



## [Tourismus in der Schweiz - Vergleichende Studie \(zurück\)](#)

# Regionalstudie "Heidiland"



Im Rahmen des [Projekts Neuansätze im Freizeitverkehr](#) erwies sich die Region Sarganserland-Walensee, "Heidiland", als interessantes Beobachtungsfeld von Problemen, die im Berggebiet wichtig sind. Die Ergebnisse der Studie wurden in einer Sonderbeilage des "Sarganserländers" vom 16. Oktober 1998 der Öffentlichkeit vorgestellt (amtliches Publikationsorgan, Redaktion Mels, Tel. 081 725 32 32):



### Die Schlagzeilen:

"Anhaltspunkt für die Region. Kontrastanalyse verdeutlicht Gemeinsamkeiten und Differenzen"

"Die Region aus Sicht der Bevölkerung. Sarganserland-Walensee: zuwenig Arbeitsplätze, wirtschaftliche Randregion, aber einmalig schön"

"Wünsche für die künftige Entwicklung. Mehrheit für Tourismus, aber nach eigenem Mass"

"Die Region am Scheideweg? Identitäten, Interessen und Entwicklungen in der Region"

"Der dritte Weg für die Zukunft. Eine regionale Antwort auf die globale Herausforderung"

[Neuansätze im Freizeitverkehr \(back\)](#)

[Studie bestellen](#)

[Schweizerischer Nationalfonds](#)

Zuhanden eines Workshops wurden zu den verschiedenen Sektoren der Region wichtige Ergebnisse einem



Kreis von ca. 50 bedeutenden Personen der Region vorgelegt, die Anreize zur weiteren Entwicklung geben sollen:

- **Tourismus: Ferienregion mit Kontaktqualität**

### **Mehrheit für Tourismus nach eigenem Mass**

Die Mehrheit der Befragten ist für Tourismus. Der Wunsch nach dem lokal orientierten Tourismus steht an erster Stelle. Nur eine kleine Minderheit spricht sich für einen international ausgerichteten Tourismus aus.

### **Tourismus als Miteinander und Synergie**

In allen befragten Gemeinden gilt der Tourismus als Sektor, der zusammen mit der Landwirtschaft und dem Gewerbe zu fördern ist.

### **Tourismuszentren sind umstritten**

In den touristisch intensiv bewirtschafteten Orten Bad Ragaz und Flumserberg ist zwar der Wunsch nach dem international ausgerichteten Tourismus überdurchschnittlich hoch. Aber auch hier erreicht der lokal ausgerichtete Tourismus in der Bevölkerung grösseres Gewicht. Spannungen sind hier besonders angelegt.

### **Keine Neuerschliessungen, sondern das Bisherige und die Natur**

Die Bevölkerung will keine Neuerschliessungen im Sinn intensiver Nutzung bisher kaum erschlossener Gebiete. Hingegen ist der Wunsch, die bestehenden Anlagen zu pflegen ebenso populär wie der Wunsch, die einmalige Natur und Landschaft als wichtige Ressource zu wahren.

### **Kontaktqualität mit Gästen**

Gut die Hälfte der Befragten möchte nicht nur Touristen, sondern Stammgäste zum Wiederkommen und Bleiben gewinnen. Eine zweite relativ starke Gruppe will Gästen Einblick in den Alltag und in die Lebensweise der Einheimischen vermitteln. Nur eine kleine Minderheit sieht die eigene Umgebung und die touristischen Angebote als reines käufliches Gut.

### **Tourismus als ergänzende Arbeit für Frauen**

Der Tourismus wird als wichtige zukünftige Erwerbsdomäne für Frauen eingestuft. Weder für die Landwirte noch für Gewerbetreibende sieht man im Tourismus eine neue Beschäftigungschance.

- **Landwirtschaft bei den Bauern und in der Bevölkerung**

### **Tourismus nach eigenen Mass**

Bei den Landwirten schwingt der lokal ausgerichtete Tourismus für die Gemeindeentwicklung weit oben aus; sieben von zehn Befragten wählen diese Zielsetzung.

### **Bevölkerung setzt auf Umstellung der Bauern**

Quer durch das ganze Saraanserland besteht hoher

Konsens, dass sich Landwirte in ihrer Tätigkeit neu ausrichten sollten. Mehr als die Hälfte der befragten Bevölkerung wünscht, dass die Landwirte vermehrt als Biobauern und Anbieter von landwirtschaftlichen Produkten auf dem regionalen Markt auftreten.

### **Bauern für "weiter so" und Arbeit im Wintertourismus**

Die Landwirte sind fast zur Hälfte der Meinung, man soll so weiter bauen wie bisher und überdurchschnittlich häufig wollen sie den Wintertourismus als ergänzenden Arbeitsmarkt für sich.

### **Einverständnis für Neuerungen**

Im Einklang mit den übrigen Bevölkerungsschichten befürworten Landwirte den Vorschlag, vermehrt Ferien auf dem Bauernhof anzubieten, Wohnraum an Wochenendaufenthalter zu vermieten, oder Bedürftige gegen Entgelt bei sich zu beherbergen.

### **Aber ja kein Gasthofbauer oder Animator werden**

Die Bauern wollen aber nicht darüber hinaus, zum Beispiel Gasthofbauer oder Animator werden, sondern wie bisher auf dem eigenen Hof und im Winter zusätzlich am Skilift weiter leben.

### **Sarganserländische bleibt ein Stück bäuerliche Identität**

Die bäuerliche Lebensweise hinterlässt auch in der heutigen nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung starke Spuren. Zwei von fünf Befragten der Region Walensee-Sarganserland fühlen sich am stärksten durch die Lebensweise und Mentalität der Berglandwirtschaft geprägt.

- **Wirtschaft: Innovationen aus eigener Kraft**

### **Die Hoffnung auf die Stammsektoren ist dominant**

Eine starke Mehrheit von 70% vertritt die "Stammerspektive": die Förderung des lokalen Tourismus, der Landwirtschaft, des Gewerbes und der Industrie. Eine Minderheit von 30% neigt der "Aussenperspektive" zu, will Zuzüger von aussen, moderne Technologien und Chancen auf dem internationalen Tourismusmarkt.

### **Widerstand gegen Neuerungen**

In der Region herrscht aufgrund der letztjährigen Erfahrungen die Befürchtung vor, dass Neuerungen mit dem Verlust von Arbeitsplätzen einhergeht. Umso stärker setzt man auf die Erhaltung der angestammten Wirtschaft und Arbeitsweise. Darin liegt eine Schwäche für die Wirtschaft vor. wenn durch diese Haltung zugleich

Widerstand für Umstellungen und Neuerungen genährt wird.

### **Je weniger eigene, desto mehr eindringende Innovation**

Erzwingt der Wettbewerb Änderungen, neue Technologien, Wirtschaftsformen und Arbeitmuster, wird die einheimische Stammhaltung - mit ihnen die 70% der auf sie setzenden Bevölkerung - isoliert, abgedrängt und von aussen konkurriert. Es profitiert der aussenorientierte Sektor, die 30% der Bevölkerung, die auf die Öffnung nach aussen setzen.

### **Innovationen von innen heraus**

Die Situation verlangt, dass die Haltung des stillen Widerstand gegen Neuerungen einer der anderen Einstellung weicht. Neuerungen sind selbst von innen her hervorzubringen oder einzuführen, Innovationen nach eigenem Mass und Bedürfnis. Damit entstehen die Kernfähigkeiten, geeignete Innovationen von aussen in die Region einzuführen und den Bedürfnissen anzupassen.

- **Kultur: stark, bedroht, schweigend und verschwiegen**

#### **Starke Identität**

Die Antworten zeigen, dass die Bevölkerung in der Region Sarganserland-Walensee sich stark mit der Gemeinde identifiziert. Man kann sie als starke Kultur beschreiben.

- Sie fühlt sich als Sprechgemeinschaft, die sich in den örtlich gefärbten Dialekten wiedererkennt.
- Sie verankert sich in der Landschaft, die sie als einmalig empfindet und mit der sie sich als einem Stück des eigenen Selbstbilds identifiziert.
- Sie nutzt die Landschaft als eigenen Freizeit- und Ferienraum.
- Sie identifiziert sich mit tradierten Identitäten, dem bergb/auml;uerlichen und Arbeitermilieu, selbst wenn heute in modernen Sektoren gearbeitet wird.

#### **Bedrohte Eigenart und sinkende Eigenbestimmung**

Auf diese Identitäten stossen Befürchtungen, die Eigenart mehr und mehr zu verlieren. Man empfindet Risse zwischen dem früheren und dem heutigen Bild der Region. Befürchtet wird ein zunehmender Einfluss von aussen, der die Eigenbestimmung in der Gemeinde gefährdet.

#### **Bedrohung übersetzt sich in Widerstand**

Je mehr man befürchtet, dass sich in Zukunft die eigene Kultur, zum Beispiel die typischen Ikonen der Sprechgemeinschaft abschleifen, desto stärker ist man aeaen neu einaeführte Wörter oder Sianete. wie z. B. das

Markenzeichen Heidiland. Man wehrt sich nicht gegen ein Wort, sondern gegen eine Konstruktion von aussen.

**Kultur: schweigendes und verschwiegenes Potential**

Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Bevölkerung eine nach innen gekehrte Haltung zeigt. Nur eine kleine Minderheit wählt zum Beispiel die selbstbewusste Antwort, man soll Gästen und Fremden aufzeigen, was die Region kulturell an Verstecktem zu zeigen hat. Man schweigt lieber und wird umso leichter verschwiegen. Das Potential der Kultur, das Kulturschaffen und die Angebote in der Region werden unter den Scheffel gestellt.

<BR< FONT>

[top](#)  
[Zurück](#)