 15 ersichtlich, gab es nur eine Rückmeldung zum Alpengarten. Daher wurde diese Umfrage bei der Auswertung nicht berücksichtigt. Keine Frage war bei allen Angeboten vertreten, daher können die Angebote nicht untereinander verglichen werden. Im Folgenden wird zuerst darauf eingegangen, aus welchem Grund die Gäste das Angebot vom Pro Natura Zentrum Aletsch nutzen und wie sie davon erfahren haben. Anschliessend wird angeschaut, was sie von ihrem Besuch im Zentrum mitnehmen konnten und als wichtig empfunden haben.

Gründe

Das Naturerlebnis ist ein entscheidender Faktor für den Besuch einer Führung oder Exkursion. Dies lässt sich auf der Abbildung 16 erkennen, wo zwölf von 25 Personen dies als Grund für die Buchung des Angebots angegeben haben. An zweiter Stelle folgt der Wissenserwerb über das jeweilige Thema und die Aletschregion mit acht Nennungen. Anschliessend gibt es unterschiedliche weitere Gründe. Das Interesse an der Arbeit von Pro Natura scheint weniger wichtig. Ein ähnliches Bild zeigte sich bei derselben Frage für die Erlebnisangebote.

Grund für den Besuch der Führung / Exkursion

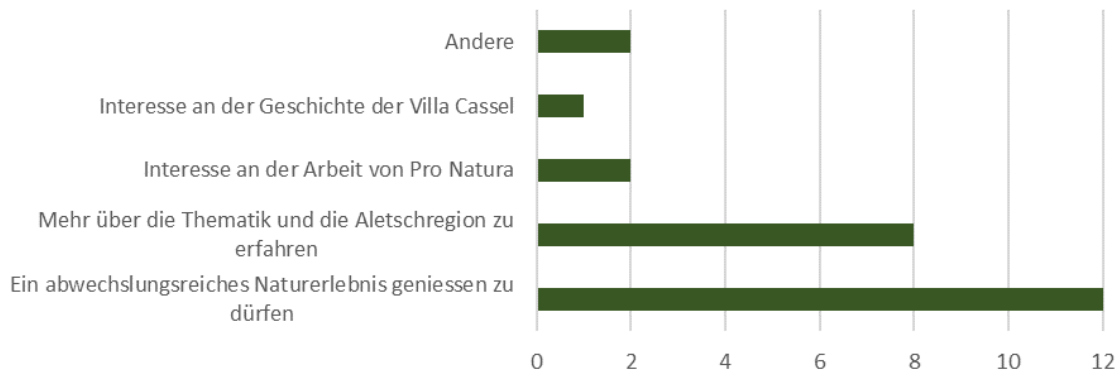


Abbildung 16: Gründe der Teilnahme an Exkursionen von Gruppen und Feriengästen (eigene Darstellung, 2022)

Bei den Übernachtungsgästen wurde nach dem Ziel ihres Aufenthalts gefragt und dabei wurden «Zeit in der Natur» und «Ferien/Wochenende» jeweils sieben Mal genannt. Die Erholung scheint hier im Vordergrund zu stehen. Vier von insgesamt 22 Personen nahmen die Übernachtungsmöglichkeit für die Nutzung eines weiteren Angebots wahr. Wobei auch das Schlafen in einem historischen Gebäude dreimal genannt wurde. Die Ergebnisse sind in der Abbildung 17 ersichtlich.

Ziel Aufenthalt im Pensionsbetrieb

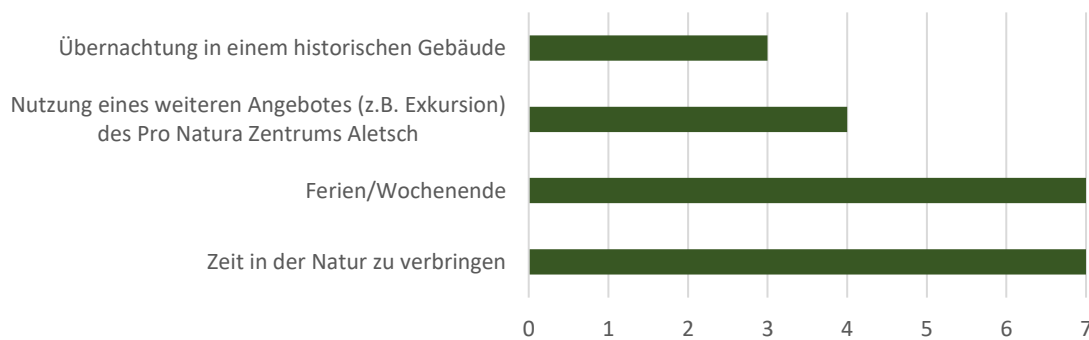


Abbildung 17: Ziel eines Aufenthaltes im Pensionsbetrieb des PNZA (eigene Darstellung, 2022)

Beim Tee-Salon und dem Informations- und Vermittlungsraum (IVR) sollten die Befragten angeben, wie sie vom jeweiligen Angebot erfahren haben. Die Antworten sind hierbei etwas unterschiedlich. Für den Besuch des IVR entschieden sich die Befragten grösstenteils, weil sie zufällig vorbeikamen oder vor Ort darauf aufmerksam wurden (Vergleich Abbildung 18). Wobei sich diese zwei Aussagen nicht ausschliessen.

Wie haben sie vom IVR erfahren?

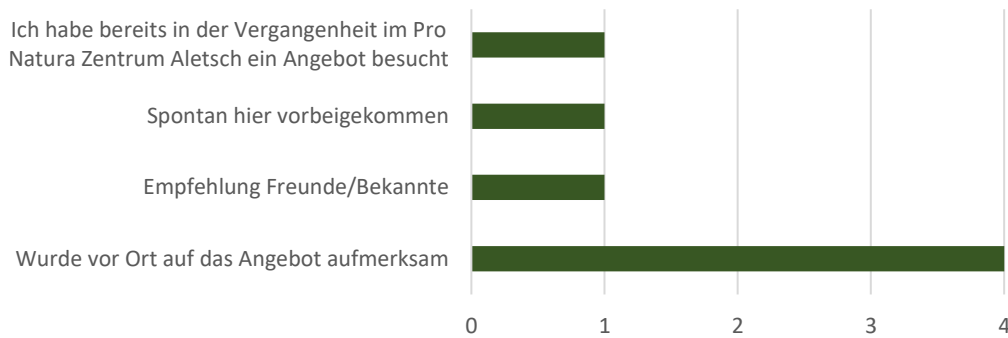


Abbildung 18: Grund für den Besuch des IVR's (eigene Darstellung, 2022)

Der Tee-Salon hingegen wurde fast von der Hälfte der Besuchenden (7 von 18) besucht, weil sie schon in der Vergangenheit da waren. Vier Personen kamen auf Empfehlung von Bekannten in den Tee-Salon und drei durch zufälliges Vorbeilaufen. Details sind der Abbildung 19 auf der nachfolgenden Seite zu entnehmen.

Woher ist das Angebot des Tee-Salons bekannt?

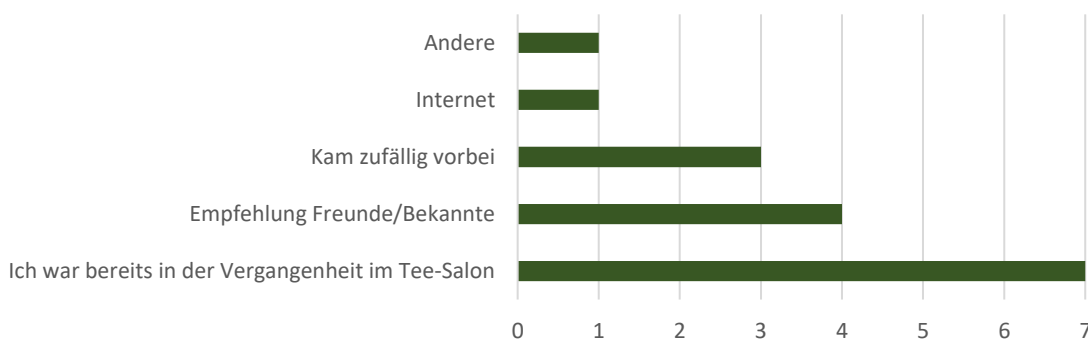


Abbildung 19: Grund für den Besuch des Tee-Salons (eigene Darstellung, 2022)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Naturbezug eine wichtige Rolle für den Besuch der Angebote des Pro Natura Zentrums ist. Als nächstes wird ein Blick darauf geworfen, was von den Erlebnissen im Umweltbildungszentrum hängen bleibt.

Wirkung

Die Abbildung 20 zeigt eindeutig auf, dass an erster Stelle «Naturwissenschaftliches Fachwissen» bei den Exkursionen für Gruppen und den Erlebnisangeboten vermittelt wird. Bei dieser Frage konnten die Teilnehmenden nur eine Antwort wählen.

Was haben sie gelernt / nehmen sie mit?

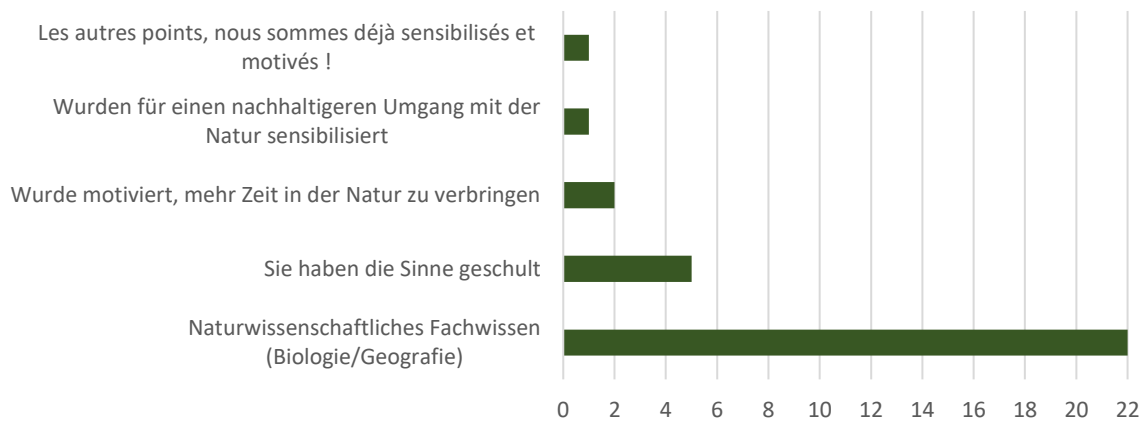


Abbildung 20: Kompetenzerwerb bei Exkursionen für Gruppen und Erlebnisangeboten (eigene Darstellung, 2022)

Dieselbe Frage wurde Feriengästen gestellt, die eine Exkursion besucht haben. Hier war es möglich mehrere Antwortmöglichkeiten zu wählen. Auf der Abbildung 21 zeigt sich, dass auch da am häufigsten «Naturwissenschaftliches Fachwissen» genannt wurde. Am zweitmeisten steht die Motivation mehr Zeit in der Natur zu verbringen. Gefolgt von dem Wissen über die Geschichte der Region sowie der Villa Cassel und die Schulung der Sinne.

Was haben sie gelernt / nehmen sie mit?

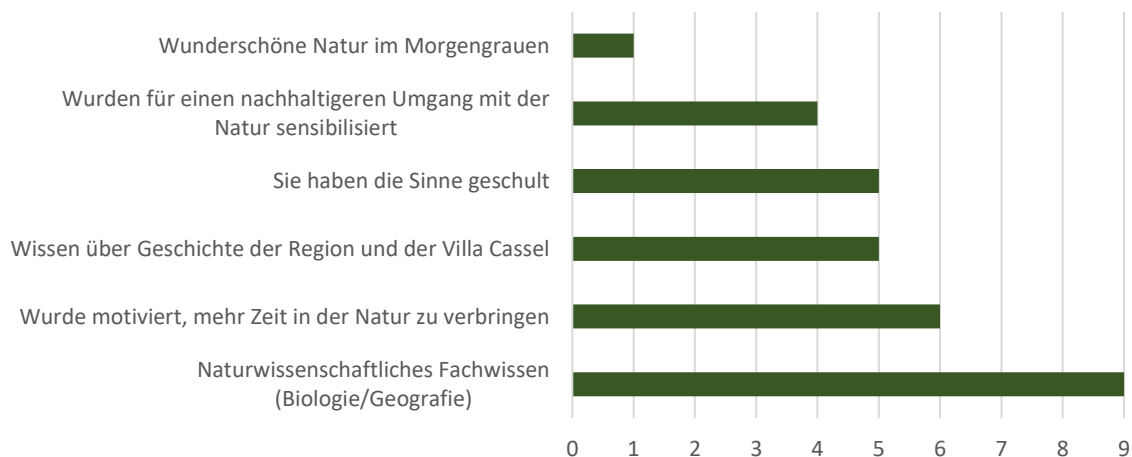


Abbildung 21: Kompetenzerwerb bei Feriengastexkursionen (eigene Darstellung, 2022)

Die Abbildung 22 zeigt die Wichtigkeit von spezifischen Aspekten vom Zentrum auf. Die nachhaltige Betriebsphilosophie wird fast ausschliesslich mit vier oder fünf von fünf möglichen Punkten bewertet. Von den 22 Befragten empfinden 18 die regionale und saisonale Küche als sehr wichtig, was sich mit den Aussagen über die nachhaltige Betriebsphilosophie deckt.

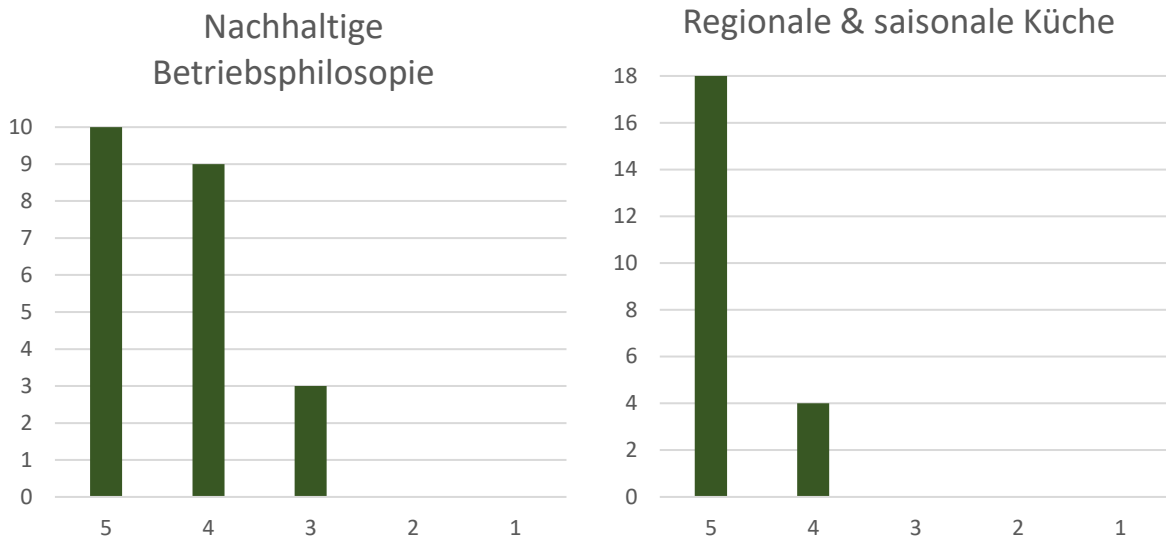


Abbildung 22: Relevanz nachhaltige Betriebsphilosophie / regionale & saisonale Küche (eigene Darstellung, 2022)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass bei den Besuchenden des Zentrums nachhaltigkeitsaffine Tendenzen vorhanden sind. Die Rückmeldungen zeigen, dass ein Bewusstsein für die Wichtigkeit von Anstrengungen im Nachhaltigkeitsbereich vorherrscht.

Die Gäste des Informations- und Vermittlungsraums (IVR) konnten angeben, ob sie eine Verhaltensänderung nach dem Besuch der Ausstellung zugunsten der Natur vornehmen. Die Ergebnisse der sieben Rückmeldungen zeigen (Abbildung 23), dass ungefähr die Hälfte sich eine Verhaltensänderung vornimmt. Die andere Hälfte gibt an, bereits umweltbewusst zu leben.

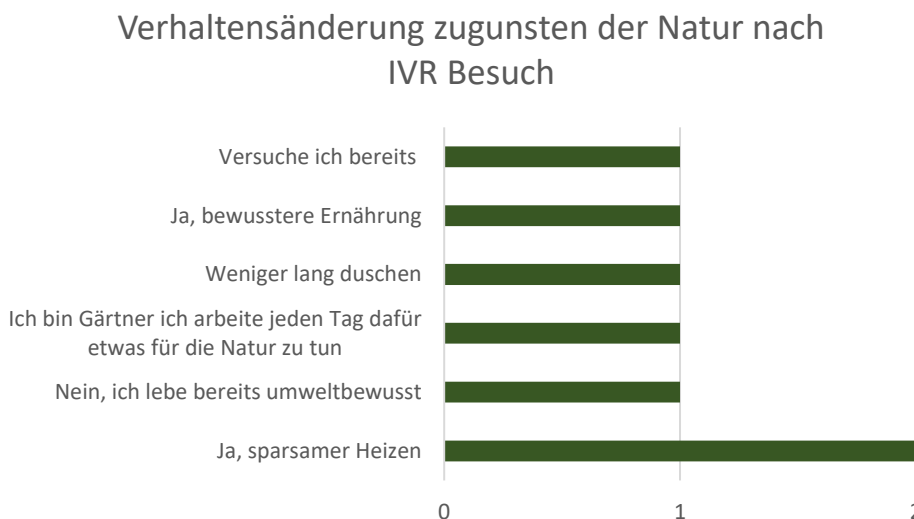


Abbildung 23: Mögliche Verhaltensänderung nach IVR Besuch (eigene Darstellung, 2022)

Die Gäste im Tee-Salon wurden gefragt, ob ihnen bewusst ist, dass der Restaurationsbetrieb zu einem Pro Natura Zentrum gehört. Zu einem grossen Teil, war es den Besuchenden bereits bewusst oder es ist ihnen während dem Besuch aufgefallen (Abbildung 24). Lediglich eine Person gab an, sich dieser Tatsache nicht bewusst zu sein. Dies lässt darauf schliessen, dass die Sichtbarkeit der Umweltbildungsorganisation vor Ort gegeben ist.

Sichtbarkeit Pro Natura im Tee-Salon

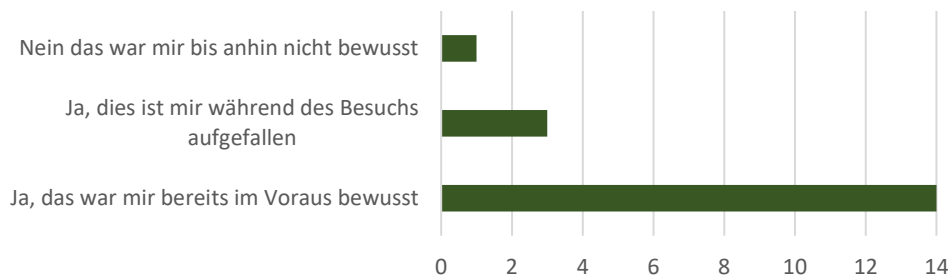


Abbildung 24: Sichtbarkeit von Pro Natura im Tee-Salon (eigene Darstellung, 2022)

Die Umfrage ist nicht repräsentativ für alle Besuchenden des Umweltbildungszentrums, dafür liegen zu wenig Rückmeldungen vor. Dennoch lassen sich einige Tendenzen feststellen. Es fällt auf, dass Besuchende von Umweltbildungsangeboten vorwiegend naturwissenschaftliches Fachwissen mitnehmen. Das Naturerlebnis und der Wissenserwerb zur Aletschregion sind häufig genannte Gründe zur Nutzung des Angebots. Die Mehrheit der Besuchenden des Pensionsbetriebs gibt an, dass ihnen die nachhaltige Betriebsphilosophie und die regionale sowie saisonale Küche wichtig sind. Das lässt darauf schliessen, dass sie nachhaltigkeitsaffin sind. Der Informations- und Vermittlungsraum animiert zu nachhaltigen Verhaltensänderungen. Inwieweit diese im Alltag umgesetzt werden, kann jedoch nicht gesagt werden. Der Tee-Salon und der Pensionsbetrieb erschliessen neben den Umweltbildungsangeboten weitere Kundengruppen. Dabei scheint die Sichtbarkeit von Pro Natura gewährleistet.

5.3 Ergebnisse Nachhaltigkeitsworkshop

Die Resultate des Nachhaltigkeitsworkshops bilden die von der Zentrumsleitung gemeinsam in Worte gefassten Ziele, Wünsche und Bedürfnisse für die Nachhaltigkeit des Naturschutz-zentrums ab. Die Workshopdokumentation ist im elektronischen Anhang 6 abgelegt.

In der Tabelle 29 sind die Stärken und Schwächen des Umweltbildungszentrums im Bereich Nachhaltigkeit hervorgehoben. Diese wurden besprochen, nachdem die Nachhaltigkeitsbewertung analysiert wurde.

Tabelle 29: Auflistung von Stärken und Schwächen des PNZA im Rahmen des Workshops

Stärken	Schwächen
Arbeitsbedingungen	Kommunikationsstrategie in Bezug auf Nachhaltigkeit
Ort mit Ausstrahlung (Natur der Umgebung, Villa Cassel)	Nachhaltigkeitsstrategie (Strategie, Evaluation)
Mitarbeitende mit Interesse an Natur, Nachhaltigkeit, Bildung	Regionale Verankerung der Umweltbildung
Bewusster Umgang mit Energie (es besteht jedoch noch Luft nach oben)	Etablierung neuer Angebote
Bewusstsein für Regionalität bei Produkten (Shop, Pension) vorhanden	Schulung Mitarbeitende in Bezug auf Nachhaltigkeit, Umgang mit Ressourcen etc.
Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensmittel	

Ein Grossteil der Arbeit im Rahmen des Nachhaltigkeitsworkshop ist in der Abbildung 25 ersichtlich. Dabei wurde bei der Vision sowie der Nachhaltigkeitsziele grossen Wert auf die passende Formulierung gelegt. Die zu Beginn definierten Bereiche des Nachhaltigkeitsverständnisses (in schwarz) sollten mit den Zielen abgedeckt werden.

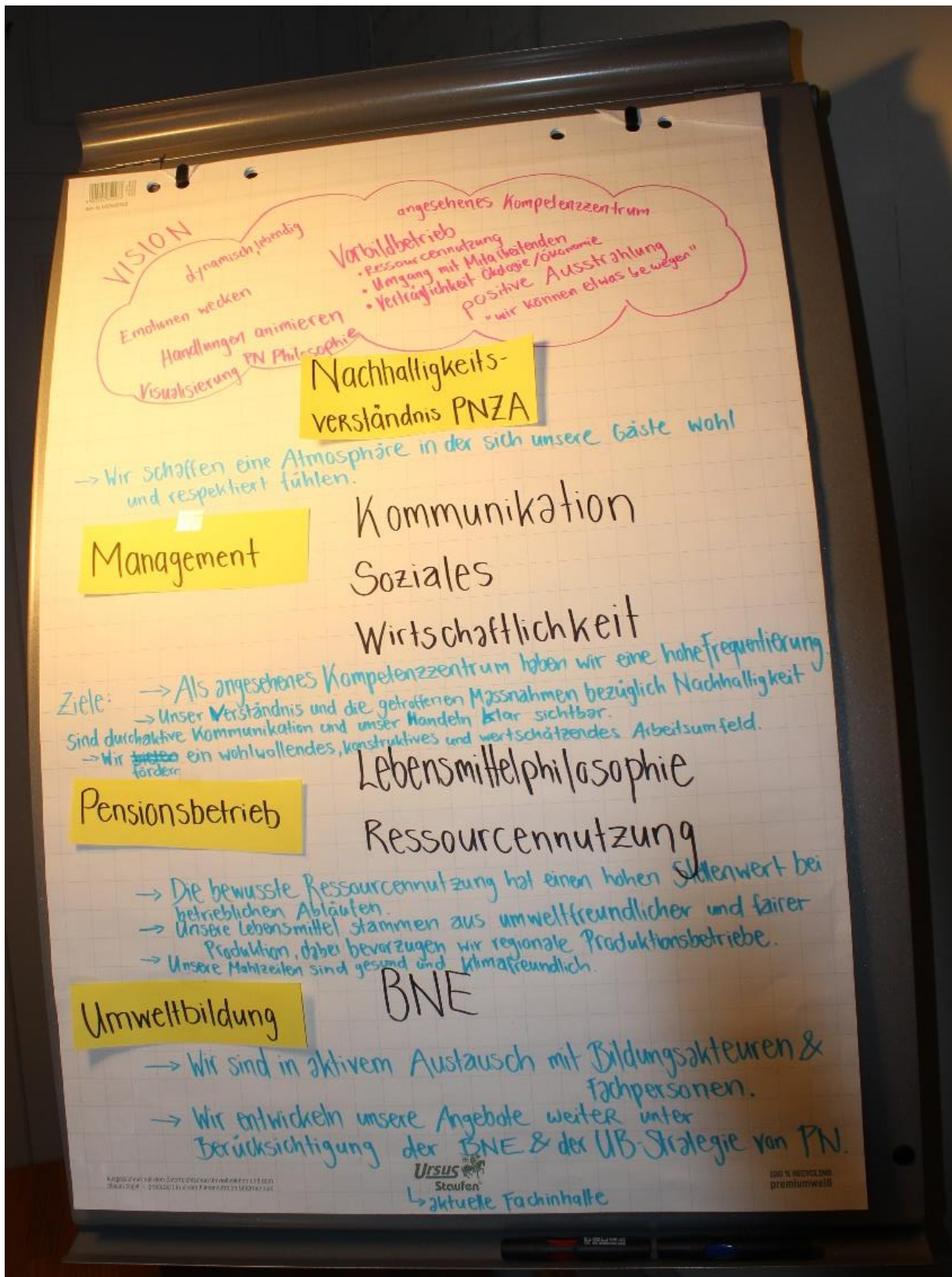


Abbildung 25: Vision, Nachhaltigkeitsverständnis und Nachhaltigkeitsziele vom PNZA

Im Anschluss an die Ausarbeitung der Nachhaltigkeitsziele wurden Massnahmen definiert, die zur Erreichung der Ziele beitragen (Tabelle 30). Es ist ersichtlich, dass dabei nicht alle Punkte als Massnahme formuliert wurden, sondern teilweise als Zielzustand. Dennoch wurde festgehalten, was in Zukunft verändert werden soll.

Tabelle 30: Umsetzungsplan mit definierten Massnahmen für den Nachhaltigkeitsprozess

		Umsetzungsplan		
		Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig
Kurzfristig		Wir leben vor und kommunizieren die Wichtigkeit eines freundlichen und respektvollen Umgangs mit den Gästen.	Schulung Mitarbeitende in Bezug auf Nachhaltigkeit, Umgang mit Ressourcen etc. - Definition der Punkte im nachhaltigen Umgang mit Ressourcen - Schulung planen und umsetzen - Zielpublikum bestimmen	Anpassung der LP-Information zur Planung des Aufenthalts im PNZA (z.B. Tupper-Box, Schlafsack etc.).
		Evaluation der Massnahmen als fester Bestandteil der Monatssitzung und dem Saison Rückblick im Winter.	Wir evaluieren unsere Bildungsangebote und formulieren Entwicklungsziele (Coaching). Definition / Überprüfung der Ernährungsphilosophie → Klimafreundlichkeit (Fleisch / Vegi) Stetiges Überprüfen der bestehenden Produktionsbetriebe und Potenzial für neue Betriebe angehen. - Kontakt zu regionalen Produzenten und Austausch pflegen (auch Shop!) - Vernetzen mit Betrieben für potenzielle zentrale Beschaffung von Bioprodukten im Oberwallis	Label überprüfen bezüglich Küche / Lebensmittel.
		Kommunikationsstrategie in Bezug auf Information zur Nachhaltigkeit.	Wir pflegen eine aktive Feedbackkultur und setzen bei Bedarf Massnahmen um.	
Mittelfristig		Unsere Gäste können sich im Zentrum einfach und selbstständig orientieren (Einfädeln, Signaletik).	Regionale Beziehungen überprüfen (Wie, welche pflegen?) und neue Beziehungen knüpfen.	
		Detaillierte Ausformulierung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.		
Langfristig		Ist-Zustand des Betriebes / Gast bezüglich Ressourcen-Nutzung darstellen / evaluieren		

Der Nachhaltigkeitsworkshop hat eine Grundlage für den weiteren Nachhaltigkeitsprozess des Zentrums gelegt. Die gemeinsame Vision für die Zukunft des Betriebs und die definierten Nachhaltigkeitsziele bieten wichtige Anknüpfungspunkte für weitere Umsetzungen im Nachhaltigkeitsmanagement. Mit den Massnahmen liegen bereits konkrete Handlungen vor, die zur Weiterentwicklung des Zentrums im Bereich Nachhaltigkeit beitragen.

6 Handlungsempfehlungen

Das Ziel der Handlungsempfehlungen im folgenden Kapitel ist, die Nachhaltigkeit des Pro Natura Zentrum Aletsch in den Kategorien Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt zu optimieren und das vorhandene Potenzial weiter auszuschöpfen. Der Fokus liegt auf Massnahmen, die für das Zentrum realistischerweise umsetzbar sind. Dazu wurden Handlungsempfehlungen in Form eines Massnahmenplans ausgearbeitet.

6.1 Massnahmenplan

Für den Massnahmenplan wurden 53 Massnahmen in den Bereichen Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt ausgearbeitet. Nachfolgend sind die Massnahmen auf den Tabellen 31 bis 34 ersichtlich. Die Priorität der empfohlenen Massnahmen ist durch den Farbton gekennzeichnet. Dunkelgrün bedeutet «Hohe Priorität», mittelgrün bedeutet «Mittlere Priorität» und hellgrün bedeutet «Tiefe Priorität».

Wie die Tabelle 31 zeigt, sind im Bereich Management mit 24 die meisten Massnahmen definiert. Gleichzeitig ist die Dichte an Massnahmen mit der Bezeichnung «Hohe Priorität» am höchsten. Dies ist einerseits darauf zurückzuführen, dass das Management einen Einfluss auf alle Massnahmen in den Bereichen Wirtschaft, Soziales und Umwelt hat, wie Weber und Taufer (2016) ausführen. Zudem ist das Nachhaltigkeitsmanagement spezifisch für das Pro Natura Zentrum Aletsch ein Bereich, der ein hohes Optimierungspotenzial aufweist. Im Kapitel 6.2 *Nachhaltigkeitsmanagement* sind die zentralen Punkte, bei denen angesetzt werden kann, ausführlich beschrieben.

Tabelle 31: Massnahmen im Bereich Management

Unterthema	Massnahme	
Management	Nachhaltigkeitsstrategie	Nachhaltigkeitsstrategie festhalten und ausformulieren
		Nachhaltigkeitsverständnis für den Betrieb definieren
		Thema Nachhaltigkeit bewusst in die Agenda aufnehmen (z.B. 2x jährliche Sitzung zur Besprechung der Massnahmen)
		Jährliche Nachhaltigkeitsziele festlegen und Massnahmen dafür definieren
		Evaluation der Massnahmen als fester Bestandteil der Monatssitzung und des Saison-Rückblicks im Winter
	Nachhaltigkeitsmanagement	Verbindliche Kriterien für die Nachhaltigkeitsumsetzung (z.B. «bewusster Umgang mit Energie») im Betrieb festlegen
		Mitarbeitenden-Schulung in Bezug auf Nachhaltigkeit planen und umsetzen
		Abklärung möglicher Labels bezüglich Lebensmittel und Küche
	Kommunikationskonzept	Kommunikationskonzept ausarbeiten
		Einheitliche Gestaltung und Umsetzung der Informations- und Hinweisschilder im PNZA (Signaletik, Orientierung)
		Social-Media-Kanal erstellen und bewirtschaften
		Prüfung des Potenzials von Nudges in der Kommunikation
	Integration von Storytelling in der Nachhaltigkeitskommunikation	
Gästeinformation über Nachhaltigkeit	Reiter zum Thema Nachhaltigkeit auf der Webseite einfügen	
	Informationsblatt über Nachhaltigkeit in Zimmern und an der Infothek	
	Durchgehende Deklaration über die Herkunft der Lebensmittel	
	Den Gästen ihre persönliche Selbstwirksamkeit aufzeigen	

	Informationsblatt für Lehrpersonen zur Planung des Aufenthalts im PNZA anpassen (z.B. Tupperware mitbringen, Schlafsack etc.)
Einbezug der Anspruchsgruppen	Regionale Beziehungen bewusst pflegen und nach Bedarf ausbauen
Umweltbildung	Aktuelle Bildungsangebote evaluieren und Entwicklungsziele festlegen
	Nachhaltiges Handeln der Gäste durch geeignete Methoden und Interventionen fördern
	Neue Angebote wirkungsorientiert konzipieren (IOOI-Modell)
Pionierarbeit nach ausseren	Austausch und Kontakt mit anderen Leistungsträger:innen in der Region ausbauen und fördern
	Netzwerktreffen für Tourismusakteur:innen organisieren mit dem Thema «Nachhaltigkeit im Betrieb»

Für den Bereich Wirtschaft wurden sieben Massnahmen formuliert (Tabelle 32). Hierbei soll insbesondere die «Stärkung der regionalen Wirtschaft» mit gezielten Massnahmen gefördert werden.

Tabelle 32: Massnahmen im Bereich Wirtschaft

	Unterthema	Massnahme
Wirtschaft	Stärkung der regionalen Wirtschaft	Bestehende Produktionsbetriebe und Potenzial für neue Betriebe prüfen (Regionalität, Produktionsbedingungen etc.)
		Vernetzung mit Betrieben für die potentielle zentrale Beschaffung von biologischen Produkten aus dem Wallis
		Kontakt und Austausch zu regionalen Produzent:innen ausbauen und pflegen (Pensionsbetrieb sowie Shop)
		Regionalität im Shop erhöhen (Potenzial ausschöpfen)
	Kundennutzen	Prüfen, ob es Potenzial für neue Angebote gibt aufgrund von Trends, Kundennachfrage etc.
	Wirtschaftlichkeit	Auslastung erhöhen durch Nutzung der Mehrbettzimmer von mehreren Parteien

Im Bereich Soziales wurden acht Massnahmen definiert (Tabelle 33). Damit soll die soziale Nachhaltigkeit im Pro Natura Zentrum Aletsch breit abgestützt werden.

Tabelle 33: Massnahmen im Bereich Soziales

	Unterthema	Massnahme
Soziales	Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse	Barrierefreiheit der Webseite überprüfen und umsetzen
		Massnahmen zur Inklusion von Menschen mit Sehbehinderung und/oder Hörbehinderung umsetzen
		Online-Zugang von Umweltbildungsangeboten anbieten, für Menschen, die aufgrund körperlicher Voraussetzung nicht in die Villa Cassel kommen können
	Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden	Partizipation der Mitarbeitenden fördern
	Pflege der lokalen Kultur	An der Infothek auf aktuelle Veranstaltungen in der Aletschregion hinweisen
		Austauschmöglichkeiten für Gäste und Einheimische fördern (z.B. im Rahmen der Events: Casselfest, Herbstbrunch, Kultur trifft Wissenschaft)
	Soziale Nachhaltigkeit	Aktive Feedbackkultur ausbauen und gegebenenfalls Massnahmen aufgrund der Rückmeldungen umsetzen
		Förderung der Diversität der Mitarbeitenden durch entsprechende Kommunikation in der Ausschreibung

Im Bereich Umwelt gehören 13 von 15 Massnahmen zur «Hohen» oder «Mittleren Priorität». Damit bieten die vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen hohes Potenzial zur Erhöhung der Nachhaltigkeit im Zentrum. Der Nachhaltigkeitsprozess im Bereich Ökologie kann durch gezielte Umsetzungen wie beispielsweise «Kriterien für den Umgang mit Ressourcen einführen» optimiert werden.

Tabelle 34: Massnahmen im Bereich Umwelt

Unterthema	Massnahme	
Umwelt	Bewusster Umgang mit Energie	Sensibilisierung der Mitarbeitenden auf den Energieverbrauch im Betrieb und wo wichtige Einsparmöglichkeiten liegen
		Abfallkonzept für Gäste erstellen (Trennmöglichkeit sowie Kommunikation der Kosten für die Entsorgung und Hinweis zum selbst ins Tal zurückbringen)
	Umweltschonende Mobilität	SBB-Fahrplan auf Webseite verlinken
		Anreize für nachhaltiges Mobilitätsverhalten schaffen (vor allem Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln)
		Interne Mobilität komplett ohne CO ₂ -Emissionen
	Schonung von Natur, Landschaft und Umweltressourcen	Ist-Zustand des Betriebs in Bezug auf Ressourcennutzung darstellen
		Natureinsätze und Biodiversitätsfördermassnahmen mit Gästen sowie Akteur:innen vor Ort organisieren
		Klimafreundliche Ernährung definieren, umsetzen und nach aussen kommunizieren
		Anteil an vegetarischen Gerichten erhöhen
		Wildkräuter- und Beeren in Küche integrieren
		Kriterien für den Umgang mit Ressourcen einführen (z.B. Druck, Verpackungsmaterial etc.)
		Klare Richtlinien für die Nutzung der Reinigungsmittel einführen (Sensibilisierung Mitarbeitende)
		Kurse zur nachhaltigen Nutzung von Wildkräutern anbieten
	Wasserverbrauch kontrollieren und Massnahmen zur Reduktion prüfen	
	Potenzial für geschlossene Kreisläufe im PNZA analysieren und umsetzen	

Die Excel-Datei des Massnahmenplans ist im elektronischen Anhang 5 zu finden. In den anschliessenden Kapiteln 6.2 *Nachhaltigkeitsmanagement* bis 6.4 *Betriebsinterne Nachhaltigkeit* sind Massnahmen, die mehr Erläuterung bedürfen, detailliert beschrieben. Andere sind ausschliesslich im Massnahmenplan aufgeführt, da sie als selbsterklärend angesehen werden. Für die Erläuterungen wurden die Handlungsfelder Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitskommunikation und betriebsinterne Nachhaltigkeit definiert.

6.2 Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeitsstrategie festhalten und ausformulieren

Ein erster Schritt, um mehr Strategie in den Nachhaltigkeitsprozess zu bringen, ist das Nachhaltigkeitsverständnis spezifisch für das Pro Natura Zentrum Aletsch zu definieren. Einerseits geht es darum eine übergreifende Nachhaltigkeitsdefinition für das gesamte Zentrum auszuarbeiten und andererseits klare Richtlinien für die einzelnen Bereiche (Umweltbildung, Pensionsbetrieb, Management) innerhalb des Zentrums festzulegen. Die Grundlage dafür legt ein Nachhaltigkeitsworkshop, der im Rahmen der vorliegenden Bachelorarbeit durchgeführt wurde.

Die Festlegung eines Nachhaltigkeitsverständnisses und spezifischer Richtlinien für die Zentrumsbereiche soll es ermöglichen eine Systematik in dieser Thematik zu schaffen. Dieses Vorgehen hilft zudem die wichtigen Punkte klar an die Mitarbeitenden sowie die Gäste weitergeben zu können. Es bietet sich an, das Leitbild auszubauen und darin die zentralen Punkte für das Zentrum festzuhalten.

Es wird als sinnvoll angesehen, dass die Personen in der Zentrumsleitung sich in ihrem jeweiligen Bereich um die Nachhaltigkeit kümmern. Anstelle einer einzigen Person, die für das ganze Zentrum zuständig ist. Dennoch ist es zentral, den Nachhaltigkeitsprozess strategisch aufzugleisen und wichtige Anliegen gemeinsam zu erarbeiten. Daher wird empfohlen zweimal jährlich eine grössere Sitzung durchzuführen, die sich ausschliesslich mit der Nachhaltigkeit im Betrieb beschäftigt. Eine Sitzung Ende November / Anfang Dezember und eine direkt nach der Sommersaison. Die Sitzung am Ende des Jahres kann dazu genutzt werden, spezifische Massnahmen zur Erfüllung der Nachhaltigkeitsziele zu besprechen und für die nächste Saison festzulegen. Diese werden anschliessend ausgearbeitet, verfolgt und umgesetzt. In der Sitzung nach der Sommersaison können die Ergebnisse evaluiert und ausgewertet werden.

Dabei kann zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Massnahmen unterschieden werden. Kurzfristige Massnahmen können in einem Jahr respektive einer Saison umgesetzt werden. Mittelfristige Massnahmen laufen über einen Zeitraum von 1-3 Jahren. Langfristige Massnahmen sehen einen Umsetzungszeitraum von 3-6 Jahren vor.

Ein zentraler Aspekt für die effektive Umsetzung der Massnahmen ist die Verpflichtung der Zentrumsleitung. Daher ist es wichtig den Nachhaltigkeitsprozess regelmässig in den internen Sitzungen zu thematisieren und zu überprüfen, wie die Verwirklichung der Massnahmen voranschreitet.

Schulung der Mitarbeitenden

Die Mitarbeitenden können die Nachhaltigkeit im Betrieb mit ihrem Verhalten entscheidend beeinflussen. Dies im Hinblick auf ihre ausgeführten Arbeitsschritte sowie mit dem Kontakt und Austausch mit den Gästen. Daher ist es zentral, dass alle, die im Zentrum arbeiten, in Bezug auf Nachhaltigkeit umfassend informiert und eingewiesen sind. Einerseits sollen sie über die Philosophie des Zentrums Bescheid wissen und sie implementieren, damit sie das an die Gäste weitergeben können. Andererseits sind verbindliche Vorgaben und Richtlinien für die betriebsinternen Arbeitsschritte zentral.

Im Buch *Nachhaltigkeit in Unternehmen* weist Osranek (2016, S. 327) darauf hin, dass es wichtig ist, den Begriff Nachhaltigkeit für die Mitarbeitenden eines Unternehmens zu «übersetzen», damit ein komplexes Thema eingänglicher vermittelt werden kann, was zu einer Förderung von nachhaltigem Verhalten führt. Wichtig ist ein Einbezug der sozialen, ökonomischen sowie ökologischen Nachhaltigkeit und die Vermittlung interner Werte. Konkrete Bereiche im Zentrum sind hierbei unter anderem der Shop, der Lebensmitteleinkauf, die Nutzung der Reinigungsmittel, die Nutzung von Drucker und Papier, die Abfalltrennung, das Wäsche waschen, der Umgang mit den Gästen und im Team, der Energieverbrauch und Foodwaste. Es handelt sich um Handlungen im persönlichen Alltag sowie im Arbeitsumfeld. Zudem sollte thematisiert werden, aus welchem Grund nachhaltiges Handeln zentral und ein Anliegen von Pro Natura ist.

Hierfür bietet sich eine Schulung der Mitarbeitenden in Form eines Workshops zu Beginn der Sommersaison an. Dieser kann im Rahmen der Ausbildungstage in den ersten zwei Wochen durchgeführt werden. Er sollte jedoch nicht zu früh stattfinden, damit die Mitarbeitenden im Vorfeld den Betrieb und seine Abläufe kennenlernen können. Bei dem Workshop sollen alle Mitarbeitenden der aktuellen Saison sowie bestenfalls auch die Aushilfen teilnehmen.

Evaluation der Umweltbildungsangebote

Damit sinnvolle Veränderungen und Verbesserungen vorgenommen werden können, ist es wichtig zu wissen, wo die Angebote momentan stehen. Einerseits geht es darum, die Zufriedenheit der Gäste zu erheben, damit die Angebote auf ihre Bedürfnisse angepasst werden können. Andererseits soll die Wirkung herausgefunden werden, die die Angebote auf die Gäste haben. Somit kann geklärt werden, ob es eine Übereinstimmung gibt mit der angestrebten und der effektiv erzielten Wirkung.

Wie in den Grundlagen im Kapitel 4.3.3 *Evaluation von Umweltbildungsangeboten* beschrieben, ist es eine Herausforderung zu messen, was ein Angebot konkret bewirkt. Um den Aufwand in einem angemessenen Rahmen zu halten, wird empfohlen weiterhin eine Umfrage durchzuführen. Der Auswahl an Fragen und Antwortformen kommt dabei eine zentrale Rolle zu, da diese entscheidend dazu beitragen, wie nützlich eine Umfrageauswertung ist. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Verbreitung der Umfrage, damit eine möglichst hohe Rücklaufquote erreicht wird.

Wirkungsorientierung bei Entwicklung neuer Umweltbildungsangebote

Für die Entwicklung von neuen Angeboten bietet es sich an, diese wirkungsorientiert zu konzipieren. Dafür kann ein IOOI-Modell erstellt werden, wie im Kapitel 4.3.2 *Umweltbildung mit Wirkung* beschrieben. Bei der Wirkungsorientierung ist ein zentraler Aspekt, dass zu Beginn definiert wird, was erreicht werden soll. Anschliessend werden daran aufbauend die Inhalte und Methoden festgelegt (Wilhelm & Müller, 2017).

Für die Ausarbeitung kann beispielsweise die Arbeitshilfe *Umweltbildung mit Wirkung* von Sandra Wilhelm und Urs Müller konsultiert werden. Zudem gibt es auf der Webseite <https://projekte-mit-wirkung.ch/> einen Online-Leitfaden der Stiftung Mercator Schweiz.

6.3 Nachhaltigkeitskommunikation

Kommunikation ist ein zentrales Mittel zur Erreichung der Gäste und der Vermittlung der Betriebsphilosophie. Es hat sich herausgestellt, dass in allen Nachhaltigkeitsdimensionen bereits hohe Anstrengungen durch das Zentrum unternommen werden. Jedoch sind nicht alle Informationen für die Gäste und Besuchenden ersichtlich oder zugänglich. Daher wird ein Ausbau der Nachhaltigkeitskommunikation als zentrale Massnahme empfohlen. Die gelebte Nachhaltigkeit kann dadurch Sichtbarkeit erlangen und die Besuchenden erleben einen authentischen Aufenthalt in der Villa Cassel. Zudem kann dadurch die Sensibilisierung der Gäste für ressourcenfreundliche Verhaltensweisen erhöht werden.

Kommunikationskonzept

Um mehr Systematik in die Nachhaltigkeitskommunikation zu bringen, ist es sinnvoll zu Beginn ein übergreifendes Kommunikationskonzept zu erstellen. Damit wird gewährleistet, dass zukünftige Umsetzungen aufeinander abgestimmt sind und die Kommunikation mit einem einheitlichen Corporate Design (Unternehmens-Erscheinungsbild) vorgenommen wird. Denn ein vorschnelles Umsetzen von Kommunikationsprojekten kann dazu führen, dass Massnahmen geplant werden, ohne zu Beginn die Ausgangslage oder weitere Umsetzungsmöglichkeiten in Betracht zu ziehen (Müller, Bättig-Frey, & Koch, 2021).

Dazu gehört auch, wie die Kommunikation in der Infrastruktur umgesetzt wird, zum Beispiel mit Informations- und Hinweisschildern (Orientierung und Signaletik). Hierbei sind ein ansprechendes und schlichtes Design zentral. Es soll einerseits seinen Zweck, die Informationsvermittlung, erfüllen, aber andererseits auch optisch einladend aussehen.

Integration von Storytelling in der Nachhaltigkeitskommunikation

Es wird empfohlen Storytelling als ein Instrument ins Kommunikationskonzept aufzunehmen. Der Ansatz kann bei der Nachhaltigkeitskommunikation sowie Informationsvermittlung auf den Exkursionen, Führungen und Erlebnisangeboten eingesetzt und ausgebaut werden. Weiterführende Informationen zu der Thematik sind im Buch *Nachhaltigkeit erzählen – Durch Storytelling besser kommunizieren?* von Fischer et. al (2021) zu finden.

Über Nachhaltigkeit im Internet informieren

Mit der Webseite verfügt das Pro Natura Zentrum Aletsch über einen soliden Onlineauftritt. Dieser sollte vermehrt zur Vermittlung der Nachhaltigkeitsphilosophie genutzt werden. Bisher spielt das Thema Nachhaltigkeit nur am Rande eine Rolle. Daher wird empfohlen auf der Webseite einen eigenen Reiter zum Thema Nachhaltigkeit einzurichten. Auf diesem kann das Nachhaltigkeitsmanagement und die Philosophie des Zentrums beschrieben werden. Somit erfährt der Gast über die nachhaltigen Handlungen im Betrieb und weiss detailliert darüber Bescheid, worauf Wert gelegt wird.

Gleichzeitig bietet es sich an, den Onlineauftritt um einen Social-Media-Kanal zu erweitern, beispielsweise Facebook oder Instagram. Denn momentan besitzt das Pro Natura Zentrum Aletsch keinen eigenen Kanal und Veranstaltungen oder Informationen werden über den Kanal von Pro Natura verbreitet. Das würde dem Zentrum erlauben neue Kundengruppen zu erschliessen und einen Blick hinter die Kulissen des Zentrums zu gewähren. Es bietet die Möglichkeit spezifisch aus dem Alltag vom Pro Natura Zentrum Aletsch zu berichten und einen regionalen Bezug zu schaffen. Dabei kann beispielsweise eine wöchentliche Nachhaltigkeitsreihe ausgearbeitet werden. Hierfür ist es wichtig, dass sich jemand Zeit nehmen kann, regelmässig Content hochzuladen, der unterhaltsam und hochwertig ist, dadurch wird die Reichweite erhöht. Ein Austausch mit dem Pro Natura Zentrum Champ-Pittet bietet sich an, damit sie von ihren Erfahrungen mit dem Facebook-Kanal berichten können.

Informationsblatt in den Zimmern

Für die Gäste vor Ort sollte ein Informationsblatt erstellt werden, in dem die Nachhaltigkeit aufgegriffen wird. Hierfür wird empfohlen das Nachhaltigkeitsmanagement sowie die Werte und die Philosophie des Zentrums aufzugreifen. Im Interview mit Séverine hat sich herausgestellt, dass ein Informationsblatt bereits in Planung ist (Interview mit S. Junghänel, Anhang 3). Ein wichtiger Teil davon soll eine Wegleitung für den Gast sein, wie er sich als nachhaltiger Gast verhalten kann. Das wird als sinnvoll angesehen, damit ein bewusster Fokus darauf gelegt wird, was man als Gast zur Nachhaltigkeit beitragen kann.

Das Informationsblatt kann in den Zimmern aufgelegt und zusätzlich am Empfang über einen QR-Code zugänglich gemacht werden. Ein ansprechendes Design und keine Überladung sind zentral, damit die Gäste die Informationen lesen.

Deklaration Lebensmittel

Die Herkunft der Lebensmittel ist momentan im Speisesaal nicht durchgehend ersichtlich. Im Bereich Kulinarik ist es für die Gäste interessant, einfach und schnell zu erfahren, woher die eingenommenen Speisen kommen. Gleichzeitig können traditionelle Gerichte benannt werden und ermöglichen so, neben der Verpflegung, den Genuss von einem Stück Kultur. Beim Frühstücksbuffet können konsequent kleine Schilder mit der Herkunft der Lebensmittel angebracht werden. Die bereits eingesetzte Methode der Tafeln mit Kreidestiften ist dafür passend. Beim Abendessen kann die Herkunft bei der Verkündung des Menus kurz thematisiert werden.

Zugleich kann dabei bewusst der Einsatz regionaler und biologischer Lebensmittel vermittelt werden. Dafür sind die Herkunfts-Tafeln im Speisesaal ein guter Anfang, diese könnten jedoch erneuert werden und es bietet sich an, den Standort zu überdenken. Momentan geht vor allem die Übersichtskarte hinter dem Kuchenbuffet unter.

Nachhaltiges Handeln der Gäste fördern

Die Umfrageergebnisse haben gezeigt, dass Gäste von den Exkursionen, Führungen und Erlebnisangeboten hauptsächlich naturwissenschaftliches Fachwissen mitnehmen. Ein Wirkungsziel vom Pro Natura Zentrum Aletsch ist jedoch, dass das Zentrum seine Leuchtturmwirkung entfaltet und Gäste zu ressourcenschonendem Handeln motiviert. Innerhalb der Villa Cassel kann dies mit der Ausstellung, dem Informationsblatt sowie den Informationen zu den Lebensmitteln umgesetzt werden.

Bei den Exkursionen, Führungen und Erlebnisangeboten liegt ein besonders hohes Potenzial, weil da mehr Zeit und Berührungspunkte mit den Gästen vorhanden sind. Es bietet sich an, Exkursionen mit geeigneten Spielen, Methoden und Interventionen zu ergänzen, damit das nachhaltige Handeln der Gäste gezielt gefördert wird. Hamann, Baumann und Löschinger (2016) betonen, dass das Wissen über Umweltprobleme eine gute Voraussetzung und die Grundlage für die Begründung, jedoch nicht hinreichend für Verhaltensänderungen ist. Wichtige Aspekte sind die Stärkung der Selbstwirksamkeit und die Förderung des Verantwortungsgefühls.

Zudem können dafür neue Angebote genutzt werden und von Beginn an auf diese Wirkung hin ausgearbeitet werden, wie bereits in der Handlungsempfehlung *Wirkungsorientierung bei der Entwicklung neuer Angebote* beschrieben. Für die Ausarbeitung neuer Ansätze wird das Buch *Psychologie im Umweltschutz – Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns* von Hamann, Baumann und Löschinger (2016) empfohlen.

Anreize für nachhaltiges Mobilitätsverhalten schaffen

Um ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten der Gäste zu fördern, kann das Naturschutzzentrum Anreize dafür schaffen. Dies können beispielsweise Vergünstigungen auf Dienstleistungen im Zentrum sein, falls die Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln getätigt wird. Zudem besteht die Möglichkeit eine Zusammenarbeit mit der SBB anzustreben, damit ein Package für Anreise und Übernachtung angeboten werden kann.

Als einfacher erster Schritt kann auf der Webseite der SBB-Fahrplan verlinkt oder eingebaut werden. Es ist wichtig darauf zu achten, worauf die Gäste bei der Beschreibung der Anreise getrimmt werden, sodass ein Anstoss zu Gunsten des öffentlichen Verkehrs gemacht werden kann (Vergleich nächster Abschnitt).

Prüfung des Potenzials von Nudges in der Kommunikation

Für das Kommunikationskonzept wird empfohlen zu prüfen, in welchen Bereichen und welcher Form der Einsatz von Nudges zielführend ist, um die Gäste zu nachhaltigen Handlungen zu animieren. Als Hauptbereich für den Einsatz von Nudges wird das Verhalten der Gäste während ihrem Aufenthalt im Zentrum sowie ihrer Anreise angesehen. Es besteht jedoch auch das Potenzial Verhaltensänderungen für den Alltag anzustossen. Dafür bietet beispielsweise das Buch *Nudge – Wie man kluge Entscheidungen anstösst* von Thaler und Sunstein (2017) ausführliche Hintergrundliteratur.

6.4 Betriebsinterne Nachhaltigkeit

Auslastung erhöhen

Wie in der Nachhaltigkeitsbewertung beschrieben, ist die Auslastung des Pensionsbetriebs verhältnismässig hoch. Dass liegt vor allem an der hohen Zimmerauslastung. Daher macht es Sinn das zusätzliche Potenzial bei der Bettenauslastung zu nutzen und somit noch mehr Menschen einen Aufenthalt im Pro Natura Zentrum Aletsch zu ermöglichen. Das könnte durch eine Öffnung der Mehrbettzimmer für mehrere Parteien geschehen. Damit sich alle darüber bewusst sind, sollte dies klar auf der Webseite beschrieben sein. Eine Möglichkeit ist zudem ein Aufpreis für Gruppen, die das Mehrbettzimmer bewusst für sich allein buchen wollen, auch wenn sie die Bettenanzahl nicht ausfüllen. Des Weiteren bietet es sich an bei den Erlebnisangeboten ein Ersatzprogramm für Interessierte anzubieten, falls das ursprüngliche Angebot aufgrund der Wetterverhältnisse abgesagt werden muss. Ansonsten bleiben die Zimmer bei einer Absage oft leer.

Soziale Nachhaltigkeit

Die soziale Dimension wird in der Nachhaltigkeitsdebatte häufig vernachlässigt, wie Brocchi (2019) betont. Wichtige Kriterien für die soziale Nachhaltigkeit sind unter anderem: Arbeitsbedingungen, Gleichberechtigung, Sozialleistungen für Angestellte sowie Aus- und Weiterbildungen, Chancengleichheit, Inklusion, Diversität und Sicherheit.

Daher wird eine Potenzialanalyse zur Förderung der sozialen Nachhaltigkeit im Pro Natura Zentrum Aletsch empfohlen. Dabei kann zum Beispiel untersucht werden, inwiefern die Inklusion erhöht werden kann. Ein weiterer Aspekt ist die Diversität in Bezug auf Mitarbeitende sowie Gäste. In der Kommunikation ist die leichte Sprache ein Thema. Für den Umweltbildungsbereich der Zugang zu der Ausstellung / den Inhalten für Menschen mit einer Seh- oder Hörbeeinträchtigung. Ein weiterer Aspekt ist die Transparenz im gesamten Betrieb.

Klimafreundliche Ernährung definieren, umsetzen und kommunizieren

Das Pro Natura Zentrum Aletsch legt bereits Wert auf eine regionale, biologische und menschenverträgliche Ernährung. Dennoch macht es, aufgrund der hohen Umweltbelastung der Ernährung (Schweizerische Eidgenossenschaft, 2018), Sinn, sich Zeit zu nehmen und spezifisch für das Naturschutzzentrum zu analysieren, welche Ernährung am klimafreundlichsten ist. Ein Ansatzpunkt ist beispielsweise die Ermittlung wie viel Fleischgerichte pro Woche umweltverträglich sind. Oder wie es mit der Klimabelastung durch den Konsum von Milchprodukten aussieht. Des Weiteren kann evaluiert werden, in welchem Ausmass die Bewirtschaftung eines eigenen Gartens auf einer Höhe von über 2000 m. ü. M. möglich ist. Ein anderer Aspekt ist die Nutzung von Wildkräutern und Beeren in der Zentrumsküche. Im Anschluss sollte die Ernährungsphilosophie in geeigneter Form an die Gäste vermittelt werden.

7 Diskussion

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse zusammengefasst und ermittelt, inwieweit die Fragestellungen beantwortet werden können. Zudem wird das Vorgehen kritisch hinterfragt und aufgezeigt, wo die Grenzen der vorliegenden Bachelorarbeit liegen.

Expert:innen-Interviews

Mithilfe der Expert:innen-Interviews konnten ausführliche Informationen über das Pro Natura Zentrum Aletsch, die Rolle vom Umweltbildungszentrum für Pro Natura und die Nachhaltigkeit vom Betrieb ermittelt werden. Da diese Informationen nicht durch eigene Recherche abgedeckt werden können, handelt es sich um das optimale Instrument.

Nachhaltigkeitsbewertung

Insgesamt lässt sich das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die angewandten Bemühungen in allen Nachhaltigkeitsdimensionen vom Zentrum als hoch und vorbildlich einstufen. Dies zeigen die guten Werte in der Nachhaltigkeitsbewertung, welche im Kapitel 5.1.2 *Nachhaltigkeitsbewertung* ersichtlich sind. Da es sich um ein Umweltbildungszentrum handelt, ist dieses Ergebnis nicht überraschend. Gerade im Bereich «Bewusster Umgang mit Energie» ist ein hohes Engagement ersichtlich, was unter anderem auf den Umbau im Sommer 2019 zurückzuführen ist. Des Weiteren können die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden, die individuelle Betreuung der Gäste, die Generierung von Wertschöpfung in der Region und der besondere Kundennutzen hervorgehoben werden.

Dennoch gibt es in allen untersuchten Bereichen ein Optimierungspotenzial. Dieses liegt vor allem in der Kategorie Management hoch. Mit den formulierten Handlungsempfehlungen soll das Potenzial vom Pro Natura Zentrum Aletsch weiter ausgeschöpft und die ganzheitliche Nachhaltigkeit erhöht werden.

Bei der Nachhaltigkeitsbewertung muss beachtet werden, dass die einzelnen Unterkriterien nicht gewichtet wurden und zudem pro im Netzdiagramm abgebildetem Kriterium unterschiedlich viele Unterkriterien zum Durchschnittswert beitragen. Daher ermöglicht das Netzdiagramm nur einen groben Überblick über die Nachhaltigkeit des Betriebs. Für eine spezifische Betrachtung der Situation müssen die Details angeschaut und interpretiert werden.

Dennoch wird die Nachhaltigkeitsbewertung im Rahmen dieser Bachelorarbeit als passendes Instrument angesehen. Die Kombination von Überblick über die Nachhaltigkeit durch das Diagramm und weiterführenden Informationen durch die detaillierte Beschreibung der einzelnen Unterkriterien erweist sich als zielführend.

Gästeumfrage

Grundsätzlich muss gesagt werden, dass aufgrund der niedrigen Stichprobengrösse lediglich Tendenzen aus den Rückmeldungen der Zentrumsbesuchenden abgeleitet werden können. Die Umfrage wurde deskriptiv ausgewertet und ist nicht repräsentativ für alle Besuchenden des Zentrums. Für den Betrieb des Pro Natura Zentrums Aletsch können daraus dennoch einige Rückschlüsse gezogen werden.

Es lässt sich feststellen, dass bei den Exkursionen und Erlebnisangeboten das Naturerlebnis und der Bezug zur Aletschregion wichtige Aspekte sind. Was die Gäste hauptsächlich mitnehmen ist naturwissenschaftliches Wissen. Aufgrund der Rückmeldungen scheint die Sensibilisierung für nachhaltiges Verhalten tief. Die Stärke vom Zentrum liegt daher beim Naturerlebnis. Die authentischen Exkursionen bieten den Gästen ein einmaliges Erlebnis.

Der Tee-Salon, der Pensionbetrieb und die Ausstellung bieten das Potenzial Kundensegmente zu informieren und animieren, die bei einem reinen Umweltbildungsangebot nicht vor Ort wären. Dennoch scheint die Mehrzahl der Menschen sich schon im Vorfeld mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt zu haben.

Die Gästenumfrage bietet grosses Verbesserungspotenzial. Da zu Beginn der Umfrage das genutzte Angebot gewählt werden musste und anschliessend unterschiedliche Fragebögen folgten, wurde die Anzahl Rückmeldungen pro Fragebogen stark reduziert. Somit wurde die Rücklaufquote von insgesamt 99 auf eins bis 22 je nach Angebot minimiert. Dadurch können keine konkreten Rückschlüsse aus den Ergebnissen gezogen werden.

Für die Bachelorarbeit bestand die Möglichkeit einige Fragen in einer bestehenden Umfrage zu ergänzen. Daher war die Form mit den unterschiedlichen Fragebögen je nach genutztem Angebot bereits vorgegeben. Mehrere einheitliche Fragen in allen Fragebögen hätten jedoch die Möglichkeit gebracht, Vergleiche zwischen den Angeboten anzustellen und eine punktuell höhere Rücklaufquote zu erzielen. Zudem wurden keine demographischen Daten erhoben und die Rücklaufquote war grundsätzlich eher tief.

Ein Pretest im Rahmen der Bachelorarbeit hätte dazu führen können, dass einige Verbesserungsmaßnahmen im Vorherein umgesetzt würden. Auf diesen wurde jedoch verzichtet, da die von Seiten der Zentrumsleitung ein Pretest durchgeführt wurde.

Beantwortung der Fragestellung

Die ersten beiden Fragestellungen konnten beantwortet werden. Mithilfe der Expert:innen-Interviews wurde die angestrebte Wirkung des Naturschutzzentrums klar definiert. Die umfassende Nachhaltigkeitsbewertung zeigt den Stand des Zentrums in Bezug auf Nachhaltigkeit schlüssig auf.

Im Rahmen der Bachelorarbeit war es nicht möglich vollumfänglich zu beantworten, was bei den Gästen und Besuchenden des Umweltbildungszentrums erreicht wird. Das liegt zum einen daran, dass die Umfrage zu wenig umfassend und spezifisch ausgearbeitet wurde. Daher können keine Zusammenhänge und Rückschlüsse daraus gezogen werden, diese müssten in einer umfassenderen Befragung und intensiveren Betreuung festgestellt werden. Was und ob die Gäste effektiv etwas nach dem Besuch des Zentrums verändern, lässt sich aufgrund der Umfrage nicht bestimmen. Zum anderen sind Verhaltensänderungen wie in den Grundlagen im Kapitel 4.3.3 *Evaluation von Umweltbildungsangeboten* beschrieben schwierig zu erfassen (Müller, Bättig-Frey, & Koch, 2021). Eine umfassende Befragung, längere Betreuung und Beobachtung der Gäste für weitere Rückschlüsse auf die Wirkung hätten den Rahmen der Bachelorarbeit gesprengt.

Abschliessend kann gesagt werden, dass die vorliegende Arbeit einen fundierten Einblick in die Umweltbildungsarbeit und den Betrieb des Umweltbildungszentrums auf der Riederalp gewährleistet. Die Ergebnisse und die ausgearbeiteten Handlungsempfehlungen bieten umfassendes Weiterentwicklungspotenzial für das Zentrum.

Durch die Arbeit als Praktikantin im Pro Natura Zentrum konnte die Autorin einen ausführlichen Einblick in die betrieblichen Abläufe und die Arbeit vor Ort erhalten. Gleichzeitig kann daher nicht ausgeschlossen, dass eine gewisse Beeinflussung in Bezug auf die Ergebnisse besteht. Dies könnte durch eine externe Bewertung umgangen werden.

8 Fazit

Das Pro Natura Zentrum Aletsch nimmt als nationales Umweltbildungszentrum der grössten Naturschutzorganisation der Schweiz eine wichtige Rolle in der Umweltbildung wie auch als touristischer Akteur ein. Die Lage des Zentrums in der Berglandschaft und am Naturschutzgebiet Aletschwald bietet beste Voraussetzungen für die Umweltbildungsarbeit und ermöglicht es, den Gästen mit authentischen Erlebnissen die Natur näherzubringen. Gleichzeitig hat das Umweltbildungszentrum als Betrieb eine Vorbildfunktion im Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung.

Die Zentrumsleitung ist seit der Sommersaison 2022 in einer neuen Konstellation besetzt. Gemeinsam wird für den reibungslosen Ablauf des Betriebs gesorgt und über die zukünftige Weiterentwicklung entschieden. Daher handelt es sich um einen optimalen Zeitpunkt, für die Implementierung der Ergebnisse der Bachelorarbeit. Mit dem Nachhaltigkeitsworkshop Mitte Dezember 2022 wurde ein erster Grundstein gelegt, den Nachhaltigkeitsprozess im Pro Natura Zentrum Aletsch strategisch weiterzuverfolgen. Die Definierung eines gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnisses bietet die Chance, die Nachhaltigkeit Schritt für Schritt zu erhöhen und durch geeignete Kommunikation zu verbreiten.

Das Pro Natura Zentrum Aletsch kann von den Handlungsempfehlungen einerseits durch eine Würdigung ihrer bereits vorgenommenen Bemühungen profitieren, andererseits kann der Prozess der Nachhaltigkeit weiter verfolgt werden. Es ist wichtig ein Gleichgewicht zu finden zwischen der Umsetzung von kurzfristigen und langfristigen Massnahmen. Somit kann das Umweltbildungszentrum seine angestrebte Leuchtturmwirkung immer weiter erhöhen und für die Gäste wird ein transparentes sowie authentisches Erlebnis generiert.

10 Literaturverzeichnis

- Albrecht, L. (1993). SBN-Naturschutzzentrum Aletsch: den Wald zum Erlebnis machen. *Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen*, 144, S. 198-206.
- Albrecht, L. (2022). *Leistungsbericht 2021*. Riederalp: Pro Natura Zentrum Aletsch.
- Andriof, C. (2021). *Praxisbuch für wirksame Veränderung - mit der Theorie U arbeiten*. Berlin: Springer-Verlag GmbH.
- ARE und DEZA. (2007). *Kommunikation für eine Nachhaltige Entwicklung - Ein Leitfaden*. Bern: BBL Vertrieb Publikationen.
- Brugger, F. (2010). *Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation*. Wiesbaden: Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010.
- Buhr, O. (2020). *Die 7P-Checkliste für eine gute Workshop-Vorbereitung*. Abgerufen am 22. Dezember 2022 von <https://copargo.de/die-7p-checkliste-fuer-eine-gute-workshop-vorbereitung/>
- Bundesamt für Raumentwicklung ARE. (o.J.). *1987: Brundtland-Bericht*. Abgerufen am 30. November 2022 von <https://www.are.admin.ch/are/de/home/medien-und-publikationen/publikationen/nachhaltige-entwicklung/brundtland-report.html>
- Bundesverband Klimaschutz BVKS. (2019). *Das Klima zum Thema machen*. Berlin: Smart Energy for Europe Platform (SEFEP) GmbH.
- Davide, B. (2019). *Nachhaltigkeit und soziale Ungleichheit - Warum es keine Nachhaltigkeit ohne soziale Gerechtigkeit geben kann*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Dickhut, H. (2017). Tourismus und Biodiversität. In H. Rein, & W. Strasdas, *Nachhaltiger Tourismus* (S. 99-136). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation*. Heidelberg : Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- éducation 21. (2016). *Bildung für Nachhaltige Entwicklung*. Bern: éducation 21.
- éducation 21. (o.J.). *Umweltbildung*. Abgerufen am 30. November 2022 von <https://www.education21.ch/de/bne/zugaenge/umweltbildung>
- Fachkonferenz Umweltbildung. (2014). *Positionspapier*. Bern: éducation21.
- FAO and UNWTO. (2021). *Mountain tourism - Toward a more sustainable path*. Rome: FAO.
- Fischer, D., Fücker, S., Selm, H., & Sundermann, A. (2021). *Nachhaltigkeit erzählen - Durch Storytelling besser kommunizieren*. München: oekom verlag.
- Fischer, A. (2014). *Sustainable Tourism - From mass tourism towards eco-tourism*. Bern: Haupt Verlag.
- Forschungsgruppe Tourismus und Regionalentwicklung. (2022). *Tool Nachhaltigkeitscheck*. Unterrichtsunterlagen ZHAW, unveröffentlicht.
- Forster, S. (2021). *Tourismus*. Unterrichtsunterlagen ZHAW. Unveröffentlicht.
- Frantz, C., & Martens, K. (2006). *Nichtregierungsorganisationen (NGOs)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Halder, U., & Albrecht, L. (2021). *Die Villa Cassel im Spiegel der Zeit*. Visp: Valmedia AG.
- Hamann, K., Baumann, A., & Löschinger, D. (2016). *Psychologie im Umweltschutz - Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns*. München: oekom Verlag, Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH.
- IPCC. (2022). *Climate Change 2022 - Mitigation of Climate Change*. Intergovernmental Panel on Climate Change.

- Kurz, B., & Kubek, D. (2021). *Kursbuch Wirkung*. Berlin: PHINEO gemeinnützige AG.
- Moser, H. (2012). *Instrumentenkoffer für die Praxisforschung*. Freiburg im Breisgau: Lambertus-Verlag.
- Müller, U., Bättig-Frey, P., & Koch, D. (2021). *Skript Umweltkommunikation*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung. Wädenswil: Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen .
- Osraneck, R. (2016). *Nachhaltigkeit in Unternehmen*. Kaiserslautern, Deutschland: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Pro Natura. (2022). *Unsere Ziele*. Abgerufen am 23. März 2022 von <https://www.pronatura.ch/de/unsere-ziele>
- Pro Natura Zentrum Aletsch. (2022). *Ferienzimmer*. Abgerufen am 10. Mai 2022 von <https://www.pronatura-aletsch.ch/de/ferienzimmer>
- Pro Natura Zentrum Aletsch. (2022). *Für Schulen und Gruppen*. Abgerufen am 10. Mai 2022 von <https://www.pronatura-aletsch.ch/de/fuer-schulen-und-gruppen>
- Pro Natura Zentrum Aletsch. (2022). *Geschichte*. Abgerufen am 23. März 2022 von <https://www.pronatura-aletsch.ch/de/geschichte>
- Pro Natura Zentrum Aletsch. (2022). *Projekt "Villa Cassel 2020"*. Abgerufen am 23. März 2022 von <https://www.pronatura-aletsch.ch/de/ueber-uns>
- Pro Natura Zentrum Aletsch. (2022). *Tee-Salon*. Abgerufen am 10. Mai 2022 von <https://www.pronatura-aletsch.ch/de/teesalon>
- Pro Natura Zentrum Aletsch. (2022). *Unser Saisonprogramm*. Abgerufen am 10. Mai 2022 von <https://www.pronatura-aletsch.ch/de/unser-saisonprogramm>
- Rein, H., & Strasdas, W. (2017). *Nachhaltiger Tourismus*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Rieckmann, M. (2018). Die Bedeutung von Bildung für nachhaltige Entwicklung für das Erreichen der Sustainable Development Goals (SDGs). *Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik*, S. 4-10.
- Scheidegger, B. (2018). *Umweltbildung*. Bern: Hep Verlag AG.
- Schuler, Y., & Pirchl-Zaugg, Y. (2021). *Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen*. Scuol: Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG & ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Schweizerische Eidgenossenschaft. (2018). *Umwelt Schweiz 2018 - Bericht des Bundesrates*. Bern: Schweizerischer Bundesrat.
- Strasdas, W. (2017). Herausforderungen an den nachhaltigen Tourismus. In H. Rein, & W. Strasdas, *Nachhaltiger Tourismus* (S. 45-240). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2017). *Nudge - Wie man kluge Entscheidungen anstösst*. Berlin: Econ Verlag.
- Trachsel, S. (2020). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Unterrichtsunterlagen ZHAW. Unveröffentlicht. .
- UNESCO. (2021). *Bildung für nachhaltige Entwicklung* . Bonn: UNESCO Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur.
- United Nations. (o.J.). *The 17 goals*. Abgerufen am 2022. November 30 von <https://sdgs.un.org/goals>
- Voss, K. (2007). *Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wachter, D. (2014). *Kompaktwissen - Nachhaltige Entwicklung*. Zürich / Chur: Rüegger Verlag.

- Weber, F., & Taufer, B. (2016). *Nachhaltige Tourismusangebote Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen*. Institut für Tourismuswirtschaft ITW, Wirtschaft. Luzern: Hochschule Luzern.
- Wilhelm, S. (2022). *Ansätze Umweltbildung*. Unterrichtsunterlagen ZHAW, unveröffentlicht.
- Wilhelm, S., & Müller, U. (2017). *Umweltbildung mit Wirkung*. Wädenswil: Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen (IUNR).
- Zimmermann, F. M., & Pizzera, J. (2016). Nachhaltiger Tourismus - Realität oder Chimäre? In F. M. Zimmermann, *Nachhaltigkeit wofür?* (S. 171-200). Berlin Heidelberg: Springer Spektrum.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Management	16
Tabelle 2: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Wirtschaft	17
Tabelle 3: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Soziales	17
Tabelle 4: Kriterien Nachhaltigkeitsbewertung Kategorie Umwelt.....	18
Tabelle 5: Punktzahl für die Nachhaltigkeitsbewertung	18
Tabelle 6: Informationen zur Durchführung der Gästeeumfrage	19
Tabelle 7: Übersicht Struktur Massnahmenplan	20
Tabelle 8: Legende der Indikatoren im Massnahmenplan	21
Tabelle 9: Legende der Einfärbung der Priorität im Massnahmenplan.....	21
Tabelle 10: Positive und negative Auswirkungen des Tourismus nach Rein und Strasdas (2017, S. 19-21).....	23
Tabelle 11: Historische Entwicklung von Umweltorganisationen zusammengefasst aus (Voss, 2007, S. 34-36).....	27
Tabelle 12: Entwicklung der Umweltbildung (Wilhelm, 2022)	28
Tabelle 13: Zielzustand für den Bereich Management.....	37
Tabelle 14: Zielzustand für den Bereich Wirtschaft	38
Tabelle 15: Zielzustand für den Bereich Soziales	38
Tabelle 16: Zielzustand für den Bereich Umwelt.....	39
Tabelle 17: Bewertung «Nachhaltigkeitsmanagement»	41
Tabelle 18: Bewertung «Einbezug der Anspruchsgruppen»	41
Tabelle 19: Bewertung «Gästeinformation über die Nachhaltigkeit»	41
Tabelle 20: Bewertung «Stärkung der regionalen Wirtschaft».....	42
Tabelle 21: Bewertung «Besonderer Kundennutzen»	42
Tabelle 22: Bewertung «Wirtschaftlichkeit»	42
Tabelle 23: Bewertung «Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse».....	43
Tabelle 24: Bewertung «Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende»	43
Tabelle 25: Bewertung «Pflege der lokalen Kultur».....	43
Tabelle 26: Bewertung «Bewusster Umgang mit Energie».....	44
Tabelle 27: Bewertung «Umweltschonende Mobilität»	44
Tabelle 28: Bewertung «Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen»	44
Tabelle 29: Auflistung von Stärken und Schwächen des PNZA im Rahmen des Workshops	51
Tabelle 30: Umsetzungsplan mit definierten Massnahmen für den Nachhaltigkeitsprozess	53
Tabelle 31: Massnahmen im Bereich Management.....	54
Tabelle 32: Massnahmen im Bereich Wirtschaft	55
Tabelle 33: Massnahmen im Bereich Soziales	55
Tabelle 34: Massnahmen im Bereich Umwelt	56

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Villa Cassel mit Blick auf die Riederalp und den Aletschgletscher (Foto von Pascal Gertschen).....	8
Abbildung 2: Ziele von Pro Natura (Pro Natura, 2022).....	9
Abbildung 3: Alpengarten im Vordergrund, Umweltbildungszentrum im Hintergrund (Foto von Pascal Gertschen).....	10
Abbildung 4: Exkursion «Faszination Aletschgletscher» (Foto von Ladina Hügli)	11
Abbildung 5: Exkursions-Input vor dem Aletschgletscher (Foto von Ladina Hügli)	11
Abbildung 6: Wegweiser Pro Natura Zentrum Aletsch (Foto von Ladina Hügli).....	12
Abbildung 7: Oberziel 3 und 4 von Pro Natura (E-Mail Korrespondenz mit Maurus Bamert, 07. Februar 2022)	13
Abbildung 8: Übersicht methodisches Vorgehen	14
Abbildung 9: Verständnis einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus (Weber & Taufer, 2016, S. 12)	24
Abbildung 10: Kriterien für nachhaltige Tourismusangebote (Weber & Taufer, 2016, S. 20)	25
Abbildung 11: Ziele von BNE (UNESCO, 2021, S. 17).....	30
Abbildung 12: Die Wirkungstreppe (Kurz & Kubek, 2021, S. 5)	31
Abbildung 13: Wirkungsorientierung nach dem IOOI-Modell (Wilhelm & Müller, 2017, S. 4).....	32
Abbildung 14: Nachhaltigkeitsbewertung Netzdiagramm (eigene Darstellung, 2022)	40
Abbildung 15: Umfragen Rücklauf pro Angebot (eigene Darstellung, 2022)	46
Abbildung 16: Gründe der Teilnahme an Exkursionen von Gruppen und Feriengästen (eigene Darstellung, 2022)	47
Abbildung 17: Ziel eines Aufenthaltes im Pensionsbetrieb des PNZA (eigene Darstellung, 2022)	47
Abbildung 18: Grund für den Besuch des IVR's (eigene Darstellung, 2022)	48
Abbildung 19: Grund für den Besuch des Tee-Salons (eigene Darstellung, 2022)	48
Abbildung 20: Kompetenzerwerb bei Exkursionen für Gruppen und Erlebnisangeboten (eigene Darstellung, 2022)	49
Abbildung 21: Kompetenzerwerb bei Feriengastexkursionen (eigene Darstellung, 2022)	49
Abbildung 22: Relevanz nachhaltige Betriebsphilosophie / regionale & saisonale Küche (eigene Darstellung, 2022)	50
Abbildung 23: Mögliche Verhaltensänderung nach IVR Besuch (eigene Darstellung, 2022).....	50
Abbildung 24: Sichtbarkeit von Pro Natura im Tee-Salon (eigene Darstellung, 2022).....	51
Abbildung 25: Vision, Nachhaltigkeitsverständnis und Nachhaltigkeitsziele vom PNZA	52

Anhang

Anhang 1: Interview mit Laudo Albrecht

Anhang 2: Interview mit Thomas Flory

Anhang 3: Interview mit Sévérine Junghänel

Elektronische Anhänge

Die folgenden elektronischen Anhänge sind auf Complexis einsehbar.

Anhang 4: Nachhaltigkeitsbewertung

Anhang 5: Massnahmenplan

Anhang 6: Workshopdokumentation

Anhang 1: Interview mit Laudo Albrecht

- Experteninterview mit Laudo Albrecht, Zentrumsleiter Pro Natura Zentrum Aletsch
- Dienstag, 12. April 2022 um 10:00 Uhr über MS Teams
- geführt von Elena Heinzmann

Dies ist eine Mitschrift des Interviews per Videoanruf. Es handelt sich um eine zusammenfassende Transkription, die Sätze sind sinngemäss niedergeschrieben worden. *Ergänzende Kommentare und weggelassene Fragen sind kursiv geschrieben.*

Einstieg

Begrüssung	Ziel / Thema der Bachelorarbeit Vorstellung des Ablaufs (Dauer 1 bis 1.5 Stunden) Ich würde das Interview gerne aufnehmen, damit ich mich voll und ganz auf die Befragung konzentrieren kann. Ist das okay für dich?
Ja eine Aufzeichnung ist in Ordnung für mich.	

Persönliche Vorstellung	Kannst du dich kurz vorstellen? Wie bist du zum Pro Natura Zentrum gekommen? Was war und ist deine Rolle im Pro Natura Zentrum?
<p>Mein Name ist glaube ich klar, Laudo Albrecht. Ich bin jetzt seit 35 Jahren tätig für das Pro Natura Zentrum Aletsch.</p> <p>Wie ich zum Zentrum gekommen bin oder das Zentrum zu mir, ist eine spezielle Geschichte. Ich habe Biologie an der Universität Zürich studiert. Im Jahr 1985/86 habe ich hier im Gebiet meine Diplomarbeit geschrieben. Dazu muss ich sagen, dass ich hier in der Region, in Mörel, aufgewachsen bin und mir das Zentrum schon damals ans Herz gewachsen ist. Bereits an der Eröffnung im Jahr 1976 war ich als 17-jähriger Kollegiumsschüler (<i>Gymnasiast</i>) dabei. Der erste Zentrumsleiter hat mich angefragt, ob ich in den Sommerferien aushelfen will und das habe ich drei Jahre lang jeweils gemacht. Anschliessend habe ich in Zürich studiert und die Diplomarbeit hat mich zurück in das Gebiet gebracht. Ich durfte eine spannende Arbeit über Gämser schreiben (Wildtierbiologie ist mein Hintergrund) und so bin ich dann wieder ins Zentrum «hineingewachsen».</p> <p>Ich habe im Jahr 1987/88 die Position vom stellvertretenden Zentrumsleiter übernommen und seit 1989 bin ich Zentrumsleiter. Ich bin wirklich in die Position hineingewachsen. Am Anfang wollte ich 8 bis 10 Jahre bleiben und mittlerweile sind 35 Jahre daraus geworden. Es ist meine einzige Arbeitsstelle und somit eigentlich eine Lebensstelle. Ich habe immer gedacht es wird irgendwann zur Routine, habe jedoch nicht mitbedacht, dass die Gäste auf den Exkursionen immer ändern. Ich habe mit Freude begonnen, das Zentrum weiterzuentwickeln und habe nun sozusagen mein Gesellenstück abgeliefert, mit dem Projekt Villa Cassel 2020. Wo wir im Jahr 2019 den grossen Umbau gemacht haben und auch inhaltlich eine neue Ausrichtung ausgearbeitet wurde. Für mich war der Umbau ein grosses Herzensprojekt und ich habe mich schon gefragt, ob die Wiedereröffnung, nach einer geschlossenen Saison, gelingt. Sie ist gelungen und ich wollte noch zwei Jahre weiterarbeiten und anschliessend die Aufgabe an neue Leute weitergeben. Was ich jetzt gemacht habe.</p> <p><i>Ab Juni 2022 übernimmt Maurus Bamert, stellvertretender Zentrumsleiter, die Aufgabe als Zentrumsleiter von Laudo Albrecht.</i></p>	

Vorstellung Pro Natura Zentrum Aletsch	Wie beschreibst du das Pro Natura Zentrum in deinen Worten? Hast du persönlich ein Lieblingsangebot des Zentrums?
<p>Es ist ein einzigartiges Projekt aus verschiedenen Gründen. Es war das erste Naturschutzzentrum und ist somit heute das älteste Zentrum. Wir machen auf eine ganz bestimmte Art Umweltbildung und wollen die Menschen für die schöne Natur sensibilisieren, jedoch aber auch für die Probleme, mit denen wir heute konfrontiert sind. Das machen viele andere auch, aber wir haben auf der Riederfurka eine einzigartige Lage. Wir sind ganz nahe am Aletschwald und relativ nahe am Aletschgletscher. Vor der Haustür haben wir eine unglaublich faszinierende Natur (im Herbst hören wir die Hirsche bei offenem Fenster röhren) und das ist etwas, was unsere Gäste schätzen. Dann kommen viele kleine Sachen hinzu, wie beispielsweise der Baustil der Villa und die Entstehungsgeschichte (die ich gefühlt 5000 Mal erzählt habe und immer noch faszinierend finde), welche den Ort einzigartig machen. Klar habe ich viel Herzblut hineingesteckt und jemand anderes findet vielleicht etwas anderes einzigartig, aber das ist ja auch gut so.</p> <p>Das ist relativ schwierig. In 35 Jahren wächst einem viel ans Herz. Mein persönliches Highlight bei den Exkursionen ist die Tour an den heiligen Wassern, die Suonen-Wanderung, welche wir durchführen. Weil es da um ein unglaublich wichtiges Thema geht: Wasser. Diese Exkursion habe ich von A bis Z selber konzipiert und immer wieder überarbeitet. Beim Einstieg lasse ich Wasser auslaufen und steige dann ein mit meinem Grossvater, der sich nun im Grab umdrehen würde. So können anschliessend wichtige Themen angesprochen werden. Ich bin zudem ein grosser Fan von Walliser Sagen und habe Sagen zum Thema Wasser und aus der Region in die Exkursion einfließen lassen. Eine Sage habe ich dazu selber erfunden. Das sind alles Aspekte, die diese Tour zu einem persönlichen Favoriten machen und ich sie auch diesen Herbst durchführen werde. Aber wie bereits vorher erwähnt, bin ich ein grosser Fan von der Geschichte des Hauses. Beim Erzählen muss ich jeweils schauen, dass ich den Zeitrahmen einhalte. Oder die Lehrerweiterbildungskurse finde ich auch schön, vor allem weil viele Teilnehmende mit ihren Klassen zurückkommen. Das waren zwei-drei Highlights, die ich nun so rausgepickt habe.</p>	

Geschichte

Entwicklung	<p>Wie hat sich das Pro Natura Zentrum seit der Eröffnung im Juli 1976 entwickelt? Was waren die wichtigsten Meilensteine? Gab es von Beginn an die heutige Aufteilung in Exkursionen, Ausstellung, Beherbergung und Tee-Salon? <i>Was konnte als Naturschutzzentrum für die Gäste erreicht werden?</i></p>
<p>Es hat grosse Veränderungen gegeben in den mittlerweile fast 50 Jahren. Inhaltlich vielleicht nicht ganz so sehr (Aletschwald, Wildtiere, Gletscher). Da die Natur dieselbe geblieben ist, wobei jetzt auch mehr die Herausforderungen thematisiert werden. Jedoch hat sich die Art und Weise der Vermittlung geändert. Zu Beginn war die Ausstellung ein Wald aus Informationstafeln mit viel Text. Das hängt auch mit der Entwicklung der Umweltbildung zusammen. Es kam der Ansatz von Kopf-Herz-Hand. Der Aletschwald sollte mit allen Sinnen erkundet werden. Eine Zeit lang war der Fokus stark auf der Hand. Ein Erleben mit den Sinnen ist wichtig. Jedoch ist es meiner Meinung nach wichtig, dass Naturerlebnis mit Worten zu vervollständigen. Beispiel Tannenhäher: Die Erläuterung wie viel Nüsser der Vogel versteckt, gehört für mich dazu und am Ende kann mit den Sinnen die Nusstorte degustiert werden. Diese Kombination finde ich zentral. Die spielt in den Exkursionen heute noch eine wichtige Rolle (nicht bei allen in gleichem Masse). Kopf, Herz und Hand sollen angesprochen werden und gerade das Herz finde ich ganz wichtig. Die Begeisterung muss vorgelebt werden.</p> <p>Mit dem Projekt Villa Cassel 2020 wurde eine inhaltliche Veränderung vorgenommen. Der Gletscherrückgang und der Klimawandel wurden schon davor thematisiert, jedoch wurde das nun bewusst noch verstärkt. Nicht nur von der faszinierenden Natur zu berichten, aber auch die Herausforderungen zu thematisieren. Einerseits den Gletscherrückgang aufzugreifen und zu schauen wieso das geschieht. Somit wird dann die Klimaveränderung angesprochen. Davon ausgehend zu schauen, wie betrifft das uns persönlich und was kann dagegen unternommen werden. Mir persönlich ist es sehr wichtig, da authentisch zu sein. Wenn ich von etwas rede, möchte ich das Vorleben. Ich hatte immer ein schlechtes Gewissen, wenn Leute gefragt haben, wie die Villa geheizt wird und ich sagen musste, es wird mit Öl gemacht. Es war für mich ein alter Traum von der Ölheizung wegzukommen und das konnte nun mit dem Projekt Villa Cassel 2020 (Wärmepumpe, Photovoltaikanlage) realisiert werden. Wir sind mit der Villa nun CO₂ neutral und das wird thematisch aufgegriffen. Das passiert auf der Gletschertour, im Informations- und Vermittlungsraum und auf einer speziellen Exkursion mit dem Namen «Gletscher – Klima – Energie». Es geschieht in verschiedenen Phasen: Zuerst wird ein Naturerlebnis generiert (der Gletscher), die Herausforderung thematisiert (Gletscherrückgang), die Gründe angeschaut (Klimawandel) und nach Lösungen gesucht (Was können wir tun?). Dann kann ein Teil der Lösung anhand der Villa Cassel angeschaut werden: Es gibt ein Luft-Wasser Wärmepumpe, der Strom wird selber produziert (PVA in Mörel) und die weiteren Umsetzungen, die gemacht wurden. Wenn das auf 2100 m.ü.M. funktioniert, sollte das in anderen Orten der Schweiz auch möglich sein. Der Aufbau geschieht anhand von Naturfaszination – Problem und Lösung. Du wirst mich vielleicht später fragen, was das bewirkt und das ist eine sehr schwierige Frage. Bereits seit einigen Jahren gibt es diese Aufteilung der Bereiche (Exkursionen, Ausstellung, Beherbergung und Tee-Salon). In den 70er Jahren wurde die Villa umfassend renoviert und anschliessend gab es im Jahr 2002 im Rahmen von 100 Jahren Villa Cassel weitere Änderungen. Daraus ist der Tee-Salon entstanden, den</p>	

es mittlerweile seit 10 bis 15 Jahren gibt. Die Beherbergung hat sich in den Jahren verändert. Zu meiner Anfangszeit gab es 3500 bis 4000 Übernachtungen pro Saison und es wurde ausschliesslich mit Gruppen und den Erlebnisangeboten gearbeitet. Jedes zweite Wochenende war das Zentrum von Samstag bis Montag geschlossen. Ich fand das schade, vor allem da die Saison nur 18 Wochen dauert. Mittlerweile ist die Beherbergung nur während dem Cassel Fest (ein Wochenende) nicht möglich. Momentan können wir mit zwei Gruppen parallel arbeiten, zum Beispiel mit zwei Schulklassen.

Gerade im Sommer war es teilweise schwierig die übrigen Zimmer zu füllen und die Nachfrage bestand auch ohne Gruppe in der Villa übernachten zu dürfen. Somit entstand das Angebot von Ferienzimmern für Individualgäste. Die Auslastung konnte gesteigert werden und wir liegen nun bei 4500 bis 5000 Übernachtungen. Somit sind wir eigentlich am Limit. Bei uns kann übernachtet werden, jedoch sind wir kein Hotel im klassischen Sinn. Die Leute die kommen müssen sich dem bewusst sein und sind das auch (suchen eine andere Erfahrung). Damit können weitere Kosten gedeckt werden, jedoch sind wir trotzdem defizitär. Pro Natura unterstützt uns und nur so können wir beispielsweise die Schulklassen zu so einem günstigen Preis beherbergen und Umweltbildung anbieten. Die Feriengäste kommen nicht primär wegen den Exkursionen, aber dennoch bekommen sie etwas davon mit und buchen vielleicht beim nächsten Mal ein Umweltbildungsangebot. Es ist somit auch Werbung für uns. Da haben wir auch andere Events durchgeführt, die primär nichts mit Umweltbildung zu tun haben. Beispielsweise wurde 17 Jahre lang ein Kino OpenAir vor der Villa Cassel durchgeführt und so konnte neues Publikum gewonnen werden. Das sind Marketing Massnahmen.

Umweltbildung	<i>In einem im Jahr 1993 verfassten Bericht («SBN-Naturschutzzentrum Aletsch: den Wald zum Erlebnis machen.») beschreibst du einen typischen Ausflug in den Aletschwald mit einer Schulkasse. Wie hat sich der Umweltbildungsansatz seitdem weiterentwickelt? Auf welche Art sollen Inhalte vermittelt werden? Wer ist die Hauptzielgruppe?</i>
---------------	---

Siehe oben

Menschen die zu uns kommen, müssen einen gewissen Naturbezug haben. Das neue Publikum was wir suchen hat einen gewissen Naturbezug und ist gerne draussen. Was zunimmt sind Menschen zwischen 30 bis 40 Jahren, die sich gerne bewegen und eine verhältnismässig einfache Unterkunft suchen. Diese kommen dann manchmal für Umweltbildungsangebote zurück. Die Suche nach Umweltbildungsangeboten benötigt es nicht primär, das versuchen wir dann schmackhaft zu machen. Solche die Ruhe suchen gehören auch dazu.

Interaktion mit Aletschregion	<i>Wie war die Reaktion der einheimischen Bevölkerung auf das Naturschutzzentrum? Hat sie sich seitdem verändert? Findet eine Zusammenarbeit statt? Wenn ja, in welcher Form findet diese Zusammenarbeit statt?</i>
-------------------------------	---

Es hat einen totalen Wandel gegeben. Im Jahr 2016 ist das am 40-jährigen Jubiläum am besten zum Ausdruck gekommen. Wir haben unterschiedliche Anlässe zu dem Thema organisiert (Casselfest mit Preisen wie vor 40 Jahren, Umweltbildungsausbildung etc.) und eine Ausstellung zum Thema 40 Jahre Pro Natura Zentrum Aletsch. Ich wollte zeigen wie es vor 40 Jahren war und wie es jetzt ist. Ich habe in alten Unterlagen Zitate gesucht, wie damals das Zentrum von Einheimischen beschrieben wurde. Da war die Rede von Schmarotzer bis Parasiten und ich habe diese Leute (Gemeindepräsidenten etc.) damit konfrontiert und die Aussagen gegenübergestellt. So konnte der unglaubliche Wandel festgestellt werden. Früher war das Zentrum ein Fremdkörper, «die Roten da oben» (erst später kamen die Grünen). Zu meiner Anfangszeit habe ich mal Einheimische gefragt, warum sie nicht ans Casselfest kamen und die Antwort war: «Da oben zu den Grünen gehe ich nicht.» Das mag vielleicht mit gewissen Einsprachen von Pro Natura zusammenhängen, die damals getätigt wurden (Märjelenprojekt etc.). Zudem waren der erste und der zweite Zentrumsleiter nicht einheimisch. Als ich begonnen habe, musste ich meine Rolle als Zentrumsleiter (im Namen von Pro Natura) klar definieren. Ich wollte eine Zusammenarbeit und den Dialog fördern. Mein Ziel war es den «Fremdkörper» in die Regio zu integrieren und die Zusammenarbeit zu fördern. Das ist gelungen und häufig wird unsere Meinung angefragt. Das Zentrum ist mittlerweile gut integriert. Ich habe nach links und nach rechts eine gute Zusammenarbeit, mit den Bahnen, der Aletsch Arena und den Gemeinden. Da besteht ein guter Draht. Mittlerweile ist das Zentrum breit akzeptiert. Ich hoffe, dass Maurus als neuer Zentrumsleiter davon profitieren kann, auch wenn er selber nicht einheimisch ist.

Was mir schon immer wichtig war, ist die Wertschöpfung in der Region, da wo es möglich ist (bei Umbau, Einkauf von Lebensmitteln etc.). Die 4000 bis 5000 Übernachtungen generieren auch Wertschöpfung. Es gibt Arbeitsplätze für die Region. Durch das Schutzgebiet kommen Leute in die Region, welche die Infrastruktur (Bahnen, Übernachtungsmöglichkeiten etc.) nutzen. Das bringt einiges. Der Aletschwald hat nationalen Status genauso wie das nationale Pro Natura Zentrum Aletsch (neben dem zweiten in Champ Pittet). Pro Natura hat in der Strategieüberarbeitung entschieden beide Zentren zu behalten und zu stärken. Das ist natürlich eine Bestätigung für uns.

Bei der Renovation im Jahr 2019 für 3 Millionen ist 2/3 bis 3/4 vom Geld in die Region geflossen. Das Zentrum hat der Region viel gebracht. Das merkt man auch daran, dass für Journalisten der Aletsch Arena das Zentrum Pflicht ist. Wir sind ein wichtiger Player im Tourismus der Region geworden.

Tourismus

Tourismusform	Welche Rolle nimmt das Zentrum im Tourismus ein? <i>Was ist das Ziel als Tourismusakteur?</i>
<p>Wir sind ganz klar ein Tourismusplayer. Ich habe mir manchmal die Frage gestellt, ob ich jetzt mehr Hoteldirektor oder Zentrumsleiter (inhaltliche Fragen) bin. Wir wollen auch Leute in die Region holen, halt aus einem anderen Hintergrund wie das vielleicht ein Hotel auf der Riederalp tut. Wir sind ein ein-saisonaler Betrieb und nur im Sommer geöffnet. Das macht einen Unterschied von der Ausrichtung des Zentrums her. Wir versuchen den Gästen einen anderen Tourismus zu vermitteln. Nicht so schnell und «hoppla hü». Ich persönlich bin kein Fan vom schnellen Tourismus, wie das zum Beispiel von Asiaten gepflegt wird. Unser Ziel ist es, dass sich die Gäste möglich lange bei uns aufhalten und wir unsere Philosophie teilen können. Man kann sagen, dass wir versuchen den «sanften Tourismus» zu zeigen. Wobei das ein vielgenutzter Begriff ist und es den vielleicht gar nicht mehr gibt. Schliesslich nutzen auch unsere Gäste oder wir auf Exkursionen teilweise die Bergbahnen. Für wirklich «sanften Tourismus» gibt es wenig Beispiele. Es gibt den «sanften Tourismus» wie er vielleicht im Binnental noch praktiziert wird und dann gibt es «sanfteren Tourismus» wie wir ihn versuchen umzusetzen.</p>	

Pionierrolle	Kann das Pro Natura Zentrum eine Pionierrolle für die Umsetzung von nachhaltigem Tourismus einnehmen? Ist das gewünscht? <i>Die Angebote bringen Menschen in sensible Lebensräume, steht das in Konkurrenz zum Ziel von Pro Natura die Natur zu schützen?</i> <i>Ist es kritisch mit dem Angebot mehr Leute in die Natur zu bringen?</i>
<p>Ja ich glaube es schon. Wie bereits angetönt, spielt für uns das Projekt Villa Cassel 2020 inhaltlich eine wichtige Rolle. Man könnte es unter dem Spruch: «Tu Gutes und rede davon.» zusammenfassen. Deshalb wollen wir zeigen was umgesetzt wurde. Es ist klar, dass da auch finanziell etwas dahinterstehen muss und Hoteliers sagen mir, ja so viel Geld haben sie nicht zur Verfügung. Wir konnten die Finanzierung von drei Millionen auch nur durch ein relativ hohes Legat decken. Wobei der Betrag aufgrund des Alters vom Gebäude sehr hoch war. Jedoch können auch einzelne Sachen umgesetzt werden, wie die Heizung, die Produktion und der Bezug von Lebensmitteln. Obwohl wir mittlerweile sehr auf die Regionalität der Produkte achten, haben sich die Kosten für den Einkauf nicht extrem erhöht. Insgesamt denke ich, dass finanziell viele Sachen möglich sind. Deswegen ist es mir ein grosses Anliegen, dass wir darüber sprechen was wir machen. Einerseits im energetischen Bereich, aber zum Beispiel auch bei den Lebensmitteln. Es gibt jeden zweiten Tag Fleisch zu essen und wir wollen da auch noch weiter gehen. Die Hoteliers auf der Riederalp wissen was wir gemacht haben, aber sie sind nicht die ersten die hierhochkommen. Wir versuchen jedoch unsere Erfahrungen zu teilen und weiterzugeben. Über dieses Projekt wollen wir sprechen und darüber erzählen. Im Tourismus ist es essentiell etwas Gutes zu tun, was funktioniert und dann wird es kopiert. Der Tourismus ist leider nicht so innovativ. Innovative Tourismusakteure sind gerade im Wallis sehr rar. Es braucht Pioniere, die den Leuten zeigen, dass es funktioniert. Im zweiten Jahr vom Kino-OpenAir wurde die Idee vom halben Oberwallis kopiert.</p>	

Zusammenarbeit Tourismus	Findet eine Zusammenarbeit / ein Austausch mit den anderen Tourismusakteuren in der Region statt? Wenn ja, welche sind das? <i>Gibt es eine Zusammenarbeit mit dem Unesco Welterbe Jungfrau-Aletsch?</i>
<p>Es gibt die Vermarktungsorganisation, das ist die Aletsch Arena. Dann gibt es den Verein Aletsch Tourismus und das sind zwei unterschiedliche Gremien mit einer engen Zusammenarbeit. Wir sind Mitglied bei Aletsch Tourismus, wo eine jährliche Generalversammlung stattfindet. Bei der Aletsch Arena sind wir als Leistungsträger dabei. Vor allem im Bereich Medienarbeit findet viel statt, von ihrer Seite sehr aktiv und wir eher passiv. Sie kontaktieren uns bei Medienanfragen. Wenn die Aletsch Arena Workshops organisiert, sind wir auch eingeladen. Öfters sind es Themen, die uns nicht betreffen. Jedoch sind wir dabei, da wo es Sinn macht. Falls wir neue Dinge lernen oder unsere Erfahrungen teilen können.</p> <p>Mit dem Unesco-Welterbe Jungfrau Aletsch haben wir eine gute Zusammenarbeit. Da weiss Maurus noch mehr Bescheid. Im Rahmen von BNE schaffen wir zusammen, indem das Gruppen von ihnen auch zu uns kommen. Im Herbst haben wir eine Lehrerausbildung, die gemeinsam ausgeschrieben wird. Zudem gibt es Schulklassen, die Exkursionen bei uns haben oder hier übernachten. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten und es ist wichtig auf diesen Ebenen zusammenzuarbeiten.</p>	

Wirkungsorientierung & Evaluation

Ziel	<i>Was ist das Ziel des Pro Natura Zentrums Aletsch? Ihr wollt den Menschen die Natur näher bringen.</i> <i>Wie wird darauf hingearbeitet? Werden die Angebote wirkungsorientiert konzipiert? (Erklärung)</i>
<p>Grundsätzlich wollen wir, dass irgendwo der Umweltbildungsansatz dran ist. (Es gibt aber Exkursionen wo es eine kleinere Rolle spielt.). Das beste Beispiel ist die Exkursion «Gletscher – Klima – Energie». Da wollen wir bewusst das Thema Klimawandel und unsere Umsetzungen diesbezüglich thematisieren. Wir fragen uns: Was ist ein wichtiges Thema (wie beispielsweise der Klimawandel)? Wie können wir dies in eine Exkursion</p>	

verpacken? Und dann auch so weitergeben, dass es möglichst gut hängen bleibt? Klar, da orientieren wir uns an in der Umweltbildung gängigen Ansätze, Stichwort Kopf-Herz-Hand. Wir wollen die Leute von etwas betroffenen machen. Jedoch keine Ängste und Albträume verursachen, wie es früher teilweise der Fall war (z.B. Waldsterben). Wir wollen nachhaltige Erlebnisse schaffen, die betroffen machen und wo Menschen sagen, da möchte ich meinen Beitrag leisten. Wir möchten den Menschen zeigen, wo es Handlungsmöglichkeiten und Handlungsspielraum gibt. Es ist für uns klar, dass das bei der Konzeption eines neuen Angebot einfließt. Das haben wir immer gemacht. Aber anschliessend kommt die sehr schwierige Frage: Und was haben wir schlussendlich damit erreicht? Es wäre vermessen, wenn wir den Anspruch hätten, alle zu erreichen. Es gibt Gruppen, bei denen man das Gefühl hat, dass der Funke übergesprungen ist und andere wo man sich nicht sicher ist. In dem begrenzten Zeitraum ist es auch schwierig viel zu erreichen. Jedoch kann vielleicht ein kleiner Beitrag geleistet werden und die Grundlage geschaffen werden, aus denen später einmal etwas wird. Das ist ein wichtiger Punkt. Vielleicht hören sie später an einem anderen Ort wieder etwas zu dem Thema. Aus dem kann dann etwas wachsen.

Es gibt keine Evaluationen, wo wir schauen, was hat die Exkursion «Gletscher – Klima – Energie» schlussendlich wirklich gebracht, im Verhalten von den Teilnehmenden. Das ist vielleicht bei den einen mehr und bei den anderen weniger. Aber messen können wir das nicht. Das ist ein grosser Nachteil von der Umweltbildung ganz allgemein. Es gibt kein Tool, womit gemessen werden kann., was ein einzelnes Angebot bewirkt.

In der Gesellschaft können wir ein bisschen schauen wie sie sich weiterentwickelt. Manchmal bin ich auch ein bisschen frustriert, wenn ich zum Beispiel die ganzen Autos im Dorf (Mörel) sehe. Da denke ich schon mal, bringt unsere Arbeit etwas? Aber wenn ich nicht davon überzeugt wäre, hätte ich es nicht so lange gemacht. Die Eigenverantwortung ist wichtig, also auch mal das Auto zuhause zu lassen. Jedoch benötigt es eine Kombination von der Umweltbildung auf der einen Seite und auf der anderen Seite die Politik. Die wahnsinnig wichtig ist und deswegen war ich sehr enttäuscht über die Ablehnung des CO₂-Gesetzes. Da hatten wir eine Ansatz, um etwas machen zu können. Und heute fahren die Leute trotz höheren Benzinpreisen immer noch Auto. Es benötigt eine Kombination von Umweltbildung und den politischen Rahmenbedingungen. Rein die Umweltbildungsarbeit kann nicht alles bewirken. Jedoch können über die Umweltbildungsarbeit politische Entscheide erleichtert werden. Umweltbildung kann der Nährboden dafür sein, dass politische Entscheidungen besser verstanden werden. Sei es beim Klimawandel oder der Wolfsthematik. Es ist unsere Aufgabe Verständnis dafür zu schaffen und das kann nicht von heute auf Morgen erreicht werden. Als junger Zentrumsleiter musste ich lernen, dass es Zeit benötigt. Das ist manchmal frustrierend.

Umweltbildungsangebote	Werden unterschiedliche Ziele angestrebt mit den verschiedenen Angeboten oder geht es jeweils darum die Philosophie vom Zentrum zu vermitteln?
Es ist ganz ein anderer Ansatz, ob jemand bei uns in den Informations- und Vermittlungsraum kommt, an einer Exkursion teilnimmt oder einfach in den Tee-Salon kommt. Bei der Umweltbildung ist ein ganz anderer Ansatz möglich.	

Beherbergung & Tee-salon	Welche Wirkung wird bei Beherbergungen und dem Teesalon angestrebt?
Im Tee-Salon kommt ein Gast einen Tee trinken und ein Kuchen essen, wenn es gut geht vielleicht auch ein «Plättli» und ein Glas Weisswein oder ein Bier. Die Möglichkeiten Umweltbildung zu machen, sind da ganz anders. Jedoch steht da das positive Erlebnis in Verbindung mit Pro Natura im Vordergrund. Deswegen ist das Logo auf den Servietten und den T-Shirts der Mitarbeitenden. Wir versuchen das ganze Erlebnis positiv zu verankern. Es gibt auch Exkursionen bei denen anschliessend ein Aperero oder Mittagessen im Tee-Salon stattfindet.	

Evaluation	Wird die Form der Umweltbildungsangebote regelmässig evaluiert und gegebenenfalls überarbeitet? Gibt es eine interne Evaluation?
Was evaluiert wird, sind unsere Exkursionen. Jeder Lehrer oder Gruppenleiter erhält einen Link wo sie ein Feedback hinterlassen können. Wir haben immer wieder Umfragen gemacht und da auch Schwachpunkte erkannt, die wir weiterverarbeitet haben. In den letzten Jahren haben wir das nicht mehr gemacht. Dazu muss man sagen, dass es mit Corona auch spezielle Jahre waren. Jedoch wird ab diesem Sommer wieder eine Umfrage durchgeführt. Da kannst du dich am besten mit Maurus noch intensiver darüber austauschen, er ist dafür zuständig. Inhaltlich sind wir schon relativ fix mit den vier Hauptpfeilern: Aletschwald Exkursion (Schutzgebiet), Wildbeobachtung, Suonen-Wanderung und Gletschertour (vielleicht noch Murmeltierwanderung). Diese Angebote funktionieren und bleiben bestehen. Es wird ab und zu etwas neues konzipiert, aber dass ist relativ schwierig. Im Zusammenhang mit den Erlebnisangeboten, die wir haben überlegen wir immer wieder, was wir neues machen können. Manches funktioniert besser und anderes weniger. Zum Beispiel bieten wir seit ein paar Jahren ein Yoga Wochenende an. Das funktioniert gut. Beim Thema «Gletscher – Klima – Energie» hatten wir letztes Jahr ein 3-tägiges Angebot, bei dem wir gescheitert sind. Wir versuchen es dieses Jahr mit einer Übernachtung. Funktioniert momentan wieder nicht. Wir versuchen da auf jeden Fall neue Sachen einzubringen und evaluieren diese. Bei den Exkursionen machen wir das weniger und da haben wir keinen Handlungsbedarf etwas neues auszuprobieren.	

Ansonsten hinterfragen wir natürlich unsere Arbeit regelmässig. Es gibt Feedbackmöglichkeiten für die Praktikantinnen und Praktikanten. Im Sommer gibt es eine wöchentliche Sitzung der Zentrumsleitung und im Winter findet jeden Monat ein Tag statt, wo wir die Arbeit kritisch reflektieren. Es gibt dann Ideen, die wir umsetzen können und andere aus unterschiedlichen Gründen (finanziell etc.) nicht.

Pro Natura Zentrum heute

Pro Natura	Wie ist die Zusammenarbeit von Pro Natura mit seinen Zentren? Ist das Zentrum finanziell unabhängig?
<p>Ein zentraler Punkt für die Entscheidung des Zentralvorstandes, dass an beiden nationalen Zentren (Aletsch und Champ-Pittet) festgehalten wird, war die Tatsache, dass sie Schaufenster zur Natur und Schaufenster zu Pro Natura sind. Da kommt der Gast mehr oder weniger direkt in Kontakt mit Pro Natura. Das ist ein sehr wichtiger Punkt, wo wir in Zukunft noch mehr machen können für die Sichtbarkeit. Da ist die Serviette und die «Uniform» jeweils ein Mosaiksteinchen.</p> <p>Wir haben eine enge Zusammenarbeit mit dem Pro Natura Zentralsekretariat, wenn auch über Distanz. Je nach Thema ist es mehr oder weniger. Mit der Gruppe Administration und Finanzen ist die Zusammenarbeit sehr eng, da die ganze Buchhaltung über das Zentralsekretariat abgewickelt wird. Genauso wie mit der Personalgruppe, da alle Verträge erst in Basel kontrolliert und unterschrieben werden, bevor sie an die Mitarbeitenden gehen. Ein Punkt aus der neuen Strategie war eine jährliche, längere Sitzung mit allen Abteilungsleitern von Pro Natura gemeinsam. Dazu gehören der Zentralsekretär, alle Abteilungsleiter, die Zentrumsleiter und ihre Stellvertreter. In der Sitzung wird geschaut was gut und weniger gut gelaufen ist im letzten Jahr und die gegenseitigen Bedürfnisse aneinander werden ausgetauscht. Es läuft da relativ viel.</p>	
«Villa Cassel 2020»	Was ist das Fazit zur umfangreichen Sanierung der Villa Cassel im Sommer 2019? Gab es Reaktionen von den Gästen oder aus der Bevölkerung?
<p>Gab es Reaktionen ausser, auf die Farbe des Daches? <i>Das Dach wurde durch die Sanierung kupferrot und sehr glänzend.</i></p> <p>Die Farbe ist mittlerweile leider schon gar nicht mehr so intensiv und fast so dunkel wie davor. Ich hoffe es bleibt so, damit man weiterhin sieht, dass etwas neu gemacht wurde. Für mich die beste Rückmeldung kam von der Belalp (Alpe gegenüber der Riederfurka). Jemand hat gesagt, es sei ja ein richtiger Leuchtturm, den wir da gemacht haben. Genau das wollten wir mit der Sanierung bewirken. Wir wollen ein Leuchtturmprojekt mit Ausstrahlung realisieren. Die Reaktionen waren durchaus sehr positiv. Einerseits von der Region selber, für sie ist es ein positive Entwicklung, weil das Zentrum somit sicher noch eine Weile bleibt. Meine Sorge war, dass wir durch die Sanierung (eine geschlossene Saison) in Vergessenheit geraten. Jedoch sieht es nun anders aus. Laut dem momentanen Buchungsstand für diese Saison, könnte es eine Rekordsaison geben. Da spielen natürlich auch andere Faktoren eine Rolle. Aber dennoch auch mit Blick auf die bereits guten Buchungsstände für die nächste Saison, denke ich es ist auf fruchtbaren Boden gefallen. Wir werden nicht mit Anfragen überschwemmt, aber ein positiver Effekt ist definitiv bemerkbar. Es hat auf jeden Fall frischen Wind gegeben und das ist auch gut so.</p>	
Zukunftsziele	Wo siehst du das Pro Natura Zentrum in 10 Jahren?
<p>Ich gehe jetzt in Pension. Da habe ich mir noch nicht so wahnsinnig Gedanken darüber gemacht. Aber ich hoffe, dass das Zentrum sich weiterentwickelt. Genauso wie es in den letzten Jahren immer weiterentwickelt wurde. Es ist sicher schwierig in naher Zukunft nochmal ein so grosses Projekt umzusetzen, wie wir es jetzt gemacht haben. Da habe ich jetzt ein bisschen vorgearbeitet. Aber auf der anderen Seite muss ich schon sagen. Wir können noch viel machen. Gerade in Bezug auf die Digitalisierung besteht Luft nach oben. Die ältere Generation, meine Generation, ist in Bezug auf die Digitalisierung vielleicht eher skeptisch eingestellt. Ich bin übrigens der Meinung, dass Digitalisierung gut ist, jedoch muss nicht alles digitalisiert werden. Ich hoffe das die hohe Zufriedenheit der Gäste so bleibt. Aber ja es soll eine Entwicklung sein und da sind die neuen Leute, die jetzt ans Ruder kommen, glaube ich auch so eingestellt und wollen neue Sachen umsetzen. Zehn Jahre sind ein lange Zeit, die dann vielleicht schnell vergeht.</p> <p>Abschliessend gesagt, hoffe ich, dass das Zentrum immer noch so ein Magnet ist, wie es heute der Fall ist. Dass es immer noch so eine Ausstrahlung hat. Dass die Kunden weiterhin so zufrieden sind und gerne zu uns kommen wie momentan. Und ich hoffe vor allem auch, dass die gute Zusammenarbeit und Integration vom Zentrum in die Region anhält. Auch wenn ich mir durchaus bewusst bin, dass es mitunter Knackpunkte geben wird, wo ich hoffe, dass sie sich lösen lassen. Ein bisschen ein Knackpunkt war beispielsweise die Freigabe der Rotwildjagd in dem Gebiet nach einem 80 jährigen Verbot, wo Pro Natura bei Einspruch vor Gericht recht bekommen hat. Da gibt es noch andere Projekte, die schwierig sein könnten. Gerade Einsprachen könnten in Bezug auf die Integration eine Herausforderung sein.</p> <p>Das sind meine Hoffnungen, die ich damit verbinde. Oh und jetzt fällt mir ein, dass wir in Bezug auf die Nachhaltigkeit schon sehr weit sind. Jedoch auf jeden Fall noch Potenzial vorhanden ist, zum Beispiel in Bezug auf die Küche. Vielleicht auch in der Kommunikation. Dass die Leute Kenntnis davon nehmen, was wir auf dem Teller haben. Nicht nur die Gäste, aber auch Hoteliers.</p>	

Abschluss

Ergänzung & Verabschiedung	Gibt es noch etwas, was du gerne ergänzen möchtest? Oder ein Thema das du gerne ansprechen würdest? Vielen herzlichen Dank für die Zeit, die du dir genommen hast!
So spontan habe ich keine Ergänzungen. Es gibt Sachen, die du später vielleicht mit Maurus vertiefen kannst. Bei der Nachhaltigkeit vor allem in der Küche ist Séverine sehr eine wichtige Ansprechperson. Auch ich stehe dir weiterhin für Fragen zur Verfügung. Das kann auch über den 30. Juni hinausgehen (Pensionierung). Aber ich wohne hier in Mörel und Isabella (meine Frau) bleibt für den Alpengarten noch da. Wir sind sowieso im Sommer vier Wochen auf der Riederalp. Also ich bin auch noch da.	

Anhang 2: Interview mit Thomas Flory

- Experteninterview mit Thomas Flory, Abteilungsleiter Umweltbildung bei Pro Natura, Geschäftsleitung
- am 18. Juni 2022, um 9:00 Uhr, persönliches Gespräch
- geführt von Elena Heinzmann

Dies ist eine Mitschrift des Interviews. Es handelt sich um eine zusammenfassende Transkription, die Sätze sind sinngemäss niedergeschrieben worden. *Ergänzende Kommentare und weggelassene Fragen sind kursiv geschrieben.*

Einstieg

Begrüssung	Ziel / Thema der Bachelorarbeit Vorstellung des Ablaufs (Dauer zirka 0.5-1 Stunde) Ich würde das Interview gerne aufnehmen, damit ich mich ganz auf die Befragung konzentrieren kann. Ist das okay?
Ja es ist in Ordnung, dass Interview aufzunehmen.	

Persönliche Vorstellung	Kannst du dich kurz vorstellen? Was war und ist deine Rolle beim Pro Natura?
<p>Meine Name ist Thomas Flory. Ich leite die Abteilung Umweltbildung. Zu dieser Abteilung gehören die beiden Zentren (Pro Natura Zentrum Aletsch & Champ-Pittet). Abgesehen von den Zentren gibt es in der Umweltbildung noch den Bereich Schule / Jugend. Es geht dabei um die Umweltbildung von gesamten Pro Natura. In letzter Zeit fördern wir die Umweltbildung in den Sektionen verstärkt. Wir haben auch Programme, die wir organisieren und welche die Sektionen nutzen können. Dazu gehört beispielsweise die Schoggitaler Aktion. Wir verkaufen diese für Geld und es gibt jeweils ein pädagogisches Programm dazu. Wir arbeiten vorrangig zweisprachig. Die Sektion Tessin übernimmt in der italienischsprachigen Schweiz die nationalen Aspekte, welche wir als Zentralsekretariat für die deutsch- und französischsprachige Schweiz erledigen.</p> <p>Meine Rolle ist auch Einsitz in die Geschäftsleitung von Pro Natura und es ist wichtig das die Umweltbildung da auf einer Ebene mit dem klassischen Naturschutz (Biodiversitätsförderung und Schutzgebiete) sowie Politik und Internationales ist. Ich finde es schön, dass beim Pro Natura diese Instrumente gleichwertig eingesetzt werden. Die Umweltbildung spielt eine starke Rolle.</p>	

Pro Natura Zentrum Aletsch	Worin siehst du die Rolle der nationalen Pro Natura Zentren? Spezifisch dem Pro Natura Zentrum Aletsch?
<p>Für die Beantwortung dieser Frage werde ich ein bisschen ausholen. Pro Natura ist aus ganz bestimmten Gründen zu seinen zwei nationalen Zentren gekommen. In Champ-Pittet wollte man eine Autobahn ganz nah ans Ufer des Neuenburgersees bauen. Es war zu der Zeit der einzige naturnahe Abschnitt am Neuenburgersee, den man verbauen wollte. Die Sektion Waadt von Pro Natura hat Unterschriften gesammelt gegen den Bau der Autobahn. Gleichzeitig haben sie Land gekauft am Ufer. So war es möglich die Leute dafür zu mobilisieren, was bei dem Bau der Autobahn verloren gehen würde. So sind im Nu genügend Unterschriften zusammengekommen, um den Bau abzuwenden. Somit hatte die Sektion dann den Boden am See mit einem Landsitz darauf. Die Sektion wollte das Haus in ein Zentrum umbauen. Das war in den 70er Jahren, jedoch konnte der Umbau erst in den 80er Jahren realisiert werden. Weil die Sektion zu wenig Mittel hatte, kam der Landsitz und das Schutzgebiet in den Besitz von Pro Natura Schweiz. Heute ist dort Pro Natura präsent und eine Stiftung, welche sich nur um das Schutzgebiet (europäisches Vogelschutzgebiet) kümmert. Durch den Wunsch die Natur zu schützen, ist man zu dem Zentrum gekommen.</p> <p>Es war zu der Zeit, in den 70er Jahren, als man die Villa Cassel auf der Riederfurka gekauft hat. Der Aletschwald war schon gepachtet und als die Hoteldynastie in der Villa zu Ende ging, ergab sich die Möglichkeit das Haus zu kaufen. Das Ziel war ein Umweltbildungszentrum aufzubauen und die Anliegen vom Aletschwald vor Ort zu vertreten. Das Informationszentrum sollte nach dem Vorbild der Visitors Centers in Amerika entstehen. Zeitgleich entstand wie bereits gesagt, das Zentrum in Champ-Pittet. Bei beiden war es eine Möglichkeit, die</p>	

sich ergeben hat. Man konnte diese aufbauen und die Leute sind gekommen, touristisch hat es funktioniert. So gibt es seitdem Bildungszentren von Pro Natura Schweiz.

Vor nicht so langer Zeit haben wir uns Gedanken über den Sinn der Zentren gemacht. Von Zeit zu Zeit ist es nötig sich zu hinterfragen. Der Betrieb dieser Zentren kostet auch viel Geld. Es war ein Anliegen zu klären, ob Pro Natura mehr nationale Zentren möchte (beispielsweise Pro Natura Zentrum Lucomagno oder Centre Nature Vallon de l'Allondon, beide von Sektionen geführt). Es wurde dann entschieden, dass die Sektionen ihre Zentren so führen können, wie ihr Schwerpunkt liegt. Somit wurde klar, wofür die Zentren da sind. Schlussendlich fiel der Entscheid, das Pro Natura Schweiz das Zentrum Aletsch und Champ-Pittet weiterführt. Jedoch sollen keine neuen nationalen Zentren entstehen, damit keine Hierarchie entsteht. Alles weiteren Zentren sind in ihrer Grösse und Funktion wichtig. Zudem wäre das finanziell schwierig geworden, da die Zentren nicht selbsttragend sind. Es wurde ein Gefäss geschaffen, um die Sektionen zu unterstützen. Die Idee ist es «Naturfenster» zu gestalten und damit die Leute zu sensibilisieren und zum Handeln anzuregen. Die Gestaltung kann ganz unterschiedlich sein und es muss sich nicht am klassischen Umweltbildungszentrum orientieren. In Solothurn gibt es beispielsweise einen mobilen Wagen. Das wichtigste ist die angestrebte Wirkung, dafür muss aber nicht zwingend ein Gebäude errichtet und viel Geld in die Hand genommen werden. Wir haben dafür eine Wirkungskette erstellt und tun dies nun auch mit mehreren Sektionen. So können individuelle Lösungen gefunden werden. Grundsätzlich sind die Mitglieder unser Hauptpublikum, sie finanzieren uns. Jedoch haben wir mit dem Naturzentrum Torre Belvedere im Oberengadin ein Objekt in einer Region, wo viele Touristen ohne Bezug zum Pro Natura sind. Dort wollen wir aufzeigen, dass es wichtig ist, dass sich Organisationen wie Pro Natura um die Schutzgebiete kümmern. Der touristische Aspekt steht dabei bewusst im Vordergrund und Umweltbildung soll ein Nebenaspekt sein. Hauptgrund für den Besuch des Turms ist nämlich die Aussicht vom Turm.

Nun sind wir wieder beim Zentrum Aletsch. Wir haben uns entschieden die Zentren zu behalten, jedoch mit einer spezifischen Ausrichtung. Die Gäste vom Zentrum Aletsch suchen Ruhe und Natur, vielleicht auch Wildnis. Wir haben uns bewusst dazu entschieden das Angebot schmal zu behalten, wir sind kein Hotel sondern eine Pension, es gibt kein WLAN und kein Wellness Angebot. Wellness ist das Sein unter freiem Himmel. Die wichtigen Werte sind Langsamkeit, Achtsamkeit, aber auch eine gewisse Ästhetik. Das Gebäude der Villa Casel ist seit dem Umbau im 2019 wieder mehr in Wert gesetzt. Davor war die Ausstellung in den schönsten Räumlichkeiten. Nun findet die Informationsvermittlung unten statt und im Parterre wird durch den Tee-Salon der Austausch und das Gespräch gefördert. Die Menschen kommen nämlich nicht wegen der Ausstellung auf die Riederfurka, sondern wegen der Natur und der Landschaft. Der Erfolg wird nicht mehr an den Besucherzahlen der Ausstellung gemessen. Es soll Raum, Zeit und eine angemessene Atmosphäre zur Verfügung gestellt werden für den Austausch. Da gab es in Ziel und Absicht einen ziemlichen Richtungswechsel. Wir haben in der Ausstellung nichts inszeniert, was man hier oben draussen sehen kann. Das soll man unterwegs oder auf einer Exkursion erleben. Inszeniert sind Hintergrund- und Vertiefungsinformationen. Wir wollen den sanften Tourismus fördern und aufzeigen. Wir sind auf der Riederfurka der einzige Betrieb, der den Produzenten konstant regionale Bioprodukte abnimmt. Das finde ich schon noch bemerkenswert in dieser Region. Für den Tourismus haben wir uns bewusst dafür entschieden, nur im Sommer geöffnet zu haben. Bei der energetischen Sanierung im Jahr 2019 hat man abgeklärt, wie es bei einem Betrieb im Winter aussehen würde. Die Nachfrage wäre nämlich sicherlich da. Jedoch wäre es ein grosser Energieverlust, da man das Haus aufgrund von Denkmalschutz nicht umfassend dämmen kann. Der Energieverlust ist das eine, aber auf der anderen Seite sind wir keine Organisation, die den Wintertourismus fördert. Im Gegenteil, wir finden was da läuft mit Schneekanonen und Skigebiete zusammenfügen ziemlich kritisch. Unsere Sektionen legen da, mit Recht, Einspruch ein. Teilweise ohne durchschlagenden Erfolg, teilweise mit Erfolg, sehr gemischt. Also hat man sich auch deswegen dagegen entschieden und setzt auf den Sommertourismus. Dabei will man den Gästen auch aufzeigen, dass der Betrieb CO₂-neutral betrieben werden kann. Die neue Zentrumsstrategie sieht es als Leuchtturmprojekt.

Umweltbildung

Ansatz	Wie gestaltet Pro Natura seine Umweltbildungsangebote? Wird ein spezifischer Ansatz verfolgt (BNE)? Welches Lernverständnis liegt zugrunde? Werden die Angebote im PNZA in Zusammenarbeit mit dem Zentralsekretariat entwickelt?
<p>Ich fange hinten an. Die Angebote hier vor Ort haben eine Tradition. Diese kommen aus der klassischen Umweltbildung / Erlebnispädagogik nach Cornell. Cornell hat in den Nationalparks die Erlebnispädagogik mit dem Flow-Learning entwickelt. Das ist die Grundsubstanz, die man in der Umweltbildung von Pro Natura und insbesondere beim Aletsch hat. Es ist aber auch recht stark geprägt, von naturwissenschaftlichem Wissen. Teilweise stark geprägt von vortragen / zuhören und je nach dem auch selber machen und Erlebnis. Deswegen durchleuchten wir die Wirkungskette von den Praktikantinnen und Praktikanten. (<i>Mehr Informationen dazu im Teil Wirkungsorientierung.</i>) Hier im PNZA ist sie ziemlich unabhängig praktiziert worden, aber doch im Zusammenhang mit Pro Natura. Jetzt im Moment und auch in Zukunft, möchte ich als Abteilungsleiter, dass das noch viel enger verzahnt ist. Mit dem Zentrum Champ-Pittet erarbeiten wir jetzt zum Beispiel Programme, die wir dann in der ganzen Schweiz umsetzen wollen. Da haben wir auch eher Themen, die für die ganze Schweiz zutreffen, wie Amphibien oder Biber. Im PNZA sind die Themen etwas spezifischer und es geht eher um ein</p>	

Zusammenarbeit mit dem World Nature Forum aus der Region. Zukünftig wollen wir mehr die gemeinsamen Werte teilen.

Unsere Umweltbildung kommt sehr stark vom Erlebnislernen, von der Erlebnispädagogik draussen. Wir verstehen die Umweltbildung nach wie vor oder vielleicht sogar verstärkt, als ein Zugang zu nachhaltigen Entwicklung. Nachhaltige Entwicklung hat noch andere Aspekte wie zum Beispiel die Gesundheit, wirtschaftliche oder soziale Aspekte. Umweltbildung ist für uns ein Zugang, dass wir überhaupt nachhaltige Entwicklung machen können. Die Umweltbildung muss jetzt oder in Zukunft viel mehr ein Mittel für die Transformation sein. Hin zu mehr Nachhaltigkeit. Das ist ein hoher und anspruchsvoller Anspruch. In der traditionellen Umweltbildung war mehr der Fokus auf das unmittelbare Erlebnis. Man war zufrieden, wenn ein Hirsch gesichtet wurde beispielsweise. Das ist immer noch ein zentraler Bestandteil, jedoch geht es um weiterführende Gedanken, wie beispielsweise was es für Konsequenzen hat. Beispielsweise beim Gletschererlebnis die Überlegung, was man als Einzelperson gegen die Klimaerwärmung tun kann. Das ist der Aspekt vom transformativen Lernen, der vermehrt mit der Umweltbildung soll kombiniert werden.

Ziele	Welche Ziele soll die Umweltbildung beim Pro Natura erreichen?
<p>Wir haben die Auffassung, dass Umweltbildung dort stattfindet wo die Natur ist. Es ist situatives, authentisches Lernen draussen. Deswegen ist nicht die oberste Priorität, dass die Leute in die Ausstellung gehen und etwas lernen. Sondern dass sie hinausgehen, alleine, mit unseren Informationen oder im Rahmen von einer Exkursion. Dabei soll nicht einfach nur zugehört werden, sondern eine Auseinandersetzung stattfinden. So dass die Leute aktiv werden, teilnehmen können und nachher Handlungskompetenzen haben. Es geht um kompetenzorientiertes Lernen. Als Exkursionsleitung ist das anspruchsvoll. Die Teilnehmenden sollen dort abgeholt werden wo sie stehen. Vom Wissen aber auch den körperlichen Herausforderungen her. Was muss gemacht werden, dass etwas die Leute andocken können an ihrem Vorwissen und daraus etwas mitnehmen können. Auch damit sie die Relevanz von dem Gehörten in ihrem Alltag sehen. Das sind sehr hohe Anforderungen. Nicht nur einfach es war schön, aber es hat auch etwas bewegt und das kann durchaus emotional sein oder auf der intellektuellen sowie sozialen Ebene. Wir wollen die Leute dort packen wo sie zu packen sind (Herz, Hand etc.). Das sind banale Grundsätze der Didaktik: Hole die Leute da ab, wo sie zu abholen sind. Weiterbringen indem sie Lust haben, motiviert sind etwas tun zu können und wollen. Es geht um mehr als die Erkennung vom Tannenhäher oder die Unterscheidung der Tanne von der Arve. Diese Aspekte sind alle auch wichtig. Aber ich glaube das Pro Natura Umweltbildung ziemlich lange zu naturwissenschaftlich betrieben hat. Die Inhalte sollen nach wie vor korrekt vermittelt werden, aber das Didaktische und der Zugang zu der Nachhaltigkeit, der Anspruch auf Transformation finde ich wichtig. Deswegen bilden wir nach wie vor Praktikanten aus und können sagen es ist wertvoller als mancher CAS.</p>	

Tourismus

Pionierrolle	Sehe ich es richtig, dass beim Tourismus vor allem das Ziel ist eine Pionierrolle / Leuchtturmrolle einzunehmen und aufzuzeigen, wie sanfter Tourismus umgesetzt werden kann?
Ja das stimmt.	

Pro Natura im Tourismus	<p><i>Welche Rolle nimmt Pro Natura im Tourismus ein?</i> <i>Was ist das Ziel als Tourismusakteur?</i> <i>War es eine bewusste Entscheidung auch in der Tourismusbranche tätig zu sein?</i></p>
<p>Ich weiss nicht wie bewusst es gemacht worden ist. Am Anfang war klar wir sind ein Kurszentrum und die Leute, die hier an Kursen teilnehmen (beispielsweise Schulklassen) sollen hier übernachten können. Die Pension stand nicht im Vordergrund. Man wollte die Kursbesuchenden beherbergen. Das ist jetzt meine Interpretation. Aus reiner Notwendigkeit ist die Beherbergung entstanden, schon nur durch die Lage hier oben. Es war klar, dass die Hotelzeit Ende war. Es hat nicht mehr rentiert und der boomende Wintertourismus war in der Villa Cassel nicht möglich. Pro Natura hatte nicht die Absicht in den Tourismus einzusteigen. Es hat sich so ergeben.</p> <p>Noch heute ist es nicht unser oberstes Ziel. Aber wir machen gute Umweltbildung, das heisst wir wollen die Leute vor Ort informieren. Über unsere Programme sind wir sehr gut ausgelastet (Birkhahn, Murmeltier...). Das zeigt, dass im Tourismus nicht nur das Bedürfnis nach Zerstreung besteht, sondern auch Information und zwar von Familien über älteren Leuten bis zu Individualpersonen. Und das machen wir seit 46 Jahren in einer hohen Konstanz. Vor 46 Jahren hat man dem vielleicht noch nicht Tourismus gesagt. Aber heute ist es ein touristisches Standbein, auch von der Aletscharena vermarktet und wichtig für das Unesco Welterbe. Wir sind ein verlässlicher Partner, so verlässlich, dass uns vom Erbe von Art Furrer Hotel angeboten worden sind. Das ist für uns nicht in Frage gekommen, da wir nicht Tourismusfachleute sind.</p> <p>Wir machen unsere Angebote hier oben, nicht in erster Linie um Touristen zu generieren, sondern um zu sensibilisieren. Deswegen war das Argument vom Leuchtturmbetrieb in der neuen Zentrumsstrategie sehr wichtig. Wir wollen zeigen, dass man mit einem Kulturerbe (altes viktorianisches Haus) sorgsam umgehen kann, dass wir auch sorgsam mit der Natur umgehen. Es sind die gleichen Werte, wie wir mit Landschaft, Menschen und Architektur umgehen. Das hat Zukunft und wir können es CO₂-neutral und regionalen Produkten in der Küche betreiben. Wir hoffen das die meisten Menschen mit dem ÖV anreisen, die Anreise ist ein grosser Faktor beim CO₂-Fussabdruck. Da können wir uns vielleicht noch ein bisschen verbessern und mehr darauf hinweisen, wie</p>	

man sich persönlich Verhalten kann, um den Fussabdruck zu verringern. Die momentane Welle (sanfter Tourismus, CO₂-Neutralität, digital detox) kommt uns entgegen und unterstützen wir, unter anderem mit dem Leuchtturmprojekt. Das sind Werte, die man als Touristiker mit einem neuen Haus auch machen kann. Wir machen dies aus grosser Überzeugung und schon immer. Nun verstärken wir es und machen es noch bewusster. Beispielsweise auch in Champ-Pittet, wo wir eine vollvegetarische Küche haben (im Aletsch alle 2 Tage). Das machen wir mit den zwei Zentren. Natürlich wollen wir damit auch die Sichtbarkeit fördern, damit unsere Organisation in der Naturbranche, aber auch darüber hinaus gesehen wird. Dafür haben wir uns vor 3.5 Jahren entschieden und es darf uns und unsere Kunden auch etwas kosten. Der Pensionsbetrieb den wir haben, finanziert sich gut so. Die Kurse und Schulklassen sind von Pro Natura subventioniert. Da bezahlen wir etwas via Mitgliederbeiträge oder vom Verein, sonst könnten sich die Gruppen oder Schulen das nicht leisten. Das ist bewusst so und unterscheidet uns von anderen günstigen Angeboten, die trotzdem rentieren müssen. Die Klassen zahlen auch etwas (für ein Lager nicht wenig), aber wir unterstützen zusätzlich, weil es uns Wert ist, dass dafür ein Klasse beispielsweise auf Hirschexkursion gehen kann.

Wirkungsorientierung & Evaluation

Pro Natura Zentrum	Du hast gesagt, dass ihr mit den Sektionen eine Wirkungskette aufgestellt habt. Habt ihr das für das Zentrum auch gemacht?
<p>Bei der Erarbeitung der Zentrumsstrategie haben wir eine Roadmap kreiert. Wir haben beispielsweise Kundensegmente angeschaut und definiert, welche Segmente wir wollen, nicht wollen und warum. Was wir bei ihnen bewirken wollen, war weniger zentral. Mehr in einem globalen Ausmass, wie die Sensibilisierung für Biodiversität, ein attraktives Angebot für unsere Mitglieder schaffen und durch den Tee-Salon wollen wir auch «nicht affine» Menschen / Wanderer erreichen, die einfach etwas trinken wollen. Wir haben aber nicht jede Wirkungskette einzeln aufgestellt. Es war mehr ein formulieren von Grobzielen: Wir wollen CO₂ -neutral sein. Wir wollen beweisen, dass dies auf 2000 m. ü. M. möglich ist.</p> <p>Diese waren auf der Zielebene und nicht auf der Wirkungsebene. Jetzt arbeiten wir aber daran, bestimmte Pisten auf die Wirkungsebene zu bringen. Zum Beispiel die Ausbildung von Praktikantinnen und Praktikanten. Da sind wir jetzt das zweite Jahr daran, eine Wirkungskette aufzustellen. Wir synchronisieren das nun mit beiden Zentren und die Sektionen können davon profitieren. Es stellt sich die Frage, was das für eine Auswirkung auf die Ausbildung hat. Der Ausgangspunkt sind die Fähigkeiten, die sie am Ende beherrschen müssen, um für uns wirksame Umweltbildung zu betreiben und unsere pädagogischen sowie didaktischen Ziele zu erreichen. Es geht darum, was wir bei den Leuten bewirken wollen, welche Botschaften vermittelt werden sollen. Dies können wir über ein Wirkungskonzept der Ausbildung im Rahmen des Praktikums steuern.</p> <p>Im Moment ist es bei Arbeiten oder Anträgen für Gelder sehr wichtig die Wirkung zu definieren. Auch bei uns ist das der Fall. Es reicht nicht mehr aus einfach zu sagen, wir machen etwas Gutes für die Natur und das bewirkt dann schon etwas. Vor allem in der Abteilung Umweltbildung ist das wichtig. Wir fangen hinten an und fragen uns zuerst, was wir bewirken wollen, bevor es an die konkrete Ausarbeitung geht. Diese Ausarbeitung braucht erfahrene Leute und auch viel Zeit. Daher haben wir für den Moment einmal ein paar spezifische Projekte ausgewählt, vorwiegend auf der pädagogischen Seiten. Ich kann mir aber auch gut vorstellen, dass wir einmal die ganze Gastronomie aus dieser Perspektive beleuchten.</p> <p>Wir setzen dies nicht dogmatisch um, sondern mit der nötigen Realität und Augenhöhe. Es hilft aber wirklich so eine Kette aufzustellen und einmal durchzudenken. Diese neue Denkart kommt weg vom Gedanken: Wir machen es ja sowieso gut. Das ist keine Kritik an 35 Jahren Laudo. Er hat das intuitiv gemacht. Oft merkt man, dass das was über Jahre gemacht wurde, gut übereinstimmt mit der Wirkungsanalyse. Unsere Organisation arbeitet seit Jahren zielorientiert, das ist eine andere Ebene. Wenn es aber verglichen wird, ist es häufig deckungsgleich. Da kommen wir auch als gesamte Organisation an einen Punkt, wo wir uns nicht mehr fragen, was für Ziele wir haben, sondern was wollen wir bewirken.</p> <p>Diese Zentrumsstrategie machen wir für Champ-Pittet und Aletsch. Es hilft uns dann auch uns beispielsweise beim Torre Belvedere die Frage zu stellen: Was wollen wir bewirken? Da haben wir klassische Tagestouristen und wir fragen uns: Sollen sie den Ort einfach schön finden? Sollen sie Mitglieder werden? Das ist eine sehr anspruchsvolle Aufgabe.</p>	

Evaluation	Führt der Pro Natura Evaluationen bezüglich seiner Wirkung durch? <i>Es ist natürlich schwierig festzustellen, ob eine Transformation stattgefunden hat.</i>
<p>Wir machen von Zeit zu Zeit generelle Befragungen, wo das Infoteam beispielsweise die Gäste befragt. Das ist sehr breit gefasst, ähnlich wie es auch in Hotels gemacht wird. Bei den Spuren die wir dran sind, haben wir nun spezifische Indikatoren gesetzt. Dieses Jahr wird nach Exkursionen (in Champ-Pittet und Aletsch) zum ersten Mal ein Flyer verteilt mit einem QR-Code für eine Umfrage. Da werden wir dann sehen was raus kommt und wie der Rücklauf ist. Wir finden, man muss das machen. Aber die Rückmeldung, welche direkt an die Exkursionsleitung geht, ist wichtig für einen selber, aber auch die Organisation. Das ist ganz wichtig, die Reaktionen vor Ort. An der Evaluation sind wir momentan dran und das benötigt ziemlich Ressourcen. Deswegen machen wir es in einzelnen Bereichen.</p>	

Pro Natura Zentrum heute

Zukunftsziele	Wo siehst du den Pro Natura in 10 Jahren?
<p>Nach 35 Jahren ist für mich erstmal ganz wichtig, dass wir einen guten Übergang haben. Das das Knowhow auch weitergeht. Es ist die Hauptaufgabe von Maurus das weiterzuführen, aber da habe ich keine Bedenken, dass wir in 10 Jahren vorwärts gekommen sind. Die Vision der CO-Neutralität konnten wir erreichen. Eine Vision für 10 Jahre habe ich nicht. In der Zusammenarbeit mit Champ-Pittet habe ich eine konkretere Vorstellung. Wir sind da stark im Austausch mit transformativen Gedanken wie Suffizienz oder Transformation mit der Zentrumsleitung und Arbeitsgruppen. Wir sind stark am investieren und schauen, was das für unsere Zentren heisst. Das wir in Champ-Pittet auch CO₂-neutral werden und eben noch weiter. Bei den Exkursionen und Workshops ist eine Idee mehr Richtung Community Entwicklung zu gehen. Mit der Frage: Was leisten wir für einen Beitrag für unsere Gesellschaft? Die Vision für in 10 Jahren ist nicht sehr materialisiert, aber es geht darum das Pro Natura einen grösseren Beitrag zu Transformation leisten kann.</p> <p>In 10 Jahren möchten wir einen neuen Pachtvertrag für den Aletschwald, sagen wir für 100 Jahre, haben. Dieser läuft nämlich im Jahr 2032 aus.</p>	

Abschluss

Ergänzung & Verabschiedung	Gibt es noch etwas, was du gerne ergänzen möchtest?
<p>Vielen herzlichen Dank für die Zeit, die du dir genommen hast.</p> <p>Als Fazit oder Schlusswort kann ich sagen, als Naturschutzorganisation stellt man auf der einen Seite wahnsinnig viel bewahrendes dar (das sehe ich kritisch, mit der Natur bewahren, dass sie so bleibt wie vor hundert Jahren) und auf der anderen Seite (gerade am Beispiel vom Aletschwald und vom Zentrum) sieht man, ja es gibt gewisse Werte die vor hundert Jahren und auch noch in hundert Jahren wichtig und richtig sind. Dazu gehört auch das wir noch einen Gletscher haben und gegen die Klimaerwärmung angehen. Oder das wir so einen Wald haben, der zu den letzten Wildnisgebieten zählt. Hätte sich Pro Natura dafür nicht eingesetzt, gäbe es ihn so nicht mehr. Er wäre als Wirtschaftswald genutzt worden. Solche Werte sind in Zukunft wichtig, um die Grundlage zu bewahren, dass wir überhaupt noch ein lebenswertes Leben haben. Wir sind apolitisch in der Umweltbildung, aber es gibt ein paar ökologische Imperativ wie Biodiversität und Klimaschutz, welche nicht verhandelbar sind.</p>	

Anhang 3: Interview mit Sévérine Junghänel

- Expertinnen-Interview mit Sévérine Junghänel, Leiterin Pension beim PNZA
- am 04. August 2022, 11:15 bis 12:15 Uhr, persönliches Gespräch
- geführt von Elena Heinzmann

Das Interview dient dazu, offene Fragen in Bezug auf die Nachhaltigkeitsbewertung zu klären. Dies ist eine Mitschrift des Interviews. Es handelt sich um eine zusammenfassende Transkription und die Sätze sind sinngemäss niedergeschrieben worden. *Ergänzende Kommentare sind kursiv geschrieben.*

Einstieg

Begrüssung	Thema der Bachelorarbeit Ziel der Nachhaltigkeitsbewertung Vorstellung des Ablaufs (Dauer zirka 1 Stunde) Ich würde das Interview gerne aufnehmen, damit ich mich ganz auf die Fragen konzentrieren kann. Ist das okay?
Ja natürlich.	

Persönliche Vorstellung	Kannst du dich kurz vorstellen? Was ist deine Rolle beim Pro Natura Zentrum Aletsch?
<p>Ich heisse Sévérine und bin die Leiterin von der Pension. Diese Aufgabe umfasst alles was mit Kost und Logis zu tun hat. Die Reservation geht nicht über mich. Aber wenn die Leute ankommen, bin ich dafür zuständig, dass die Zimmer bereit sind. Weitere Aufgaben sind: Schauen das die Gäste alles haben. Die Reinigung von den Zimmern und allen Räumlichkeiten. Die Wäsche machen. Verpflegung von den Pensionsgästen (Frühstück, Lunchbuffet und Abendessen), dies beinhaltet auch die Küche, also ich habe die Küche unter mir. Ich bin zuständig für den Koch, die ganzen Einkäufe von den Lebensmitteln und den Getränken sowie auch Non-Food Artikel im Küchen- und Pensionsbereich (z.B. Hygieneartikel etc.). Ich bin zudem für den Tee-Salon zuständig, dieser wird separat eingeführt und ist für externe Gäste wie zum Beispiel Wanderer und natürlich auch interne Gäste.</p>	

Management

Nachhaltigkeits-management	<p>Habt ihr eine Person die spezifisch für die Nachhaltigkeit zuständig ist? Habt ihr festgehalten, was für euch Nachhaltigkeit bedeutet? Wie wird die angestrebte Wirkung evaluiert?</p>
<p>Wir haben nicht eine Person, die spezifisch dafür zuständig ist. Jeder ist in seinem eigenen Bereich zuständig. Ich bin im Pensionbereich zuständig: Was den Einkauf der Lebensmittel betrifft und die Entsorgung. Aber nicht nur Lebensmittel sondern auch Hygieneartikel oder Reinigungsmittel, da schauen wir auch, dass es möglichst nachhaltige Produkte hat. Bei Sachen die übergreifend sind, also mehrere Bereiche betreffen, besprechen wir das normalerweise in der Zentrumsleitung. Wir haben zum Beispiel kürzlich besprochen, wo wir noch mehr Strom einsparen könnten. Durch die neue Heizung, die Luft-Wasser-Wärme Pumpe geht der Stromverbrauch wieder ein bisschen hoch. Daher versuchen wir noch mehr einzusparen, dass die Solaranlage den Bedarf decken kann. Dann schauen wir das gemeinsam an und ich bekomme dann beispielsweise die Aufgabe zu schauen, wo sind die grössten Energiefresser und was könnte man diesbezüglich noch verbessern. Wir werden diesen Sommer noch Bewegungsmelder für das Licht auf dem Gang installieren. Das spart nicht extrem viel Energie, es geht mehr darum darauf aufmerksam zu machen und eine Vorbildfunktion für die Gäste einzunehmen.</p> <p>Nachhaltigkeit ist ein grosser Begriff. Wir haben ein Leitbild, ich habe auch für die Pension ein Leitbild und mich daran ein bisschen orientiert und geschaut, was da drin steht (es ist nicht von mir geschrieben). <i>Sévérine ist das zweite Jahr im Pro Natura Zentrum angestellt</i>. Da ist vor allem für die Lebensmittel festgehalten, woran wir uns orientieren. Also es ist nicht spezifisch die Nachhaltigkeit definiert, sondern nach welchen Richtlinien wir einkaufen zum Beispiel. Regional und so viel wie möglich biologisch. Wein haben wir zum Beispiel ausschliesslich aus dem Wallis. Beim Fleisch ist uns sehr wichtig, dass es aus der Region ist und von Produzenten die wir kennen. Letztes Jahr habe ich einige Produzenten mit Carmen, meiner Vorgängerin, besucht und dieses Jahr war ich bei Produzenten vor Ort, von da wo wir die Schweine, das ganze Kalb, die Hühner herhaben und auch in der Sennerei. Wir kaufen nur ganze Tiere von Biohöfen ein. Alle hier aus der Nähe. Ausser die Hühner, welche von einem Betrieb auf dem Simplon stammen und nicht biologisch sind, jedoch sehr artgerecht gehalten werden. Der Bezug zu den Produzenten ist uns wichtig, wir schauen was es für Leute sind und haben einen persönlichen Kontakt. Das ist auch beim Käser und dem Metzger der Fall. Über das Leitbild vom Pensionsbetrieb hinaus ist soweit ich weiss nichts festgehalten.</p> <p>Eine Evaluation auf Nachhaltigkeit haben wir nicht. Was wir immer anschauen ist der Strom und der Wasserverbrauch. Der Stromverbrauch vor allem in Bezug auf die Solaranlage (<i>diese ist extern installiert</i>). Der Verbrauch sollte von der Anlage gedeckt werden. Maurus hat den Überblick beim Strom. Gerade in diesem Jahr haben wir gemerkt, dass wir ein wenig mehr Strom verbrauchen als von der Solaranlage produziert wird. Wir sind noch CO₂ neutral, weil wir Ökostrom beziehen. Trotzdem ist unser Ziel natürlich das wir weniger verbrauchen. Da haben wir geschaut was wir noch einsparen können. Es gibt keine festgesetzte jährliche Evaluation, sondern wenn etwas heraussticht gehen wir das an. Wir haben eine Statistik in Bezug auf Strom und Wasser, aber bis jetzt für keine anderen Bereiche. Ich könnte mir vorstellen, in Bezug auf Food Waste eine Statistik oder einen Überblick darüber zu schaffen. Grundsätzlich ist die Lebensmittelverschwendung sehr gering. Das hat damit zu tun, dass wir für alle ein Menü kochen und im Voraus wissen, wie viele Personen anwesend sind. Zudem können Reste für die Mitarbeitenden verwendet werden. Falls man sich einmal verschätzt und Reste dann länger stehen bleiben, kommt es mal vor, dass etwas weggeworfen werden muss. Wir verwerten wirklich viel. Brot beispielsweise verwerten wir immer weiter, da gibt es viele Möglichkeiten.</p>	

Mitarbeitenden Schulung	Wie bekommen die Mitarbeitenden die Philosophie des PNZA mit?
<p>Bezüglich der Lebensmittel erzähle ich dem Hausteam (<i>Mitarbeitende im Pensionsbetrieb</i>) zu Beginn, welche Lebensmittel wir haben und was für Wert wir beim Einkauf vertreten. Sie haben am meisten mit dem Gast zu tun und sollen das auch weitergeben können. Zu Beginn der Saison weise ich im Rahmen der Hausordnung auf Nachhaltigkeit allgemein hin. Zum Beispiel das jeder darauf achten sollte Strom oder Wasser zu sparen. Diesbezüglich habe ich mir aber vorher gerade Gedanken gemacht. Ich glaube nächstes Jahr mache ich ein bis zwei Wochen nach Saisonstart einen Nachhaltigkeitsworkshop. Ich habe festgestellt, dass Dinge die mir wichtig sind nicht für alle selbstverständlich sind. Beispielsweise beim Food Waste. Ich habe immer das Gefühl, dass die Leute hier arbeiten, die Philosophie mitbekommen, jedoch ist das nicht bei allen der Fall. Deswegen habe ich überlegt ein kurzer Workshop zum Thema Nachhaltigkeit wäre sinnvoll. Wo dies besprochen werden kann in Bezug auf Lebensmittel, Wasserverbrauch, Heizung, persönliches Verhalten etc. Da wir nicht davon ausgehen können, dass alle Mitarbeitenden sich selber so intensiv damit beschäftigt haben. Wir sind auf einem guten Niveau, aber ich denke jeden Tag es gibt noch Potenzial. Das sind Dinge, die nicht nur ich beeinflussen kann, sondern auch alle die hier arbeiten. So kann eine nachhaltige Lebensweise weitgestreut werden.</p>	

Wirtschaft

Stärkung regionaler Wirtschaft	Sind die genutzten Materialien regional? Beispielsweise bei der Renovation des Bellevues (<i>Mitarbeitendenunterkunft</i>) verwendet? Werden regionale Unternehmen unterstützt?
<p>Ich weiss nicht, was für Holz für die Renovation des Bellevues wurde. Ich nehme an es war regional oder auf irgendeine Weise nachhaltig. Da ist auch die Frage, ob es Ressourcen vor Ort hat. Da musst du Maurus oder Laudo fragen, die wissen da sicher Bescheid.</p> <p>Wenn ich etwas einkaufe, schaue ich darauf, dass es wenn möglich aus dem Wallis kommt. Es ist nicht immer möglich. Dann müsste ich die Zeit haben, ins Tal zu fahren und etwas vor Ort zu kaufen. Kleine Unternehmen haben oft keinen Online Shop. Aber beispielsweise WC-Papier und Handtrocknungspapier kaufe ich bei einer kleinen Firma aus dem Wallis, obwohl ich beides auch bei der Zürcher Firma kaufen könnte, bei denen ich Putzmittel bestelle. Für die Getränke berücksichtigen wir die regionalen Getränkelieferanten auf der Riederalp. Ich versuche ein Mittelmass zu finden. Da Unternehmen aus der Region sehr oft von Grosslieferanten beziehen und die Produkte an sich nicht so nachhaltig sind. Dennoch möchten wir kleine, regionale Unternehmen trotzdem unterstützen. Bei den Lebensmitteln kann ich dir eine Liste zur Verfügung stellen, von wo wir was beziehen. Die Produzenten sind fast alle aus dem Wallis. Bei gewissen Sachen ist es ziemlich schwierig. Gleichzeitig muss ich ein bisschen abwägen, damit mich das Bestellungen machen nicht extrem viel Arbeitszeit kostet.</p>	

Wirtschaftlichkeit	Rentiert der Pensionsbetrieb oder wird er, so wie das Umweltbildungsangebot, von Pro Natura mitfinanziert,? Sind die Preise im Pensionsbetrieb zu günstig? Wie sieht es mit der Auslastung aus?
<p>Für die Schulen ist der Preis für die Unterkunft bewusst sehr gering. Damit diese sich einen Aufenthalt im Zentrum leisten können. Nur der Pensionsbetrieb ist eigentlich selbsttragend, also der Pensionsbetrieb plus der Tee-Salon. Jedoch alles rundum nicht. Der Unterhalt vom Gebäude könnte nicht vom halbjährigen Betrieb des Zentrums gedeckt werden. Der Kosten sind immens. Das Pro Natura Zentrum im Ganzen ist nicht selbsttragend. Jedoch der Pensionsbetrieb an sich muss es sein. Da schauen wir, dass es passt. Natürlich ist es schwierig genau abzutrennen, was rein Pensionsbetrieb ist und was zur Umweltbildung gehört. Jedoch decken die Einnahmen vom Pensionsbetrieb die Ausgaben für den Betrieb sowie die Mitarbeitenden Löhne. Von daher passt es.</p> <p>Nur von Schulklassen alleine könnten wir jedoch nicht überleben. Die 50 Franken pro Nacht sind extrem wenig für das Frühstück- und Lunchbuffet sowie einem viergängigen Menu am Abend mit möglichst vielen Bioprodukten. Auch sonst sind das Angebot aufgrund der hohen Qualität der Lebensmittel eher zu günstig. Wir müssen aber auch schauen, was die Konkurrenz macht. Nicht unbedingt Umweltbildungszentren, aber Bergpensionsbetriebe, die ähnlich unterwegs sind. Vor ein paar Jahren wurde eine Statistik in Auftrag gegeben, um zu schauen wo das Zentrum mit den Übernachtungspreisen steht. Ich habe mir das angeschaut und bin die Betriebe durchgegangen. Preismässig liegen wir da im Durchschnitt, wenn wir die Preise erhöhen würden, wären wir ein bisschen zu hoch im Vergleich zu den Konkurrenzbetrieben. Das muss man halt auch ein bisschen anschauen. Wir haben ein bisschen weniger Ausgaben beim Personal, weil beispielsweise die Zimmer nicht jeden Tag gereinigt werden. Der Service entspricht einem Pensionsbetrieb und keinem 4-Sterne Hotel.</p> <p>Die Auslastung ist sehr hoch. Sie liegt glaube ich bei 70-80%. Jedoch muss die Zimmer und die Bettenauslastung separat betrachtet werden. Wenn nämlich zwei Personen ein Mehrbettzimmer buchen, sind die anderen Betten „gesperrt“. Daher ist die Zimmerauslastung höher als die Bettenauslastung.</p>	

Soziales

Arbeitsbedingungen	Wie sind die Arbeitsbedingungen im Pro Natura Zentrum Aletsch?
<p>Alle Mitarbeitenden vom Hausteams sind unter dem Gesamtarbeitsvertrag der Gastronomie angestellt. Da werden gewisse Richtlinien vorausgesetzt, zum Beispiel das nach 5 Stunden mindestens eine halbe Stunde Pause ansteht. Da bieten wir je nach Dienst (bei 3 Stunden nicht) noch zusätzlich eine 15minütige Kaffeepause, was nicht vorgeschrieben ist. Die Dienste sind so eingeteilt, dass an einem Tag 8.5 Stunden gearbeitet wird und es keine Schichten gibt, die ohne Unterbrechung länger als 5 Stunden dauern. In der Hochsaison (Sommerferien) gibt es manchmal Überstunden, diese können meist in der Zwischensaison mit mehr Schulklassen ausgeglichen werden. Die Ruhezeiten sind immer eingehalten. Alle Dienste ausser die Schicht, welche erst um 10:30 Uhr beginnt, haben eine Zimmerstunde. Alle Mitarbeitenden haben grundsätzlich eine 5-Tage Woche. Ausnahmsweise können es einmal (nach Absprache) sechs oder sieben Tage am Stück sein, aber dafür dann anschliessend drei Tage frei. Mit Ina habe ich aufgrund ihrer Schwangerschaft abgemacht, dass sie nur drei oder vier Tage am Stück arbeitet. Die Arbeit ist im Moment streng, aber die Ruhezeiten sind im Vergleich zu anderen Gastronomiebetrieben gut geregelt.</p>	

Vom sozialen her haben wir alle zwei Wochen eine Teamsitzung. Ich lege meinen Mitarbeitenden nahe sich zu melden, wenn etwas nicht passt. Das wissen eigentlich alle, ich kommuniziere das regelmässig.

Umwelt

Energie & CO ₂ Ausstoss	Worauf achtest du in Bezug auf den Energie- und Ressourcenverbrauch? Wie wird die interne Mobilität vorgenommen?
<p>Wie bereits erwähnt, gibt es industrielle Küchenmaschinen nicht in den unterschiedlichen Energieklassen. Alle Lampen sind auf LED umgestellt. An allen Wasserhähnen sind Wassersparer montiert. Nur bei den Duschen im untersten Stock ist das noch nicht der Fall, weil es fixe Duschköpfe sind. Da habe ich vor dann mal etwas neues zu installieren. Gerade weil die Schulklassen dort duschen und dies manchmal ziemlich lange, könnte ein Wassersparer Sinn machen. Wenn ich neue Geräte kaufen muss, achte ich auf jeden Fall darauf, dass sie nachhaltig ist. Manchmal ist es nicht möglich. Wie beispielsweise die industriellen Geschirrwashmaschinen mit einer Dauer von zwei Minuten, auf die wir nicht verzichten können. Da weise ich die Leute darauf hin, kalt vorzuwaschen und die Maschinen nur ganz voll laufen zu lassen. Das ist sonst eine Verschwendung. Die benötigte Hitze verbraucht viel Strom und es wird chemisches Waschmittel verwendet. Dies ist nicht für alle selbstverständlich und auch ein Thema für den Nachhaltigkeitsworkshop. Gerade weil die Maschine so schnell wäscht, wird man dazu verleitet schnell etwas hineinzustellen. Bei Staubsaugern und weiteren Geräten achten wir auf qualitativ hochwertige Geräte.</p> <p>Bei sonstigen Gegenständen achte ich darauf woher sie kommen oder ob es eine Variante aus Recycling Materialien gibt. Falls es Sinn macht sollte es kein Plastik sein. Es ist jedoch ein Abwägen, auch in Bezug auf den Aufwand und den Preis.</p> <p>Die meisten Lebensmittel werden auf die Riederalp geliefert und dann mit dem Elektromobil auf die Riederfurka transportiert. Manchmal kaufe ich noch etwas ein, wenn ich in meiner Freizeit unterwegs bin. Ein paar Mal in der Saison gehe ich in der Prodega in Brig einkaufen, da muss ich noch das Auto nehmen. Aber es ist nicht ein langer Weg mit dem Auto von Mörel bis Gamsen. Dreimal in der Woche haben wir eine Lebensmittellieferung, jeweils Dienstag, Mittwoch und Freitag. Es gibt einige Dinge, die wir nicht bestellen können. Beispielsweise kaufe ich manchmal Bio Ingwer ein, wenn ich mal im Tal bin. Da dieser aus dem Ausland kommt, möchte ich wenigstens biologischen beziehen.</p>	

Abfallwirtschaft	Für die Mitarbeitenden steht eine umfassende Recycling Sammlung zur Verfügung. Wie wird das Recycling bei den Gästen gehandhabt?
<p>Sie können es uns abgeben. Es stehen aber keine Trennmöglichkeiten auf den Zimmern zur Verfügung. Es wäre gut ein Blatt zu erstellen mit dem Titel: „Wie bin ich ein nachhaltiger Gast?“. Also keine Einwegverpackungen nutzen und hier hoch tragen etc. Wenn wir eine Trennmöglichkeit anbieten, ist der Gast noch gewillter all seinen Müll hier abzuladen. Das habe ich schon draussen beobachtet, von Leuten die einfach mit dem Velo vorbeifahren und ihren Abfall hier deponieren. Jedoch müssen wir die Organisation und Bezahlung übernehmen, um den Abfall vom Berg hinunterzubringen. Wir bezahlen alles was wir mit der Bahn runterschicken per Kilo. Es bedeutet für uns Aufwand und Kosten. Da möchte ich gerne die Gäste darauf hinweisen. Unsere Gäste wie sie sich als nachhaltigen Gast verhalten können. Aber auch die externen Gäste, damit sie nicht ihren Müll bei uns abladen. Jedoch ist die Umsetzung davon schwierig. Wir haben ganz bewusst kein Trennstation draussen. Zu Beginn stand ein PET-Kübel vor dem Haus und das wurde alles Mögliche entsorgt. Je grösser der Behälter, desto mehr trauen sich die Gäste alles da zu lassen. Klar ist es besser, wenn es im Müll und nicht in der Natur landet. Es kann aber nicht sein, dass wir noch alles aussortieren müssen. Man könnte bei allen Abfallbehältern ein Hinweisschild anbringen und darauf hinweisen den Müll wieder mit nach Hause zu nehmen und nicht auf dem Berg zu entsorgen. Da ist noch schwierig den richtigen Ton zu treffen und dafür zu sorgen, dass die Leute es lesen. Für unsere Gäste möchte ich gerne ein Blatt machen, wie sie sich im besten Fall verhalten und wo sie gegebenenfalls etwas richtig entsorgen können. In der Garderobe könnte eine Recycling Station stehen, weil da keine externe Gäste hinkommen.</p>	

Reinigungsmittel	Was nutzt ihr für Reinigungsmittel? Gibt es Vorgaben bezüglich der Menge an genutztem Produkt?
<p>Wir beziehen Reinigungsmittel bei der Firma Steinfels. Die ist nicht regional, bietet aber eine Ökolinie (Maya) an. Fleckenentferner nutzen wir konventionelle, weil die ansonsten nichts nutzen. Ganz genau kenne ich mich da nicht aus und kann dir nicht sagen, wie ökologisch das ist.</p> <p>Vorgaben für die Menge habe ich keine. Das macht jeder individuell. Da wird teilweise schon ziemlich viel verbraucht, weil man das Gefühl hat, ansonsten wird es nicht sauber. Jedoch sind die Reinigungsmittel ein Konzentrat und könnten verdünnt werden. Das möchte ich nächstes Jahr genauer festlegen. Die Schwierigkeit ist die Schnelligkeit, die gleichzeitig erreicht werden muss. Beim Wäschewaschen gibt es eine Vorgabe wie viel Waschmittel, bei welcher Wäsche verwendet werden muss. Bei der Personalwaschmaschine sollten wir das auch noch anschreiben. Auch sonst könnten wir in einem Workshop darauf hinweisen, dass Mitarbeitende vermehrt zusammen waschen, anstatt ein Waschgang für eine kleine Menge zu nutzen. Gerade weil Waschmaschinen, Küchengeräte wie Backofen und Abwaschmaschine zu den grossen Stromfressern gehören. Da kommt beim Waschen auch noch die Heisswasseraufbereitung dazu.</p>	

Abschluss

Abschliessende Frage	Möchtest du noch etwas ergänzen? Was ist deine persönliche Vision für das PNZA?
	<p>Ich weiss nicht ob das umsetzbar ist, aber ich habe die Vision mehr Lebensmittel selber anzupflanzen. Mit den zwei Hochbeeten haben wir damit diese Saison im kleinen Rahmen begonnen. Auf 2000 m.ü.M. ist das natürlich eine herausfordernde Aufgabe. Aber es wäre super, weil damit der Transportweg wegfällt. Dieses Jahr haben einzelne vom Team sich ein bisschen Zeit für das Hochbeet genommen. Aber für eine Umsetzung im grösseren Rahmen, müsste jemand den Aufbau davon in die Hand nehmen. Damit man vielleicht schon im Mai anfangen kann mit einem Frühbeet, dass durch Kompost erwärmt werden kann. Dann gäbe es auch eine Ernte. Momentan wächst vieles schon gar nicht gross, weil es einfach zu kalt ist. Das wäre etwas im Bereich Lebensmittel.</p> <p>Von den Lieferanten her bin ich daran, dass wir noch mehr Bioprodukte vom Wallis beziehen können. Das Bio-Gemüse haben wir zum einen Teil aus Ried-Brig und der Rest aus dem Seeland. Es gibt zwar Biobauern im Unterwallis, da ist der Bestellvorgang jedoch ziemlich kompliziert für mich. Beispielsweise kann ich wenig Bio-Gemüse über den Chez Mamie Laden in Visp beziehen. Es wäre jedoch super, wenn sich ein paar Abnehmer im Oberwallis zusammenschliessen würden, damit es sich für einen Bio-Lieferanten aus dem Unterwallis lohnt das Gemüse zu liefern.</p> <p>Ich habe noch mehr Visionen. Zum Beispiel möchten wir in der Küche noch mehr die Natur hier vor Ort miteinbeziehen. Damit wir Wildkräuter oder -beeren direkt in der Küche verwenden können. Das benötigt natürlich Zeit, weil jemand sie sammeln muss. Gleichzeitig ist eine Idee ein Kursangebot zum Thema Wildkräuter in der Küche. So kann auch der nachhaltige Umgang mit Wildkräutern weitergegeben werden.</p> <p>Gerne möchte ich noch mehr an die Gäste und die Schulklassen übermitteln, was wir machen. Damit das Engagement sichtbar gemacht wird und die Gäste das mitbekommen. Wie zum Beispiel das wir alle zwei Tage vegetarisch kochen. Fleischkonsum im Mass ist für mich akzeptabel. Unsere Produzenten haben alle eine artgerechte Tierhaltung. Ich kann mir da gut vorstellen, nur noch einmal oder zweimal in der Woche Fleisch anzubieten. Dem Gast noch mehr mitzugeben, dass das Mass entscheidend ist.</p>