1| WIRTSCHAFT 2| TOURISMUS 3| NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS

Departement für Erziehung, Kultur und Sport
Departement für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung
Dienstelle für Berufsbildung
Beauftragter Schule-Wirtschaft

Schule-Wirtschaft steht unter der Federführung des Departements für Erziehung, Kultur und Sport und des Departements für Wirtschaft, Energie und Raumentwicklung und verfolgt 3 Ziele:

- Sensibilisierung der Jugendlichen für die Wirtschaft
- Heranführung der Jugendlichen an die Grundregeln der nachhaltigen Entwicklung
- Entwicklung eines Unternehmersinns

In diesem Zusammenhang und zur Verwirklichung der Zielsetzungen einer Allgemeinbildung, veröffentlicht Schule-Wirtschaft dieses Heft für die Lehrkräfte der Berufsfachschulen und die Walliser Lehrlinge Es enthält wesentliche Informationen zu den nachstehenden 4 Themenbereichen:

- Walliser Wirtschaft
- Tourismus
- Nachhaltige Entwicklung
- Meine Region, ein Lebensraum

Dieses Dokument steht im Internet zur Verfügung:
www.schulen-wirtschaft.ch
www.ecole-economie.ch

Stéphane Dayer
Beauftragter Schule-Wirtschaft
Sitten, im März 2012

Die Walliser Wirtschaft

KAPITEL 1

ZIELSETZUNGEN :
Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein :
- die Hauptwirtschaftstätigkeiten des Wallis zu benennen und zu beschreiben ;
- die neuen Entwicklungswege in den Bereichen Industrie und Technologie aufzuzeigen ;
- die Bedeutung der Wasserkraft der Zukunft im Kanton zu erläutern ;
- anhand von Beispielen die Verbindung zwischen der Wirtschaft und der nachhaltigen Entwicklung im Kanton zu erklären.

1. WEIT MEHR ALS TOURISMUS UND LANDWIRTSCHAFT

Das traditionelle Bild der Walliser Wirtschaft beruht vor allem auf dem Tourismus und der Landwirtschaft. Aber das ist nur ein Teil der Realität. Bereiche wie die Industrie, die Wasserkraft und der Dienstleistungssektor spielen eine Schlüsselrolle in der Schaffung des Walliser Wohlstands.

Diese Vielfalt ist ein Vorteil, aber sie reicht nicht aus. Deshalb ist es wichtig, ständig neue Aktivitäten mit hoher Wertschöpfung zu entwickeln, insbesondere in den industriellen und technologischen Bereichen.

Die Hauptaktivitäten (2008) Verteilung der Beschäftigten	
Tourismus	10,5 %
Industrie	13,8 %
Verwaltung	55,5 %
Landwirtschaft	7,5 %
Bauwirtschaft	11,3 %
Energiesektor	1,3 %

Quelle : REE 2008.

Die Hauptaktivitäten (2010) Verteilung des Bruttoinlandprodukts (BIP)	
Landwirtschaft	2,9 %
Industrie	18,3 %
Wasser- und Energieversorgung	4,9 %
Bauwirtschaft	8,7 %
Handel	12,7 %
Hotel- und Gaststättengewerbe	14,5 %
Verkehr und Telekommunikation	5,9 %
Finanzgeschäfte	6,3 %
Immobiliengewerbe	7,5 %
Öffentliche Verwaltung, Gesundheit, Erziehung	18,0 %

Quelle : Walliser Kantonalbank, Institut CREA, Universität Lausanne
Veröffentlicht mit Genehmigung der WKB

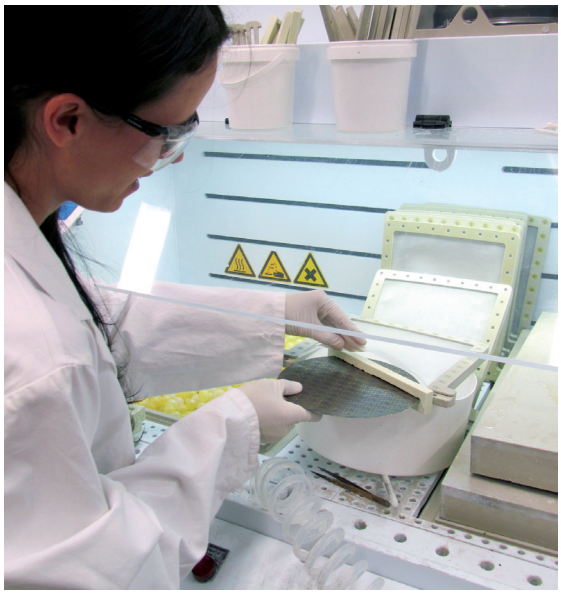
2. INDUSTRIE UND HANDWERK „SCHWERGEWICHTE“ UND VIELE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

Die multinationalen Unternehmen Alcan (Chippis, Siders), Lonza (Visp), BASF, Syngenta und Huntsman (Evionnaz, Monthey) beschäftigen ca. 16 % der Industriearbeitskräfte des Kantons. Der Grossteil jedoch arbeitet in ca. 300 kleinen und mittleren Unternehmen mit qualitativ hochwertigen Produktionen in ganz unterschiedlichen Bereichen. 90 % der Walliser Unternehmen beschäftigen weniger als 100 Personen.

Die Produktion ist sehr unterschiedlich. Sie reicht von Aluminium-Profilen bis zur Herstellung von Komponenten für Swatch-Uhren, von Formen mit hoher Präzision bis hin zu pharmazeutischen Produkten und Kosmetika, von Elektronikkomponenten bis hin zu Kunststoff, von der Mikrotechnik über Schmucksteine bis hin zu Elektrowerkzeugen.

Wie für jede andere wirtschaftliche Tätigkeit auch, entscheidet sich die Zukunft schon heute. Für die Industrie geht es darum

- ihre Rentabilität in der heutigen Welt aufrecht zu erhalten (Globalisierung, aufstrebende Länder usw.);
- sich ständig im Bereich der Forschung, Ent-wicklung und Innovation ständig weiterzuentwickeln;
- mit Fachpersonal zu arbeiten, das über umfangreiche Kompetenzen verfügt.



Sekundärsektor. Verteilung der Beschäftigten nach Hauptwirtschaftszweigen	
Chemische Industrie	13,4 %
Herstellung von Metallerzeugnissen	7,5 %
Energieversorgung	7,2 %
Holzverarbeitung	5,9 %
Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken	5,6 %
Erzeugung und Bearbeitung von Metall	5,1 %
Maschinenbau	4,8 %
Medizinische Geräte und Präzisionsinstrumente	3,2 %
Verlagsgewerbe, Druckgewerbe	3,2 %
Bauwirtschaft	35,2 %

Quelle: Das Wallis in Zahlen 2009, Walliser Kantonalbank

3. TOURISMUS DAS WALLIS, EIN GEBIET MIT VIELEN FACETTEN

Die grandiose Landschaft mit ihrer einzigartigen Natur, das milde Klima und die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten machen das Wallis zu einer attraktiven Tourismusdestination. Gleich ob es sich um die bekanntesten Ferienorte wie Zermatt, Leukerbad, Crans-Montana, Verbier oder Saas-Fee handelt oder um die zahlreichen, über das ganze Tal verstreuten kleinen Dörfer: Der Tourismus ist überall im Wallis.

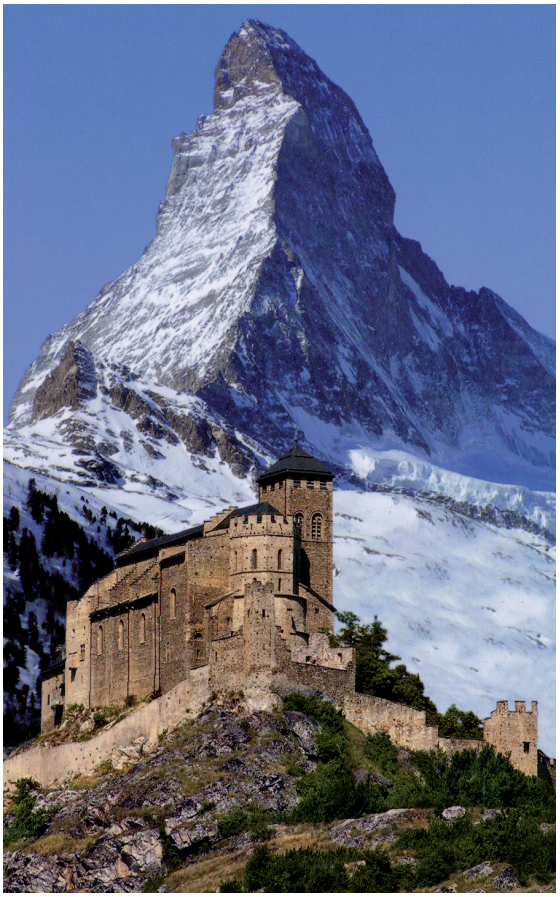
Mit 12 Millionen Übernachtungen pro Jahr steht das Wallis nach Graubünden in der Schweiz an zweiter Stelle.

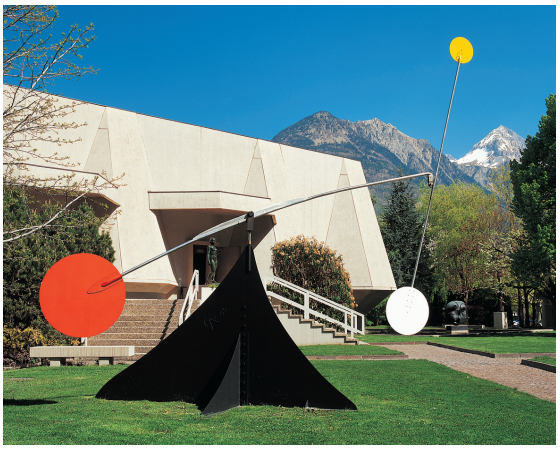
Der Tourismus ist ein wichtiger Sektor der Walliser Wirtschaft. Er ernährt sowohl direkt als auch indirekt, in den Bergen ebenso wie im Rhonetal die Bevölkerung und hält sie in bestimmten Regionen, die ohne den Tourismus schnell entvölkert wären.

Um auch in Zukunft bestehen zu können, muss sich der Tourismus einigen Herausforderungen stellen. Dabei geht es insbesondere um den Ausbau des Angebots (Verkehrsbüros, Destinationen, gemeinsames Marketing usw.) und die Werbung (Dachorganisationen, Zusammenarbeit zwischen den Akteuren und Synergien zwischen den verschiedenen Aktivitäten, finanzielle Aspekte usw.).

Das touristische Angebot: die Stärken des Wallis
- Landschaft
- Wanderwege
- Ruhe, Stille und Wohlbefinden
- Sport und Freizeitaktivitäten
- Wellness

Aspekte wie Kultur, Traditionen, Gastronomie, Weine und Agrotourismus vervollständigen die obige Liste.





4. LANDWIRTSCHAFT EINE MULTIFUNKTIONALE WIRTSCHAFTLICHE UND SOZIALE ROLLE

Vom Genfersee bis in die Berge finden sich alle Arten von Landwirtschaft : intensiv und extensiv, grosse Ackerkulturen, Spezialkulturen, Tierzucht. Die landwirtschaftlich genutzte Fläche umfasst 37 721 ha, wovon sich 60 % in den Gebirgsregionen befinden. Die Arbeit ist dort wegen der Hänge und der Zerstückelung der Parzellen oftmals schwierig.

Aufgrund der natürlichen Voraussetzungen ist die Landwirtschaft nur in bestimmten Gebieten möglich.

Die Hauptproduktionen sind :

- grosse Ackerkulturen (Getreide, Mais, Raps usw.) und Tierzucht im Chablais ;
- Weinanbau zwischen Martigny und Salgesch (Salquenen) (50 Rebensorten und 1/3 des Schweizer Weinbaugebiets) ;
- Obstbäume und Beeren zwischen Martigny und Siders (Aprikosen, Birnen, Äpfel, Erdbeeren, Himbeeren usw.) ;
- Gemüseanbau in der Ebene (Spargel, Karotten, Zwiebeln usw.) ;
- Rinder-, Schaf- und Ziegenzucht sowie Kulturen mit Heil- und aromatischen Pflanzen an den Hängen.

Die Walliser Landwirtschaft produziert zahlreiche Lebensmittel. Sie trägt damit zur Schaffung und Wahrung unterschiedlicher Landschaften und einer qualitativ hochwertigen Umwelt bei, wovon wiederum der Tourismus direkt profitiert. Seit Kurzem ist der Agrotourismus im Aufschwung, bei dem die Bauernhöfe und Kulturräume für die Besucher geöffnet werden. Im Hinblick auf die demographische Entwicklung ist es unabdingbar, qualitativ hochwertige Ackerböden in ausreichender Zahl zu bewahren, um schon heute zugunsten der Generationen von morgen zu handeln. Ausserem hängt der Fortbestand einer dezentralisierten Bevölkerung in den Seitentälern von der Fortführung der Landwirtschaft ab.

Die Walliser Landwirtschaft in Zahlen (2009)

- 4 078 Landwirtschaftsbetriebe, davon 1 692 Haupterwerbsbetriebe und 2 386 Nebenerwerbsbetriebe
- 9 873 Beschäftigte, davon mehr als 65 % in Teilzeit
- Anteil am Bruttoertrag :

- Weinbau	55,6 %
- Obstanbau	19,1 %
- Gemüseanbau	3,2 %
- grosse Ackerkulturen	3,1 %
- Tierzucht	19,0 %

Quelle : Walliser Landwirtschaftskammer

5. ENERGIE WASSERKRAFT JA KLAR, ABER NICHT NUR

Der andere Rohstoff im Wallis
Neben der Landschaft und dem Klima sind die Wasserreserven der grösste natürliche Reichtum des Kantons.

Derzeit werden im Wallis jährlich 10 Milliarden Kilowattstunden (kWh) Strom erzeugt. Das entspricht knapp 30 % der Stromerzeugung aus Wasserkraft in der Schweiz. Als erneuerbare Energie macht sie einen sehr wichtigen Teil der Schweizer Energiepolitik aus. Darüber hinaus schafft die Wasserkraft bedeutende Vorteile für die Wirtschaft und bringt den Walliser Gemeinwesen entsprechende Einnahmen.

Im Laufe des letzten Jahrhunderts haben öffentliche Gemeinwesen, die im Besitz von Wasserrechten sind, Konzessionsnehmern das Recht und die Aufgabe übertragen, das Wasser für die Stromerzeugung zu nutzen. Der grösste Teil der Wasserrechte bei den im Wallis gebauten Anlagen wurde an nicht im Kanton ansässige Gesellschaften vergeben. Nach Ablauf der Konzession (in der Regel nach 80 Jahren) kann das konzedierende Gemeinwesen wieder über die Wasserkraft verfügen und ihr „Heimfallrecht“ ausüben, indem es kostenfrei den sogenannten „nassen“ Teil der Anlagen übernimmt (Staumauer, Fallleitung, Turbine) und gegen Bezahlung den sogenannten „trockenen“ Teil (Transportleitungen). In diesem Zusammenhang ist es für das Wallis vom energetischen Standpunkt her von grosser Bedeutung, sich die Frage zu stellen, wie es einen Ausverkauf seiner Energie verhindern kann.

Auch erneuerbare Energien
Ohne Energie geht in unserer Gesellschaft nichts mehr. Deshalb müssen wir schnell Massnahmen für eine zuverlässige Energieversorgung treffen, ohne dabei den Aspekt des Umweltschutzes zu vernachlässigen. Eine umfangreiche Einsparung an CO_2 ist möglich, allerdings müssen wir dafür die Entwicklung indigener erneuerbarer Energien wie Windkraft, thermische Solarkraft (Warmwasser), Photovoltaik (Stromerzeugung), Geothermie und Biomasse (Klärschlamm, Holz usw.) massiv stärken.

Der Kanton Wallis kann auch eine Rolle spielen, wenn er die Nutzung der Abwärme (Industrien, Abfallverbrennung usw.) ausbaut.

Auf lokaler und regionaler Ebene wird mit dem Einsatz von „Mikrowasserkraftwerken“ (z.B. Turbinen, die im Trinkwassernetz einiger Gemeinden eingesetzt werden) kostengünstig Strom erzeugt, wobei ein Teil des schon vorhandenen Equipments (Wasserrohre und Reservoire) genutzt wird.

6. DIENSTLEISTUNGEN EINE GROSSE VIELFALT AN DIENSTLEISTUNGEN

Wie in allen Wirtschaftsregionen beschäftigt der tertiäre Sektor einen Grossteil der erwerbsfähigen Bevölkerung.

Geografisch verteilt sich das Dienstleistungsgewerbe vor allem auf zwei grosse Gebiete: die Haupttourismusregionen und die Rhoneebene. Es sind vor allem die Städte (Verwaltung, Spitäler usw.) und die Gemeinden mit einer hohen Konzentration der grossen Kaufhausketten betroffen.

7. SCHON HEUTE AN MORGEN DENKEN

Die notwendige Entwicklung neuer Tätigkeitsfelder mit hoher Wertschöpfung und die Suche nach Qualität!

Zur weiteren Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur und zum Ausbau von Arbeitsplätzen mit hoher Wertschöpfung (Ingenieure, Ökonome, Informatiker) hat der Kanton Wallis die Stiftung „The Ark" ins Leben gerufen.

Sie unterstützt neu gegründete Unternehmen durch die Bereitstellung von geeigneten Infrastrukturen und bietet ein Coaching für bereits bestehende Unternehmen und Hilfe bei Innovationsvorhaben an.

Die Stiftung konzentriert ihre Aktivität in 5 Kompetenzzentren:

- **BioArk in Monthey:**
  Medikamente usw.
- **PhytoArk in Sitten/Conthey:**
  Pflanzenextraktion für die Herstellung von Kosmetika usw.
- **IdeArk in Martigny:**
  Schnittstelle Mensch-Maschine, Stimmerkennung usw.
- **TechnoArk in Siders:**
  Erkennung intelligenter Barcodes usw.
- **BlueArk in Visp:**
  Energieeffizienz und erneuerbare Energien usw.

Das Wallis und das wirtschaftliche Wachstum

2007 erreichte das Walliser Bruttoinlandprodukt (BIP) 12,9 Milliarden Franken, das entspricht 2,7 % des nationalen BIP (478,3 Milliarden Franken).

Von 1996 bis 2007 stieg das Walliser BIP im Jahresdurchschnitt um 1,35 % (Schweiz: 2,02 %).

Die langfristige Tendenz zeigt, dass das Wallis langsamer wächst als der Rest des Landes.

Es liegt gegenüber dem Schweizer Durchschnitt deutlich zurück.

Ein Beschäftigter im Wallis generiert im Durchschnitt 62'700 Franken des BIP.

In der Schweiz sind es 90'800 Franken.

Quelle: outlook.eco, Walliser Industrie- und Handelskammer, WKB.

8. WIRTSCHAFT UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Wenn das Wallis die Stärkung und Diversifizierung seiner wirtschaftlichen Zukunft unterstützt, muss es gleichzeitig auch darauf achten, diese optimal in eine nachhaltige Entwicklung einzubetten.

Eine Hilfe ist dabei die „kantonale Agenda 21“. Sie legt in 16 Engagements in Bereichen wie Landwirtschaft, Tourismus, Industriestruktur, Energie, Sensibilisierung der Jugendlichen usw. einen sehr genau definierten Handlungsrahmen fest.

KAPITEL 1 ÜBUNGEN

1. Welches Interesse hat das Wallis an einer diversifizierten Wirtschaft?

2. Welches sind die Hauptwirtschaftstätigkeiten des Wallis im Hinblick auf die Verteilung der Beschäftigungen? Geben Sie sie in der Reihenfolge ihrer Bedeutung an.

3. Tourismus: Wozu ist ein gemeinsames Marketing notwendig?

4. In welchen Produktionsbereichen arbeitet die Walliser Industrie?

5. Gibt es Verbindungen zwischen Landwirtschaft und Tourismus? Wenn ja, welche?

6. Im Bereich der Energie aus Wasserkraft muss das Wallis wichtige Entscheidungen für seine Energiezukunft treffen. Worum geht es dabei?

7. Betrachtet man die Werte im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Entwicklung: Welche Energiearten können im Wallis entwickelt werden? Geben Sie für jede Energieart deren Vor- und Nachteile an. Berücksichtigen Sie dabei die drei Bereiche der nachhaltigen Entwicklung (Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt).

8. Warum muss das Wallis Tätigkeitsbereiche entwickeln, die Arbeitsplätze mit hoher Wertschöpfung bereithalten?

Der Tourismus
EIN SEHR WICHTIGER WIRTSCHAFTSZWEIG IM WALLIS, IN DER SCHWEIZ UND WELTWEIT

KAPITEL 2

ZIELSETZUNGEN :
Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein :
- zu erklären, wie Tourismus im Allgemeinen funktioniert ;
- die Situation des Tourismus im Wallis, in der Schweiz und weltweit zu beschreiben ;
- die Stärken und Schwächen des Walliser Tourismus, seine Entwicklungsperspektiven und die Massnahmen zu analysieren, die zur Sicherung seiner Zukunft getroffen werden müssen.

1. TOURISMUS, WAS IST DAS ?

Der Tourismus

„ Jede Form von Aktivität ausserhalb der Arbeitszeit, die von Personen unternommen wird, die reisen und in einem Umfeld wohnen, das nicht ihr gewohntes ist, um dort ihre Freizeit zu verbringen ".
P. de Groote

War Tourismus anfangs noch der Inbegriff von Freizeit und Gesundheit, so umfasst der Begriff heute alle wirtschaftlichen Aktivitäten, die eine Person während einer Reise unternimmt (Transporte, Hotels, Restaurants usw.), die nicht zu ihrem Alltag zählt.

Handelt es sich z.B. um eine Geschäftsreise, so spricht man von „ Geschäftstourismus ", bei einer Pilgerreise von „ Kulturtourismus ". Lässt man sich in einem anderen Land medizinisch behandeln, so spricht man von Medizin- oder Kurtourismus.

Eine Reise ermöglicht u.a. eine Unterbrechung des Tagesablaufs, der durch die Notwendigkeit, seinen Lebensunterhalt zu verdienen, vorgegeben wird. Reisen, um andere Kulturen zu entdecken und andere Landschaften zu bestaunen, war lange Zeit das Vorrecht der Wohlhabenden.

Als die Mittelschicht der westlichen Länder (Europa und Nordamerika) es sich erlauben konnte zu verreisen, entstand aus dem Tourismus eine richtige Industrie. Vor allem die allgemeine Verbesserung des Lebensstandards machte es den Leuten möglich, sich vermehrt um ihre Freizeit zu kümmern, und insbesondere um das Tourismus, wobei aber auch nicht vergessen werden darf, welche erheblichen Fortschritte im Transportwesen (Schifffahrt, Eisenbahn und vor allem Flugverkehr) gemacht wurden.

Die Freizeit

Der Begriff „ Freizeit " steht allgemein für die freie Zeit, meist innerhalb des Tagesablaufs.

2. DER TOURISMUS, EIN BESONDERER WIRTSCHAFTSZWEIG

2.1. Die touristische Nachfrage

Basiert auf den Bedürfnissen des „Touristen“, der versucht :

- dem Alltag, dem Stress zu entfliehen ;
- sich auszuruhen ;
- Neues kennenzulernen ;
- zu lernen, sich zu bilden ;
- sich zu erholen, Sport zu treiben ;
- sich abzulenken ;
- Freunde und Bekannte zu treffen ;
- die Natur und neue Regionen zu entdecken, zu reisen ;
- usw.

Wird durch bestimmte Aspekte bestimmt wie z.B. :

- extrem unterschiedliche Beweggründe seitens der Kunden ;
- der Kunde muss sich zwingend zum Produkt (Ort, touristische Region) begeben, was z.B. bei einem Einkauf in einem Geschäft nicht der Fall ist ;
- die zeitliche (saisonal) sowie räumliche (Ferienorte, touristische Regionen) Konzentration der Aktivitäten ;
- die extreme Sensibilität gegenüber der wirtschaftlichen Konjunktur und der internationalen politischen Situation ;
- usw.

Sie hängt von verschiedenen Faktoren ab.

Anreizfaktoren	Zulässige Faktoren	Verschiedene Arten von Tourismus
- Urbanisierung (Verschmutzung, Vereinsamung, Stress usw.) - Öffnung der Gesellschaft (Austausch, Information usw.) - psychologische Gründe (Prestige, Erholung usw.) - usw.	- freie Zeit - Mobilität, Verkehrsmittel - Einkommen - touristisches Angebot - bezahlter Urlaub - Medien - wirtschaftliche Lage - usw.	- Erholungstourismus (Spaziergänge usw.) - Freizeittourismus (Sport usw.) - Kulturtourismus (Konzerte usw.) - Gesundheitstourismus (Thermalbäder, Kur) - Geschäftstourismus (Kongresse, Seminare usw.) - usw.

Quelle : www.ecole-economie.ch

2.2 Das touristisches Angebot

Charakteristisch für das touristische Angebot ist:

Im Zusammenhang mit dem Produkt:
- ein stark an den geographischen Ort gebundenes Produkt, der charakterisiert wird durch:
  - die natürlichen Gegebenheiten (Landschaft, Klima, geographische Lage usw.);
  - die allgemeine Infrastruktur (Verkehrswege, Chalets, Hotels usw.);
  - sozio-kulturellen Verhältnisse (Kultur, Gesellschaft usw.);
- zahlreiche Einrichtungen werden von Touristen und Einheimischen gleichermassen genutzt (Bergbahnen, Thermalbäder, öffentliche Einrichtungen usw.);
- ein Bündel wirtschaftlicher Aktivitäten, die eng voneinander abhängen (Hotellerie, Parahotellerie, Bergbahnen, Restaurants, Transportwesen usw.)

Im Zusammenhang mit dem Angebot und der Nachfrage:
Die touristischen Aktivitäten hängen eng von den saisonalen Schwankungen ab.
Dies spielt eine Rolle bei Punkten wie:
- eine sehr schwankende Belegungsrate (Hotellerie, Parahotellerie usw.), Phasen der „geschlossenen Fensterläden";
- Beschäftigung des Personals (Teilzeitangestellte, Saisonangestellte);
- Nutzung von Infrastrukturen (unausgeglichene Rentabilität);
- die Notwendigkeit, Kunden für die Nebensaison zu finden;
- usw.

Das touristische Angebot beruht auf den Produkten, die aus der Kombination mehrerer Elemente entstehen.

	Natürliche Gegebenheiten	Allgemeine Infrastruktur	Soziokulturelle Verhältnisse
Ursprüngliches Angebot Klima der Gastfreundschaft	- Klima - Landschaft - Fauna - Flora - Basisinfrastrukturen - usw.	- Siedlungsgebiet - Denkmäler - Bauwerke - Touristische Infrastrukturen - usw.	- Mentalität - Gastfreundschaft - Kultur - Tradition - Geschichte - Gastronomie, Weine - usw.
Abgeleitetes Angebot	- Transport - Zufahrtswege/Kanalisation - Verwaltung - Sporteinrichtungen - Unterhaltung - Informationsdienste - usw.	- Unterkunftsmöglichkeiten - Gastronomie - Gastronomie - usw.	

2. DER TOURISMUS, EIN BESONDERER WIRTSCHAFTSZWEIG

2.3 Der Tourismus funktioniert in drei Phasen

Vor den Ferien	Während den Ferien	Vor den nächsten Ferien
Ein unerbitterlicher Konkurrenzkampf zwischen den touristischen Regionen, um Gäste zu gewinnen.	Wichtige wirtschaftliche Einnahmen für die Region, in der die Gäste die Ferien verbringen.	Die Sorge, die Gäste für die nächsten Ferien wieder für die Region gewinnen zu können.

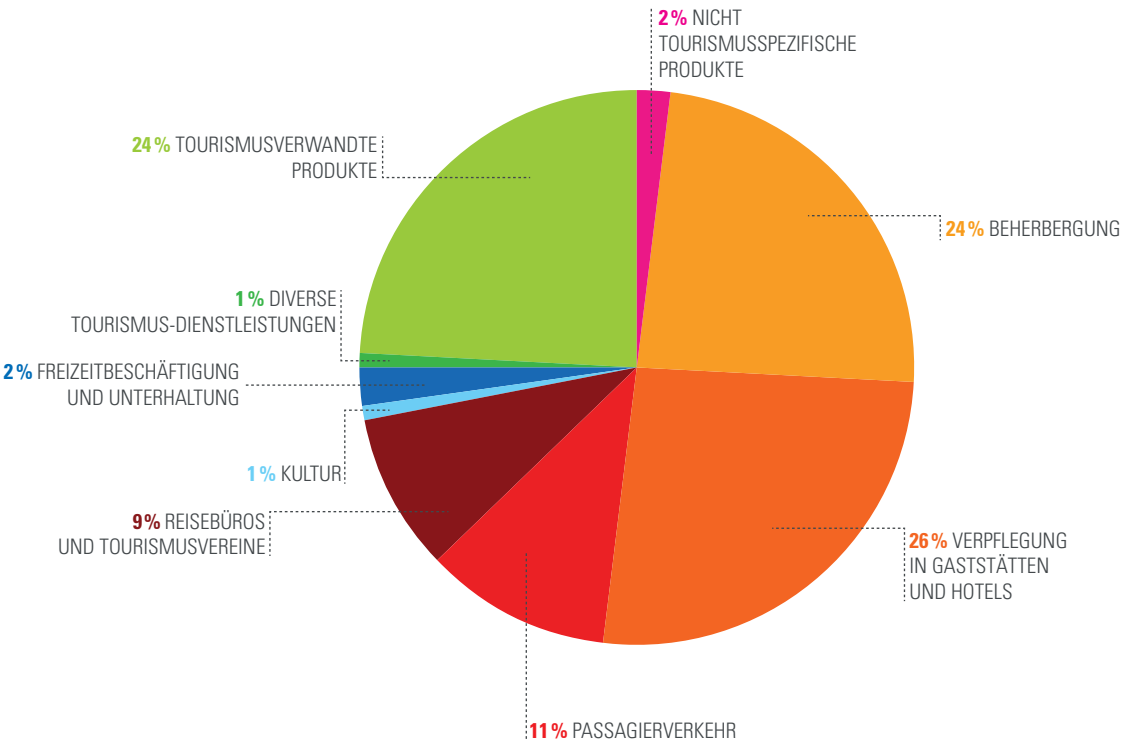
Quelle : Den Tourismus besser kennen, um besser davon zu leben, Schule - Wirtschaft, www.ecole-economie.ch

2.4 Der Tourismus schafft Arbeitsplätze

Touristische Beschäftigung in 2005, nach Produkten (Dienstleistungen). Angaben aufgerundet.

Quelle : Satellitenkonto Tourismus der Schweiz, 2001 und 2005, Bundesamt für Statistik 2008.

Der Tourismus ist ein wichtiger Arbeitgeber. 2005 entfielen 4,2 % der gesamtwirtschaftlichen Beschäftigung (VZÄ) auf den Schweizer Tourismus. In den Bergregionen ist dieser Anteil wesentlich höher als in den städtischen Agglomerationen.



2.5 Beherbergung : zahlreiche Kategorien sind betroffen

In der Schweiz sind z.B.die Beherbergungsmöglichkeiten in zwei grosse Kategorien unterteilt :

Hotellerie	Parahotellerie
Hotels	Private Ferienunterkünfte Ferienhäuser und -wohnungen
Pensionen	Zelt- und Wohnwagenplätze
Gasthäuser	Gruppenunterkünfte Touristen- und Massenlager, Häuser, Berg- und Schutzhütten
Motels	Jugendherbergen
Kurbetriebe Sanatorien, Kliniken, Thermalbäder	Agrotourismus Touristisches Angebot im ländlichen Raum
	Bed & Breakfast Beherbergungsarten, die ein Bett und ein Frühstück anbieten

Quelle : Schweizer Tourismusstatistik 2008.

3. DER TOURISMUS IM WALLIS, EIN SEHR WICHTIGER WIRTSCHAFTSZWEIG

3.1. Schon eine lange Geschichte. Die wichtigsten Etappen der touristischen Entwicklung in Kürze

Mitte des 19. Jahrhunderts wurden in Zermatt, St. Luc die ersten Hotels gebaut. Aber erst 1900 kam die Eisenbahn ins Wallis, das sich fortan nach aussen öffnete. Der Eisenbahn folgte dann auch der Bau von Luxushotels für Aristokraten.
Die beiden Weltkriege brachten diesen Luxustourismus zum Erliegen und es dauerte bis in die 60er Jahre bis im Wallis erneut ein Tourismus entstand, dieses Mal durch die Entwicklung von Freizeiteinrichtungen für die Massen und den Wintersport.

Heute lebt der ganze Kanton vom Tourismus. In den Seitentälern und an den Berghängen ist es vor allem der Ferienaufenthaltstourismus in den Ferienorten oder in den Chaletzonen. Das Angebot besteht u.a. aus Aktivitäten wie Sport, Wandern.

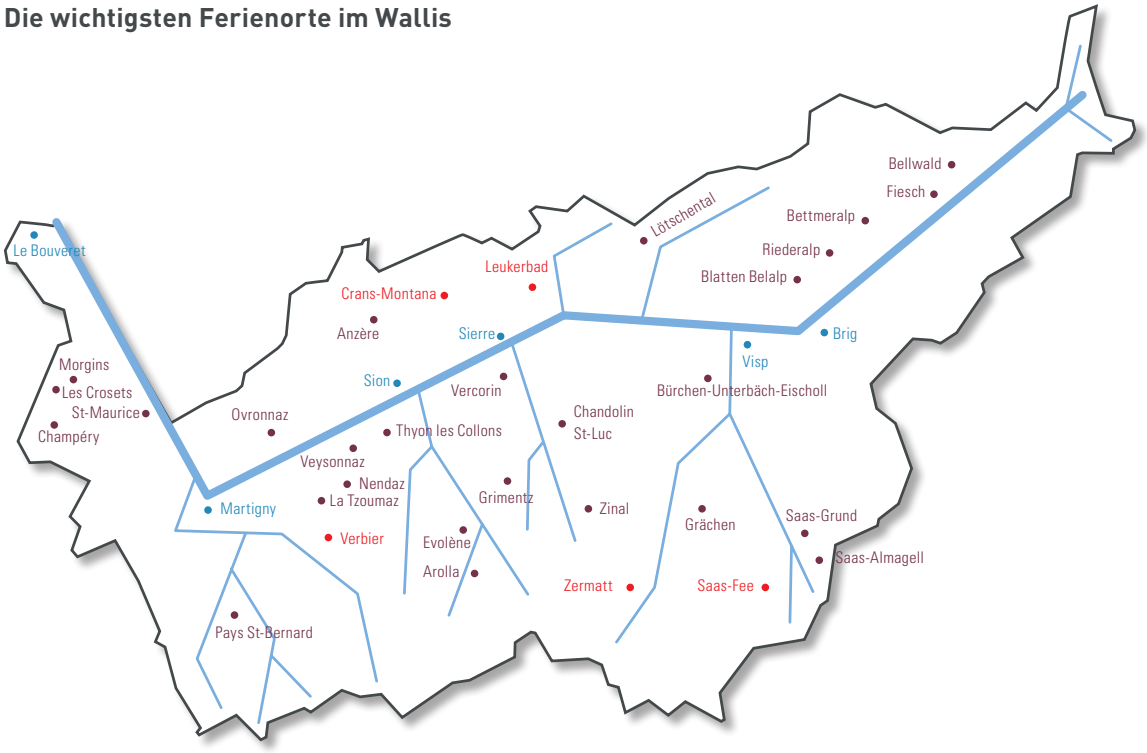
Aber auch das Tal, ein Durchfahrtsraum, ist auf den Tourismus ausgerichtet und bietet zahlreiche Kulturstätten (Museen, historische Orte, städtische Räume usw.), Vergnügungsparks, Erholungszonen, Sportzentren sowie Thermalbäder.

3.2 Das touristisches Angebot im Wallis

Die Trümpfe des Wallis

- Landschaft und Klima
- Wintersport
- Wanderwege
- Erholung, Ruhe und Wohlbefinden (Wellness)
- Kultur und Geschichte
- Weinbau und Gastronomie

Die wichtigsten Ferienorte im Wallis



sehr grosse Ferienorte | andere Ferienorte | touristische Orte

Quelle : Den Tourismus besser kennen, um besser davon zu leben, Schule - Wirtschaft, www.ecole-economie.ch

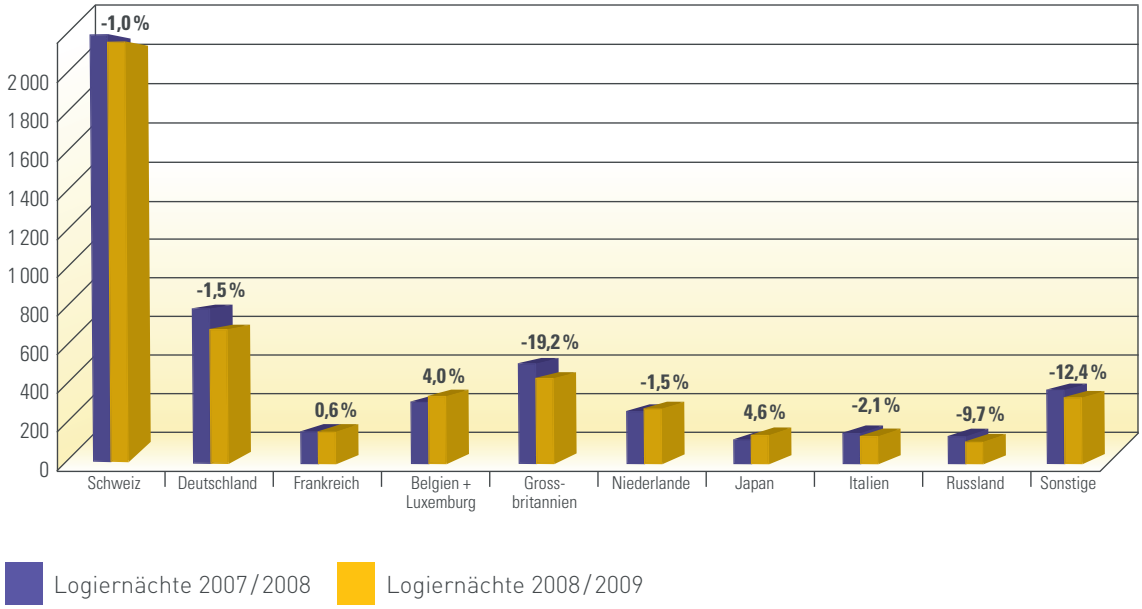
3.3 Die touristische Nachfrage

Die Hauptgründe für einen Ferienaufenthalt im Wallis

Winter	Sommer
- Landschaft	- Landschaft
- Wintersport	- Erholung, Entspannung
- Erholung, Entspannung	- Spaziergänge, Sport
- andere Sportarten	- Unterhaltung

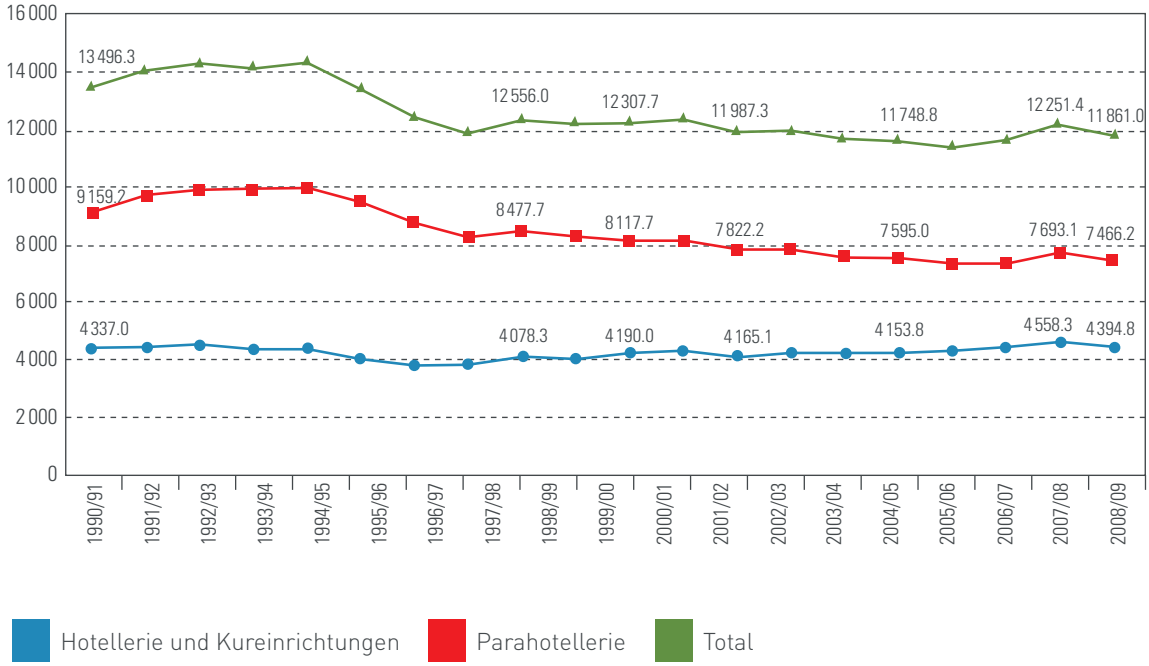
3.4 Die Beherbergung

Logiernächte in der Walliser Hotellerie (in Tausend). Die Hauptherkunftsländer der Gäste. Entwicklung 2007 - 2009



Quelle : Wallis Tourismus

Entwicklung der Logiernächte (in Tausend) im Wallis (1990 - 2009)



Quelle : Wallis Tourismus

3.5 Das wirtschaftliche Gewicht des Tourismus im Wallis

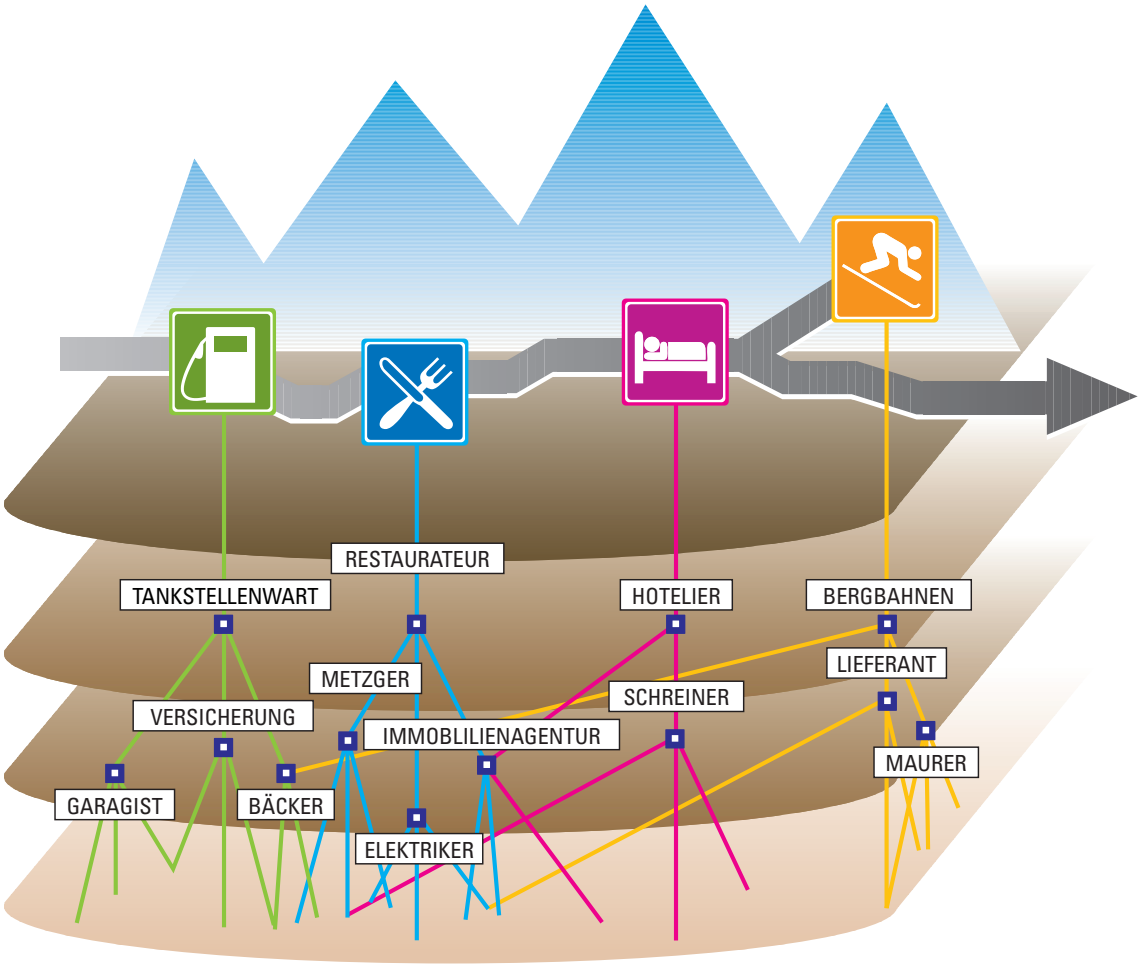
Von jedem Franken, den ein Gast ausgibt, profitieren zahlreiche Walliser.

Eine Familie, die im Wallis Ferien macht, tritt mit verschiedenen Personen in Kontakt : Restaurateuren, Garagisten, Vermieter von Ferienwohnungen, Angestellte der Bergbahnen und Geschäfte usw.

Um die Bedürfnisse ihrer Gäste zu befriedigen, sind diese Personen auf eine Vielzahl anderer Berufsleute angewiesen (Elektriker, Maler, Maurer, Winzer, Lieferanten usw.).

Mit 12 Millionen Übernachtungen pro Jahr nimmt das Wallis nach Graubünden unter den Schweizer Tourismusregionen den zweiten Platz ein.

Der Tourismus ist ein wirtschaftsstarker Sektor der Walliser Wirtschaft. Er ernährt sowohl direkt als auch indirekt in den Bergen ebenso wie im Rhonetal die Bevölkerung und hält sie in bestimmten Regionen, die - ohne den Tourismus - schnell entvölkert wären.



3.6 Die internationale Konkurrenz. Der Platz des Wallis unter den alpinen Destinationen

Die 10 erfolgreichsten alpinen Destinationen

	Im Winter (2009) Zermatt, einziger Walliser Ferienort		
	Destinationen	**Regionen**	**Land**
1	Lech-Zürs	Vorarlberg	Österreich
2	Skiregion Obertauern	Salzburg	Österreich
3	Rennweg am Katschberg	Kärnten	Österreich
4	Paznaun	Tirol	Österreich
5	Tux-Finkenberg	Tirol	Österreich
6	St. Anton am Arlberg	Tirol	Österreich
7	Serfaus-Fiss-Ladis	Tirol	Österreich
8	Zermatt	Wallis	Schweiz
9	Samnaun	Graubünden	Schweiz
10	Grossarltal	Salzburg	Österreich

	Im Sommer (2009) kein Walliser Ferienort		
	Destinationen	**Regionen**	**Land**
1	Luzern	Zentralschweiz	Schweiz
2	Garda Trentino	Trento	Italien
3	Meran u. Umgebung	Bozen	Italien
4	Anchensee	Tirol	Österreich
5	Interlaken	Berner Oberland	Schweiz
6	Kleinwalsertal	Vorarlberg	Österreich
7	Salzburg u. Umgebung	Salzburg	Österreich
8	Bodensee-Vorarlberg	Vorarlberg	Österreich
9	Lago Maggiore und Täler	Tessin	Schweiz
10	Mieminger Plateau	Tirol	Österreich

Quelle: BAKBASEL „BAK TOPindex"

3.7 Der Walliser Tourismus im Hinblick auf seine Zukunft, Herausforderungen und Lösungen

Situationsanalyse. Einige Feststellungen

Angebot

Auch wenn das touristische Angebot des Wallis sich auf unveräusserliche immaterielle Werte (Schönheit und Vielfalt der Landschaft, kulturelles Erbe usw.) berufen kann, muss es dennoch gegenüber seinen Konkurrenten wettbewerbsfähig bleiben. Bezogen auf das Produkt bedeutet dies, Angebote auf der Grundlage dieser Stärken (Natur, Authentiziät) zu entwickeln und sie effizient zu bewerben. Bei der Beherbergung drückt sich dies in der Notwendigkeit aus, das Hotelangebot ständig auszuweiten, um so in der Lage zu sein, die Erwartungen einer Kundschaft zu erfüllen, die immer fordernder wird.

Beschäftigung

In den Tourismusberufen muss das Niveau der erteilten Ausbildung zusammen mit unerlässlichen menschlichen Qualitäten (Gastfreundlichkeit, Höflichkeit, Professionalität usw.) den Tourismus-Dienstleistern (Hotellerie, Bergbahnen, Verkehrsvereine usw.) qualifiziertes Personal anhand geben. Ausser den Berufen, die im direkten Zusammenhang mit dem Tourismus stehen, betrifft dies alle Walliserinnen und Walliser. Schätzungsweise übt jeder Vierte eine Tätigkeit aus, die im direkten oder indirekten Zusammenhang mit dem Tourismus steht.

Beherbergungsarten und Belegungsrate, Verteilung der Logiernächte

Folgendes kann festgestellt werden:

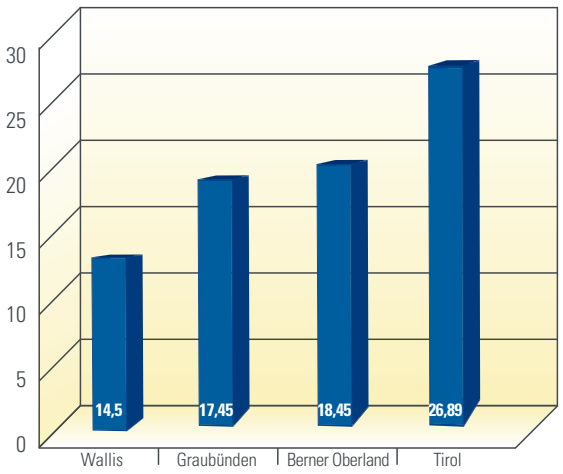
- Der Anteil der Logiernächte in der Parahotellerie liegt deutlich über dem in der Hotellerie.
- Je nach Beherbergungsart geben die Gäste unterschiedlich viel aus.
- Am rentabelsten sind die Hotelbetten.
- Hotels haben eine Belegungsrate von 45,6 %; konkret bedeutet dies, dass ein Hotelbett ca. 200 Tage im Jahr nicht belegt ist. Diese Rate ist unzureichend und liegt deutlich unter der eines Hotelbetts in einer grossen Schweizer Stadt wie Genf (50 %) oder Zürich (51,2 %). Dies erklärt sich insbesondere dadurch, dass der Walliser Tourismus vor allem von der Winter- und anschliessend von der Sommersaison lebt. In den Städten dagegen werden andere Aktivitäten (Geschäftstourismus, Kultur, Ausstellungen usw.) angeboten. Diese sind das ganze Jahr über konstant.

Ausgaben[1] pro Person und Tag der Privatreisenden[2] mit Übernachtungen

	alle Reisen	in der Schweiz	im Ausland
Beherbergungsart	**148**	**110**	**181**
Hotels, Kuranstalten	238	206	253
Parahotellerie[3]	104	93	120
bei Freunden, bei den Eltern	81	( )	94
eigene Unterkunft, kostenlose Unterkunft	71	59	(89)
Andere[4]	(331)	( )	( )

[1] Durchschnittliche Ausgaben für Unterkunft, Essen und Getränke, Transport und andere Ausgaben.
[2] Die Geschäftsreisenden wurden in der Analyse der Reisekosten nicht berücksichtigt, da diese in der Regel vom Arbeitgeber bezahlt werden.
[3] Angemietete Ferienunterkunft, Camping, Gruppenunterkunft, Jugendherberge
[4] Andere Beherbergungsarten (z.B. Schiff), unbekannt

Belegungsrate der Beherbergungsstrukturen in einigen touristischen Bergregionen (in %)



Quelle: BAK, Basel 2008

Marketing, Finanzmittel
Derzeit ist es extrem schwierig, sich auf dem Tourismusmarkt zu platzieren. Zur Erklärung gibt es mehrere Gründe.

- Die traditionellen Konkurrenten der anderen Alpinstationen sind immer effizienter.
- Es kommen immer mehr neue weitentfernte Badedestinationen (Südostasien usw.) auf und auch Länder wie China oder Russland öffnen sich für den Tourismus.
- Immer billiger werdende Transportmittel (low-cost) ermöglichen es dem Touristen, seine Winterferien in den Bergen, am Meer oder an Orten zu verbringen, die vormals zu den gleichen Kosten nicht erreichbar waren.

Zwischen 1950 und 2006 ist die Schweiz im Ranking der internationalen Gäste im Land von Platz 5 auf Platz 22 zurückgefallen.

Mit Blick auf diese Konkurrenz muss ständig etwas Neues angeboten und ein weltweit effizientes Marketing sichergestellt werden. Dies erfordert beträchtliche finanzielle Mittel, die im Wallis nicht ausreichend vorhanden sind, weil die touristischen Strukturen im Kanton sehr zergliedert sind (zahlreiche Regionen usw.) und es untereinander an Zusammenarbeit mangelt.

Internationale Konkurrenz und wirtschaftliche Konjunktur
Zusätzlich zu einer internationalen reichen und vielfältigen Konkurrenz, die ein noch nie da gewesenes Niveau erreicht, entwickelt sich die politische und wirtschaftliche Weltkonjunktur (Wechselkurs, Inflation, Krisen usw.) ständig weiter und erfordert eine kontinuierliche Anpassung des Marketings und der Preise.

Lösungsanwendungen

Um sich der oben genannten Problematik (Konkurrenz, Preis, Wechselkurs usw.) zu stellen, muss der Walliser Tourismus wettbewerbsfähig bleiben, indem er:

- seine Präsenz auf den europäischen Hauptmärkten (Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, Belgien und Luxemburg, Frankreich, Niederlande usw.), die ca. 90 % der Gäste in 2009 stellten, konsolidiert und sich auch auf den Wachstumsmärkten (Russland, China usw.) präsentiert;
- sich deutlich positioniert, um seine natürlichen Vorteile (einzigartiger alpiner Lebensraum mit dem Matterhorn, intakte Landschaften, sehr günstiges Klima usw.) und eine moderne Infrastruktur zu nutzen;
- sein Angebot breit aufstellt und dabei dennoch seine Authentizität bewahrt;
- usw.

Konkret geht es darum, Massnahmen zu entwickeln und umzusetzen, wie z.B.:

Das Wallis effizient zu „verkaufen" bedeutet
- sich von den anderen Destinationen abzuheben (Landschaft, Klima, Kultur, Ruhe usw.);
- eine höhere Qualität anzustreben (Gastfreundlichkeit, Infrastrukturen usw.);
- den im Tourismus tätigen Unternehmen die Möglichkeit zu geben, gemeinsam unter der Marke „Wallis" zu werben;
- Synergien zwischen den Tätigkeitsbereichen (Landwirtschaft, Handwerk usw.) zu schaffen, die im Zusammenhang mit dem Tourismus stehen;
- den Anteil der Stammgäste zu erhöhen;
- usw.

Zusammenarbeit braucht
- ausreichende finanzielle Mittel;
- freiwillige Zusammenschlüsse zwischen den Destinationen, den Regionen;
- eine Rationalisierung der administrativen Aufgaben und eine Verstärkung der Mittel, die dem Marketing zur Verfügung stehen (Marktanalyse, Verbraucherbedarf, Werbung, Förderung, Kommerzialisierung usw.);
- usw.

Die Qualität in allen Bereichen sichern durch
- eine angepasste Form;
- eine konstante Verbesserung der Produkte (Zertifizierung der Unternehmen, Labels und Qualitätsentwicklungsmassnahmen usw.);
- eine bessere Nutzung der Informationstechnologien;
- ein effizientes Marketing;
- usw.

Die Herausforderungen des nachhaltigen Tourismus annehmen, indem

- insbesondere die Bevölkerung mehr darüber erfährt, wie Tourismus funktioniert;
- Innovationen eingeführt, auf den Bedarf der Gäste gezielt reagiert und Qualität angestrebt wird;
- die Kräfte gebündelt und zwischen den Akteuren ein Sinn für Zusammenarbeit entwickelt wird
- die „Mund-zu-Mund-Werbung" bestmöglich genutzt wird;
- die Raumentwicklung sichergestellt wird und gleichzeitig die Landschaft und die Umwelt bewahrt werden;
- Anstrengungen unternommen werden, Änderungen langfristig vorauszusehen und vorzugreifen;
- usw.

Grundlegend gibt es 15 Erfolgsfaktoren für den alpinen Tourismus
1. Gut ausgebildetes und freundliches Personal sowie innovative und herausragende Unternehmerpersönlichkeiten
2. Intensive Bewirtschaftung der Gästebetten
3. Hochwertiges Hotelangebot
4. Realisierung von Grössenersparnissen
5. Alleinstellungsmerkmale (Unique Selling Propositions)
6. Intakte und authentische Ortsbilder
7. Hohes Tourismusbewusstsein
8. Attraktives Skigebiet
9. Vielfältiges Sommerangebot
10. Ausgeglichener Nachfrageverlauf über das Jahr
11. Professionelles Destinationsmanagement mit klarer Destinationsstrategie
12. Adäquate Vielfalts- bzw. Spezialisierungsstrategie
13. Enge Zusammenarbeit von Behörden, touristischen Leistungsträgern und Tourismusorganisation
14. Vorhandensein mindestens einer starken und bekannten Marke
15. Aktive Tourismusförderung und intensive Marktbearbeitung durch übergeordnete Region und Tourismusorganisation

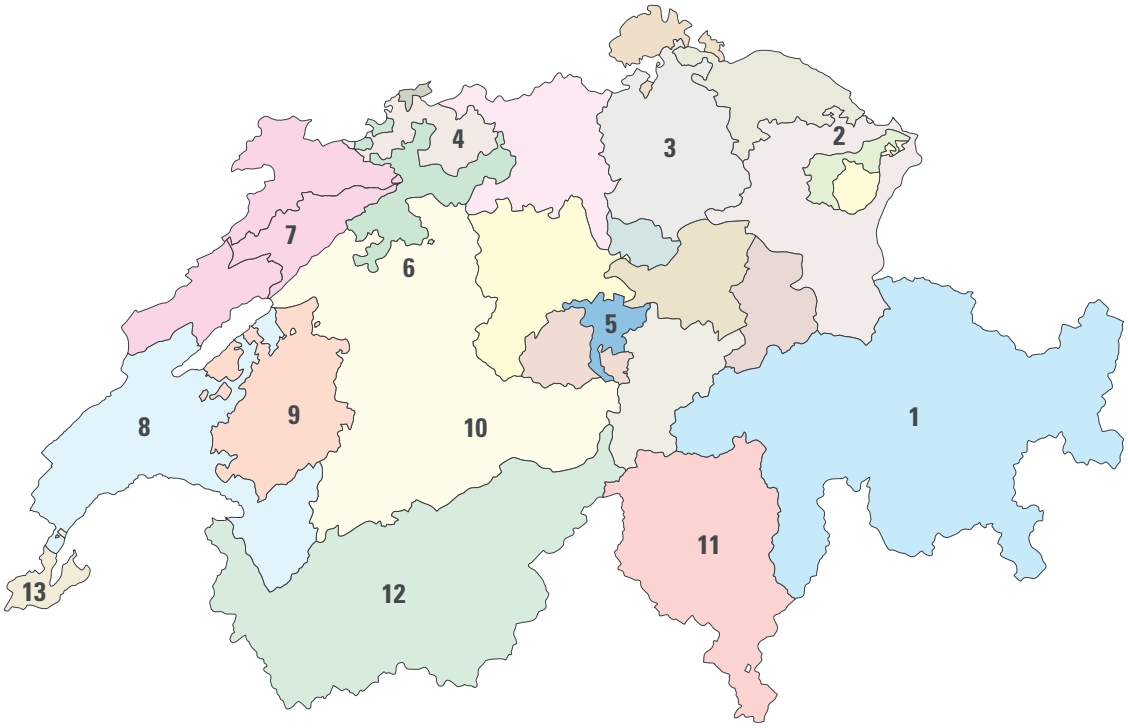
Quelle: BAKBASEL

4. DER SCHWEIZER TOURISMUS

4.1 Das touristisches Angebot in der Schweiz

Es ähnelt dem in den Bergregionen (vgl. Wallis), beinhaltet aber auch alle Aspekte des Städtetourismus (Kultur, Veranstaltungen, Museen, Kongresse usw.).

4.2 Die Schweizer Tourismusregionen

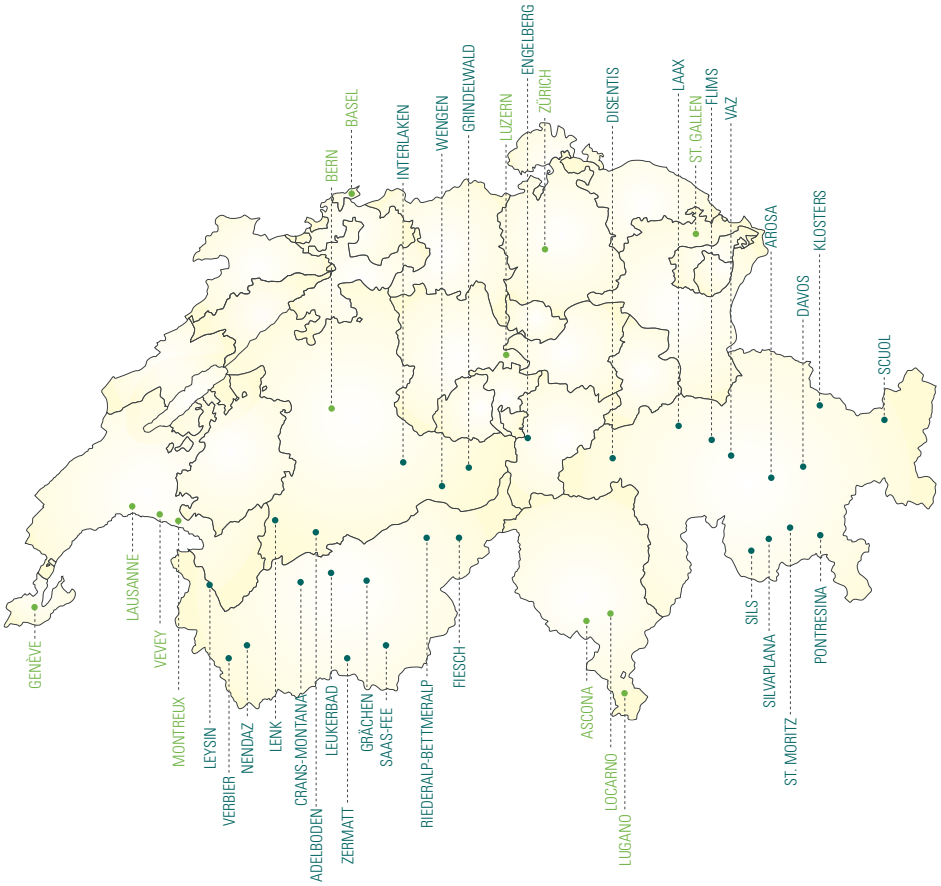


Aufteilung der Logiernächte und Auslastung (2009)

Tourismusregionen	Logiernächte in Millionen	Netto-Auslastung in %
1. Graubünden	5,9	47,3
2. Ostschweiz	2,0	30,3
3. Region Zürich	4,5	49,3
4. Region Basel	1,4	42,0
5. Zentralschweiz	3,5	38,6
6. Schweizer Mittelland	1,7	37,7
7. Neuenburg/Jura/Berner Jura	0,4	21,9
8. Genferseeregion (Waadt)	2,5	41,4
9. Region Freiburg	0,4	27,6
10. Berner Oberland	3,7	44,1
11. Tessin	2,6	42,8
12. Wallis	4,4	45,6
13. Genf	2,7	50,0
Schweiz	**35,6**	**42,6**

Quelle: Schweizer Tourismus-Verband Schweizer Tourismusstatistik 2009.

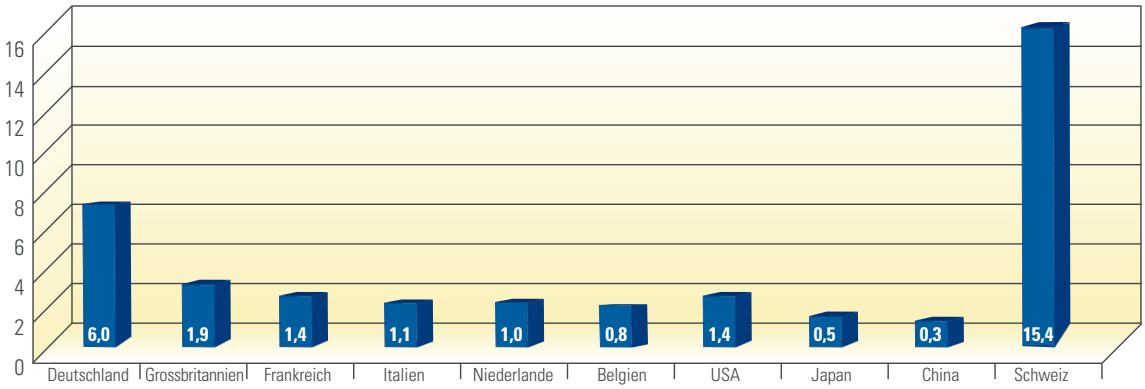
Die wichtigsten Skistationen und touristischen Orte in der Schweiz



Quelle : Den Tourismus besser kennen, um besser davon zu leben, Schule - Wirtschaft, www.ecole-economie.ch

4.3. Die touristische Nachfrage in der Schweiz

Die Hotellerie in der Schweiz : 35 Millionen Logiernächte in 2009
Verteilung nach den Hauptherkunftsländern der Gäste (in Mio.)



Quelle : Schweizer Tourismusstatistik 2009

4.4 Das wirtschaftliche Gewicht des Tourismus in der Schweiz

Sich um die Touristen zu kümmern ist eine lukrative Beschäftigung
Der Tourismus hat einen bedeutenden Einfluss auf die Schweizer Wirtschaft. Von den 30,4 Milliarden Franken Gesamteinnahmen aus dem Tourismusjahr 2005 stammen 18,4 Milliarden oder 61 % aus dem nationalen Tourismus. Die Ausgaben der ausländischen Besucher in der Schweiz haben unserer Wirtschaft Einnahmen von 12 Milliarden Franken gebracht.

Der Tourismus ist ein unsichtbarer Exportsektor
Wenn ausländische Besucher touristische Dienstleistungen in der Schweiz in Anspruch nehmen, hat dies die gleichen Auswirkungen auf die Schweizer Zahlungsbilanz wie der Warenexport. Mehr als 5 % der Einnahmen aus dem Export (Waren und Dienstleistungen) kommen aus dem Tourismus.

Exporteinnahmen nach Branche	In Milliarden Fr.				
	2005	2006	2007	2008	2009
1. Chemische Industrie	54,8	63,0	68,8	71,9	71,8
2. Metallurgie, Maschinenindustrie	58,3	65,0	72,5	74,0	58,1
3. Tourismus (Tourismusbilanz)	12,5	13,5	14,6	15,6	15,0
4. Uhrenindustrie	12,4	13,7	16,0	17,0	13,2
5. Textilindustrie	4,2	4,4	4,6	4,5	3,7

Quelle: Bundesamt für Statistik

4.5 Für die Zukunft: Fünf Tendenzen, die berücksichtigt werden müssen

Fortschreitende Globalisierung
Die Globalisierung hat den Tourismus stark verändert. 1950 gehörte die Schweiz zu den fünf grössten Tourismusländern. Heute belegt sie Rang 27. Angebot und Nachfrage werden weltweit in Zukunft deutlich zunehmen. Insgesamt wird sich dadurch der Wettbewerbs- und Konkurrenzdruck auf die Schweizer Tourismusindustrie erhöhen. Gleichzeitig bietet die Globalisierung aber auch Chancen zur Erschliessung und Bearbeitung neuer Märkte.

Veränderung im Nachfrageverhalten
Europaweit und weltweit verändert sich die Alterspyramide. Im Jahr 2050 wird auf der Erde jeder fünfte Mensch 60 Jahre oder älter sein. In Zukunft werden somit mehr ältere Menschen reisen. Sie werden zugleich das Authentische, die Entspannung und das Neue suchen. Der Trend zur Individualisierung der Gesellschaft macht vor dem Tourismus nicht halt. Insgesamt werden die Gäste anspruchsvoller, sie werden höhere Erwartungen an die Qualität der touristischen Angebote haben, was einen andauernden Anpassungsdruck auf die Tourismusunternehmen auslöst.

Technologischer Fortschritt
Die zunehmende Motorisierung und die Weiterentwicklung der Flugtechnik haben den Tourismus fundamental verändert. Diese Dynamik wird, etwas verlangsamt, weiter auf den Tourismus einwirken, wodurch die Tourismusländer näher zusammenrücken. Von besonderer Bedeutung wird in Zukunft die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien sein. Das Internet und damit die Online-Vermarktung werden weiter wachsen und an noch mehr Bedeutung gewinnen.

Klimawandel und Umweltgefährdung
Der Klimawandel ist eine schleichende Herausforderung. Anders als Naturkatastrophen wirkt er nicht nur kurzfristig, sondern verändert die Destinationen dauerhaft. Es wird in der Schweiz Gewinner und Verlierer geben. Die Schweizer Tourismuswirtschaft muss sich anpassen und ihr Angebot diversifizieren.

Der Tourismus muss Verantwortung übernehmen, insbesondere vor dem Hintergrund der weltweiten Energie- und Ressourcenverknappung. Herausforderungen sind ferner die Erhaltung der Landschaftsqualität und eine geordnete Siedlungsentwicklung in touristischen Gebieten (z.B. Zersiedelung des Gebietes).

Strukturelle Defizite
Die Destinationsstrukturen in der Schweiz sind historisch gewachsen und entsprechen nur teilweise den Anforderungen der globalisierten Märkte. Auf einzelbetrieblicher Ebene ist das Angebot zu fragmentiert. Die Produktivität und Rentabilität stehen häufig in internationaler Konkurrenz, die vorhandenen strukturellen Defizite führen zu einem andauernden Wandlungsdruck.

Quelle : „ Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz "
SECO - 18. Juni 2010

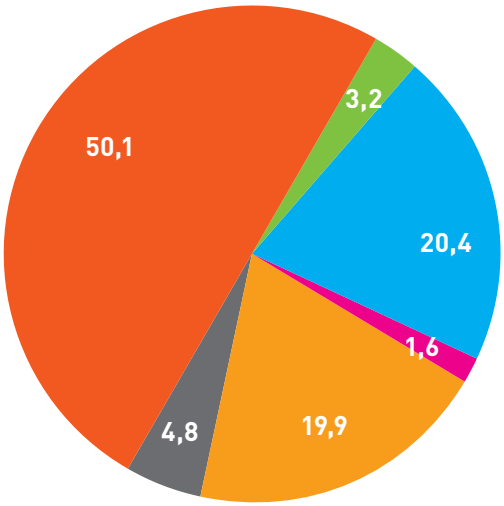
5. DER WELTTOURISMUS EINE KONTINUIERLICHE ENTWICKLUNG, EINE IMMER STÄRKERE KONKURRENZ

5.1 Das wirtschaftliche Gewicht des Welttourismus

Entwicklung der Einnahmen 1990 - 2008 (in Millionen US-$)
Der Tourismus gilt als die grösste Industrie weltweit. Laut der Weltorganisation für Tourismus (WTO) wurden 2008 922 Millionen Touristen weltweit gezählt, die ca. 944 Millionen US-Dollar ausgaben.

Herkunft	1990	2000	2008
Europa	142 885	231 306	473 500
Afrika	6 402	10 411	30 200
Ostasien und Pazifischer Raum	44 445	80 538	192 500
Südasien	2 029	4 797	15 100
Amerika	69 274	130 801	188 100
Mittlerer Osten	5 124	17 457	45 000
Weltweit insgesamt	**270 159**	**475 310**	**944 400**

Verteilung der Einnahmen in 2008 (in %)

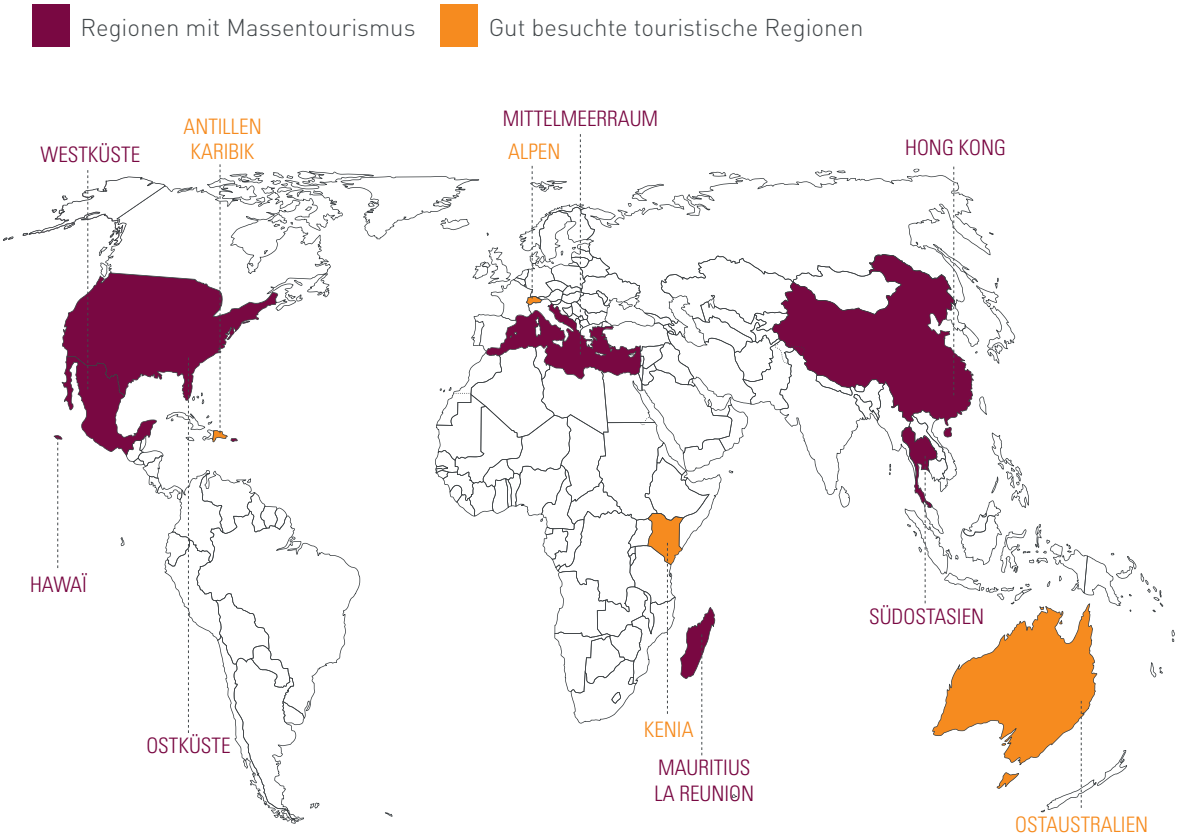


Quelle : Weltorganisation für Tourismus

5.2 Die Haupttourismusregionen in der Welt

Insgesamt kann man die Tourismusregionen in drei grosse Kategorien aufteilen :

- die Gebiete an den Meeresküsten (Mittelmeer usw.)
- die Städte (Paris, London, Peking usw.)
- das Landesinnere (Alpen usw.)



5.3 Der Tourismus in der Welt

Die Haupttourismusländer in 2008

Land	Anzahl der Touristen (in Tausend)	Anteil der weltweiten Touristenzahl (%)
Frankreich	79 300	8,6
Spanien	57 300	6,2
USA	58 000	6,3
China	53 000	5,7
Italien	42 700	4,6
Grossbritannien	30 200	3,3

Quelle : Weltorganisation für Tourismus

KAPITEL 2 ÜBUNGEN

1. TOURISMUS, UM WAS HANDELT ES SICH ?

1. Wie lassen sich die Begriffe „Freizeit“ und „Tourismus“ unterscheiden ?

2. DER TOURISMUS, EIN BESONDERER WIRTSCHAFTSZWEIG

1. Sie haben zwei Wochen Urlaub und planen einen Aufenthalt in einer Region oder einem touristischen Ort ausserhalb der Alpen.

   - Welche Destination, Region oder touristischen Ort wählen Sie ?

   - Hinsichtlich des Angebots : Welche Aspekte machen diese Destination für Sie interessant ?
   - Hinsichtlich (Ihrer) Nachfrage : Welche Interessen (Aktivitäten usw.) veranlassen Sie, diese Destination zu besuchen ?

Angebot	Nachfrage
.....	.....
.....	.....
.....	.....

- Gibt es andere Punkte, die nicht im Angebot enthalten sind?

.....

2. Die touristische Nachfrage. Welche fünf Elemente sind für Sie charakteristisch?

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....

3. Nachstehend finden Sie eine Bedarfsliste, anhand derer Sie die Entwicklung des Tourismus allgemein erklären können. Welche dieser Bedarfspunkte sind für Sie persönlich am wichtigsten? Erstellen Sie eine Rangliste nach Präferenz.

.....	dem Alltag entfliehen	.....	Neues kennenlernen
.....	sich erholen, Sport treiben	.....	Freunde und Bekannte treffen
.....	die Natur oder neue Regionen entdecken, reisen	.....	sich ausruhen
.....	lernen	.....	sich ablenken

3. Welches sind die drei Haupttourismusregionen in der Welt?

1. .....
2. .....
3. .....

4. Welches sind die zwei Hauptbeherbergungskategorien in der Schweiz?
   Geben Sie für jede dieser Kategorien drei Beherbergungsarten an.

.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

3. DER TOURISMUS IM WALLIS, EIN SEHR WICHTIGER WIRTSCHAFTSZWEIG

1. Welches sind die Hauptgründe für einen Ferienaufenthalt im Wallis? Benennen Sie sie unter saisonalen Gesichtspunkten. Geben Sie für jeden dieser Gründe einen oder zwei touristische Orte an, mit denen diese Nachfrage befriedigt werden kann.

Winter / Gründe	Sommer / Gründe
.....	.....
.....	.....
.....	.....
Orte, Regionen:	**Orte, Regionen:**
.....	.....
.....	.....
.....	.....

2. Was fehlt Ihrer Meinung nach den Walliser Skistationen (mit Ausnahme von Zermatt), um unter den ersten Plätzen der alpinen Skistationen zu rangieren?

.....

.....

.....

.....

3. Walliser Tourismus. Unter den aufgeführten Punkten nehmen die Belegungsraten der Beherbergungsbetriebe, das Marketing und die finanziellen Mittel eine wichtige Rolle ein. Was können Sie darüber sagen? Warum?

4. Wie jede andere Branche muss auch der Tourismus seinen Blick auf die Zukunft richten und schon heute Massnahmen beschliessen, die eine bestmögliche Entwicklung garantieren. Nennen Sie für das Wallis zwei Massnahmen und kommentieren Sie diese.

1.

2.

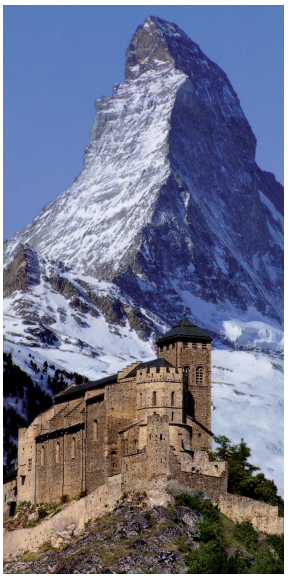
5. Der Walliser Tourismus konzentriert sich in erster Linie auf die Wintersaison. Allerdings kommen auch im Sommer Gäste. Welche neuen oder zusätzlichen Aktivitäten sollte man entwickeln, um den Sommertourismus zu verbessern? Wo wäre es interessant, sie zu entwickeln?

6. Der Anteil der mit Kunstschnee beschneiten Pisten variiert von Land zu Land. Finden Sie drei Vor- und drei Nachteile für diese Erschliessungsart.

Vorteile	Nachfrage

7. Zeigen Sie auf, wie das Unternehmen oder der Beruf, in dem Sie arbeiten, direkt und / oder indirekt vom Tourismus betroffen ist.

DAS WALLIS : EINE LANDSCHAFT VOLLER KONTRASTE



FASZINIERENDES LAND VOLLER KONTRASTE INMITTEN DER ALPEN MIT EINEM AUSGESPROCHEN MILDEN KLIMAT UND DEUTLICH MEHR SONNENTAGEN ALS IM DURCHSCHNITT. DIESES VON DER RHONE DURCHFURCHTE TAL, ÜBER DAS DIE IMPOSANTEN BERGGIPFEL EMPORRAGEN, VERZAUBERN DIE GIPFELSTÜRMER UND LASSEN DIE NATURLIEBHABER AUF IHRE KOSTEN KOMMEN. DAS WALLIS - DAS „KÖNIGREICH DER FERIEN“, WO SONNE UND GLETSCHER, NORDEN UND SÜDEN IM IDEALEN SCHEITELPUNKT AUFEINANDER TREFFEN.

SOMMERFREUDEN UND WINTERPARADIES

Rund 8'000 km markierte Wanderwege führen zu den historischen Spuren der Walser oder entlang der Suonen, jenen Kanälen, die einst zur Nutzung der Bergbäche und alpinen Flüsse angelegt wurden und das Land jahrhundertelang bewässerten, während die Rhoneebene noch ein einziger grosser Sumpf war - das ist das Wallis! Aber auch wer das Abenteuer sucht und seinen Mut beim Canyoning, River Rafting, Bungy Jumping erproben oder auf einem Maultier reiten möchte, ist hier genau richtig! Mit dem Deltaflieger oder Gleitschirm durch die Lüfte schweben? Auch das ist möglich! Das Walliser Panorama lässt sich aber auch vom Boden aus geniessen, etwa beim Golfen auf den Hochebenen der Walliser Alpen in Crans-Montana, Verbier, Täsch/Zermatt, Riederalp, in Obergesteln im Goms oder unten im Rhonetal, namentlich in Leuk, Sierre und Sion.

Erlesenes und Kontraste: schneebedeckte, in der Sonne gleissende Pisten und imposante Berggipfel, von denen rund 50 höher als 4'000 Meter sind. Auf der anderen Seite der Sonne die Gletscher, die mit ihren Tiefen entdeckungslustige Wanderer anlocken. Sommer wie Winter, Frühjahr wie Herbst: ein Fest für alle Sportbegeisterten, Wanderer, Natur- und Traditionsliebhaber. Neben den Klassikern wie Abfahrt- und Langlaufski, Schlittschuhlaufen und Schlittenfahren können aber auch andere Trendsportarten ausprobiert werden, wie Snowboard, Telemark oder Schneeschuhlaufen. Die Einfachheit der Winterwanderwege durch die freie Natur wetteifert mit dem Charme und den wohltuenden Wirkungen der Kureinrichtungen.

WELLNESS, KULTUR UND KULINARISCHES

Schon die Römer kannten die Wohltat eines Thermalbads. So belebend sind sie immer noch in Leukerbad, Ovronnaz, Saillon, Val d'Illiez, Brigerbad und Breiten. Inzwischen haben sie ihre Palette erweitert und bieten den Kurgästen heute wahre Wellness-, Fitness- und Schönheitstempel an. „Ein gesunder Geist in einem gesunden Körper“ - der kann mittlerweile im Kulturzentrum der Stiftung Gianadda in Martigny ebenso mobilisiert werden wie in den zahlreichen kantonalen und regionalen Museen mit ihren überbordenden kulturellen Reichtümern. Apropos Kultur - den Musikfreund erwartet grosse Klassik beim „Verbier Festival“ in Verbier, beim „Festival international de Musique“ in Sitten oder im Musikdorf Ernen. Und neben der Klassik gibt es selbstverständlich noch die verschiedenen Jazz- und Rockfestivals, die ihre Anhänger mit frenetischen Rhythmen zum Beben bringen. Daneben gibt es noch die städtischen Kulturzentren, die den Theaterliebhabern die Vielfalt der Genres näher bringen.

Gelebte Tradition im Wallis - Tag für Tag, z.B. in den Arenen bei den Kuhkämpfen oder bei den Alpaufzügen. Aber auch die religiösen Traditionen haben ihren festen Platz und die Prozessionen ziehen nicht nur Schaulustige an, sondern geben auch den Gottesfürchtigen die Möglichkeit, ihre tiefen Empfindungen zum Ausdruck zu bringen.

Wer vom Wallis spricht, muss auch erwähnen, wie vielfältig es ist: die Schönheit der Landschaft, die Kultur, die Tradition und… die kulinarischen Köstlichkeiten! Eine kostbare kleine Sünde gönnen sich gut trainierte Wanderer nach ihrer Rückkehr von der Haute Route und die weniger trainierten nach einem Teilstück, z.B. in einer der Berghütten oder ganz einfach nach einem guten Schluck Weisswein, Fendant, Johannisberg oder einer anderen typischen Spezialität. Oder warum nicht einmal auf dem Weg den berühmten Dôle probieren, einen guten Goron oder einen echten Pinot noir in einem Weinkeller oder einer kleinen Gaststätte entlang des Weinlehrpfads. Nichts ist besser geeignet, um den Appetit auf einen Walliser Teller anzuregen, der geschickt Trockenfleisch, Käse und Roggenbrot miteinander vereint, und um ein schmackhaftes Raclette „auf Walliser Art“ zu geniessen, dem man einfach nicht widerstehen kann.

Trainierte Sportler, Wanderer, Spaziergänger, Müssiggänger, Natur-, Kultur- und Traditionsliebhaber - das Wallis wartet auf Euren Herzenswunsch und wird ihn erfüllen.

Quelle: Wallis Tourismus

Wortschatz

Erklären Sie die nachstehenden Begriffe

- Eine Landschaft voller Kontraste

- Das „Königreich der Ferien“

- Wellness

- „Ein gesunder Geist in einem gesunden Körper“

- Kultur

- Gelebte Tradition - Tag für Tag

- Zielpublikum

Textanalyse

1. Welche Ziele verfolgt dieser Text?

2. An wen wendet er sich (Publikum, Altersgruppe, Land usw.)?

3. Welche drei Hauptmitteilungen will dieser Text vermitteln?

   1.

   2.

   3.

4. Wie soll man den Schlusssatz des Textes verstehen:
   „…das Wallis wartet auf Euren Herzenswunsch und wird ihn erfüllen“?

5. Wenn man der Öffentlichkeit etwas mitteilen will, muss man mindestens 3 Dinge berücksichtigen:

   - Die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Beim Leser die Lust wecken, den Text zu entdecken und zu lesen;
   - Überzeugen. Präzise Argumente entsprechend der Erwartung des Lesers präsentieren;
   - Sie so gestalten, dass sich der Leser leicht an die Botschaft erinnert, die man ihm übermitteln wollte. Eine Zusammenfassung der Hauptinformationen anbieten, an die sich der Leser erinnern soll.

   Sind diese drei Aspekte im Text enthalten, ja, nein, wie?

   - Mit welchen Elementen (Begriffe, Ausdrücke) wird die Aufmerksamkeit geweckt?

   - Wie wird versucht, den Leser zu überzeugen?

   - Mit welchen Mitteln wird versucht, den Leser daran zu erinnern, was er sich vom Text merken soll?

Praktische Übung

Bereiten Sie auf der Grundlage des Textes „Wallis, eine Landschaft voller Kontraste“ (S. 65) eine touristische Werbung vor. Folgende Arbeitsschritte sind einzuhalten:

1. Bestimmen Sie einen Ort, eine Region, für die geworben werden soll (nach Ihrer Wahl).

2. Bestimmen Sie ein Zielpublikum (nach Ihrer Wahl).

3. Bestimmen Sie die Elemente, die Sie benutzen wollen, um den Kunden davon zu überzeugen, die ausgewählte Region zu besuchen.

4. Finden Sie einen Slogan für ein Werbeplakat.

5. Verfassen Sie einen Werbetext von max. 10 Zeilen.

4. DER TOURISMUS IN DER SCHWEIZ

1. Warum zählen Zürich, Zermatt und Lugano zu den beliebten Touristikorten?
   Stützen Sie sich bei Ihrer Antwort auf den theoretischen Teil bezüglich Angebot und Nachfrage.

2. Tragen Sie auf der untenstehenden Karte die Haupttourismusregionen/-orte in der Schweiz ein.
   Welches sind die Hauptkonkurrenten des Wallis? Nennen Sie drei.

   1. ..... 2. ..... 3. .....

3. Die Zukunft des Schweizer Tourismus steht vor mehreren bedeutenden Herausforderungen.
   Nennen Sie zwei und erläutern Sie sie kurz.

   1. .....

   2. .....

5. DER WELTTOURISMUS

1. Welches sind die drei Haupttourismusregionen in der Welt?

   1. .....

   2. .....

   3. .....

2. Wird der Tourismus auf Weltebene seine Entwicklung fortsetzen? In welcher Art und Weise, für welche Art von Aktivitäten und wo?

   .....

   .....

   .....

3. Zahlreiche Entwicklungsländer haben sich für den Tourismus geöffnet. Wenn man die Situation mit einem kritischen Blick analysieren möchte, welchen Beitrag liefert eine Branche wie der Tourismus für diese Länder? Welche Probleme kann der Tourismus in diesen Regionen verursachen?
   - Beiträge:

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

   - Probleme:

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

Nachhaltige Entwicklung

KAPITEL 3

ZIELSETZUNGEN :
Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein :
- unter Berücksichtigung der Werte, die im Zusammenhang mit der nachhaltigen Entwicklung stehen, eine Entscheidung zu treffen ;
- konkrete und alltagsnahe Situationen einzuschätzen ;
- sowohl im Privat- als auch im Berufsleben entsprechend zu handeln.

Sie werden für die 16 Engagements der kantonalen Agenda 21 sensibilisiert sein.

1. NACHHALTIGE ENTWICKLUNG - WAS IST DAS ?

Der Ausdruck „nachhaltige Entwicklung“ ist einer dieser Begriffe, die in aller Munde sind und deren genaueren Sinn man oft doch nicht kennt.

Um ihn zu verstehen, muss man sich darüber bewusst werden, dass die Welt - hier wie anderswo, heute wie gestern und morgen - wie eine grosse Maschine mit zahlreichen ineinander greifenden Räderwerken „funktioniert“. Wenn auch nur eines von ihnen Probleme macht, funktioniert die ganze Maschine schlecht und die Folgen sind bzw. können sehr schwerwiegend sein.

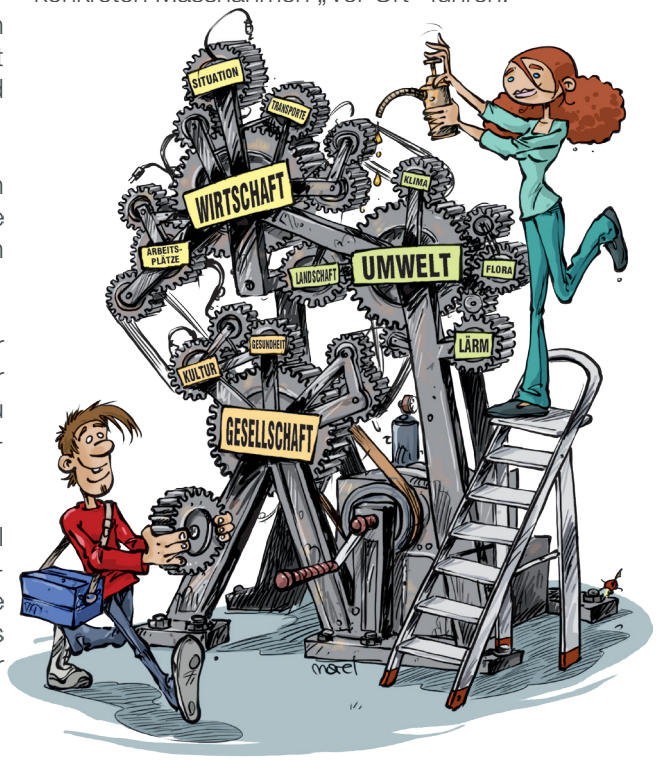
Diese Mechanik ist komplex. Allerdings kann man auch feststellen, dass sich die Räderwerke unserer Welt in drei grosse Kategorien aufteilen lassen : Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt.

Wenn wir also ein Problem untersuchen oder eine Entscheidung treffen wollen, ist es daher unerlässlich, diese drei Aspekte gleichzeitig zu berücksichtigen, wohlwissend, dass sie sich - positiv oder negativ - gegenseitig beeinflussen.

Eine neue Einstellung und geeignete Hilfsmittel sind für das Verständnis unserer Welt notwendig. Ein solches Hilfsmittel ist die „nachhaltige Entwicklung“. Sie ist eine Art globalen Denkens und Handelns, und zwar sowohl auf individueller als auch kollektiver Ebene.

Ihr Ziel muss es möglich machen, den aktuellen Bedarf auf lokaler, regionaler, usw. und internationaler Ebene zu decken, ohne dabei den der kommenden Generationen zu gefährden.

Schlussendlich muss jeder Schritt, der im Namen der nachhaltigen Entwicklung gemacht wird, zu konkreten Massnahmen „vor Ort“ führen.



2. WOZU NACHHALTIGE ENTWICKLUNG ?

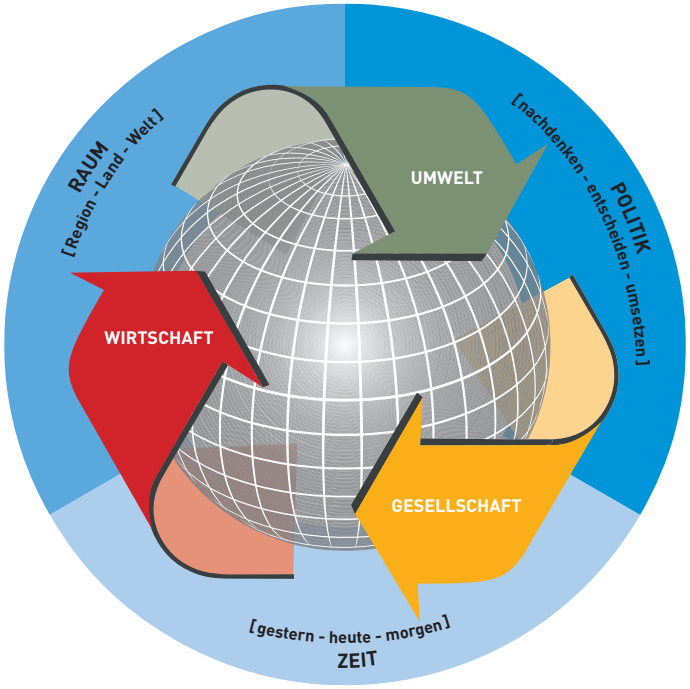
Nachhaltige Entwicklung wurde nicht eines schönen Tages in den Köpfen einiger Leute „geboren“.

Nein, die Menschen haben schon immer eine nachhaltige Entwicklung praktiziert, ohne sich aber dessen bewusst zu sein. Sie sorgten sich um den nächsten Tag, denn sie mussten die Zukunft ihrer Familie sichern und trafen dabei in den Bereichen Umwelt (Umweltverschmutzung, Erschöpfung der Ressourcen usw.), Gesellschaft (Lebensqualität, Gesundheit, Unterschiede zwischen den Gesellschaftsklassen usw.) und Wirtschaft (Gehalt, Beruf, Lebenshaltungskosten usw.) auf sehr problematische Situationen.

All dies hat mehrere Ursachen, die miteinander verknüpft sind.

Denken wir an Aspekte wie:

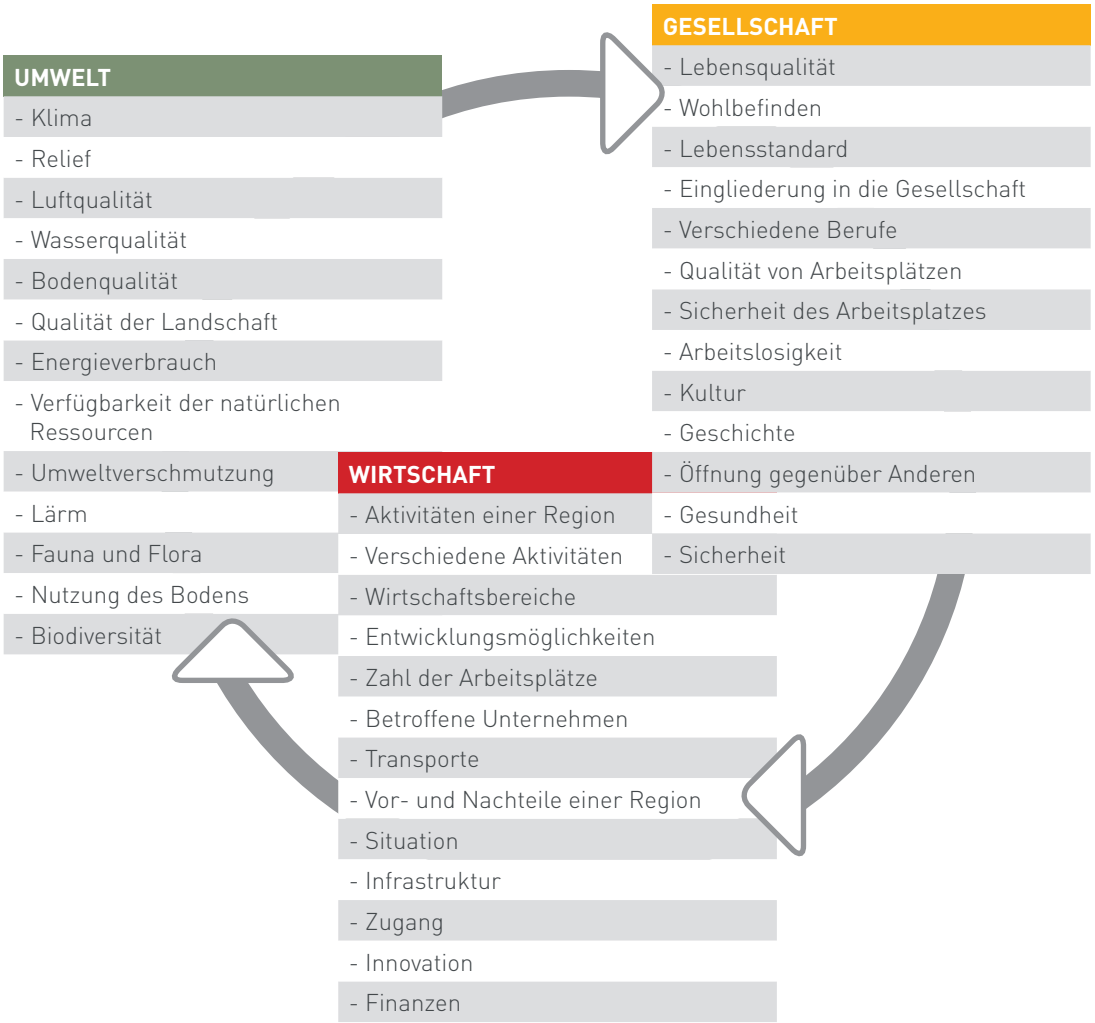
- die Weltbevölkerung, die im 19. Jahrhundert rapide angestiegen ist. Waren es um 1700 noch geschätzte 700 Millionen Einwohner, so stieg die Zahl bis 2000 auf 6 Milliarden. Heute bewegen wir uns um die 7 Milliarden. Nach den letzten Schätzungen wird die Weltbevölkerung, sofern die aktuelle Entwicklung anhält, 2050 9 Milliarden erreichen;
- der steigende Bedarf an natürlichen Ressourcen und Nahrungsmitteln;
- die Umweltverschmutzung in all ihren Formen;
- die Ausbeutung und Aufteilung eines Territoriums, das nicht weiter ausgedehnt werden kann;
- die ungleiche Verteilung des Wohlstands zwischen den Regionen dieser Welt.



Mit Blick auf diese Problematik bleibt nur noch die Feststellung, dass wir so nicht mehr weitermachen können. Es ist unerlässlich, sich für eine Entwicklung zu entscheiden, die auf kollektiven Werten beruht. In diesem Zusammenhang ist jeder betroffen und muss nach seinen Möglichkeiten im Gedenken an morgen handeln.

Zur Umsetzung der Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung hat das Wallis die kantonale Agenda 21 abgefasst. Sie sieht 16 Handlungsbereiche vor. Es handelt sich hauptsächlich um Tourismus, Landwirtschaft, Landschaft, Gesundheit, Energie, Verkehr usw. und die Sensibilisierung der jungen Generation.

3. NACHHALTIGE ENTWICKLUNG UND IHRE DREI BEREICHE STICHWORTE



Hinweis

Die oben aufgeführten Begriffe sprechen Aspekte an, die zu berücksichtigen sind, wenn man ein Problem analysiert oder versucht, die verschiedenen Aspekte der Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt zu beschreiben. Die Liste ist nicht abschliessend.

Die Begriffe wurden sehr genau eingeteilt. In der Realität ist diese Klassifizierung nicht so eindeutig, da sich viele Themen (umbauter Raum, Infrastrukturen, Politik usw.) gleichzeitig auf zwei oder drei Bereiche beziehen.

4. IM SINNE DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG DENKEN GEBRAUCHSANLEITUNG

1. Um welches allgemeine Thema handelt es sich?
Verbrauch - Energie - Abfälle - Tourismus - Landschaft - Gesundheit

2. Was wird genau gefordert? Welches Problem stellt sich?
Ich tausche mein Mobiltelefon und möchte eine vernünftige Wahl treffen.

3. Mit Blick auf das Thema Informationen in den drei Bereichen der nachhaltigen Entwicklung suchen.
Auf welche Weise ist jeder der drei Bereiche durch das gestellte Problem betroffen?

Wirtschaft:
- Zur Herstellung eines Mobiltelefons sind folgende Ressourcen notwendig: Glas, Keramik (Bildschirm), Kupfer, Blei, Gold, Arsen (Elektronikkarte), Silber (Tastatur), Eisen, Aluminium (Gehäuse), Tantal (Kondensatoren), Kobalt, Lithium, Karbon (Batterie), Erdöl, Wasser usw. (Herstellung).
- Von der Gewinnung der Materialien bis zum Verkauf werden Arbeitsstellen geschaffen.
- Mobiltelefone haben eine immer kürzere Lebensdauer. Die Technologien entwickeln sich rasant weiter. Je mehr Kleinteile ein Gerät enthält, desto anfälliger ist es.
- Die neuen Mobiltelefone haben immer mehr neue Funktionen, die ich nie nutze, aber es gibt auch sehr nützliche neue Funktionen.
- Ein neues Mobiltelefon ist teuer. Die grössten Gewinnmargen machen die Anbieter mit den SMS.

Soziales:
- In den Produktionsländern werden die sozialen Rechte und die Arbeitssicherheit nicht immer eingehalten. Zum Beispiel: Kinderarbeit, kein Urlaub, illegaler Handel, fehlende Versicherungen bei Unfällen oder Krankheit usw.
- Mit dem Mobiltelefon bin ich immer erreichbar; wenn wir aber zusammen Zug fahren, reden wir nicht mehr miteinander und jeder hört seine Musik oder spielt seine Spiele.
- Wenn ich nicht das allerneueste Mobiltelefon habe, bin ich „out“.
- Elektrosmog (elektrische und magnetische Felder) verursacht beim Menschen u.a. eine Erhitzung des Gewebes (heisse Ohren).

Umwelt:
- Bis ich mein Mobiltelefon in den Händen halten kann, muss es Tausende von Kilometern mit dem LKW, Schiff und Zug transportiert werden. Diese Fahrten verschmutzen die Luft und die Meere und verbrauchen Treibstoff.
- Damit sie ihre Mobiltelefone verkaufen können, bauen die Telekommunikationsgesellschaften spezielle Verkaufsstellen. Dafür ist Raum und Energie notwendig.
- Mein altes Mobiltelefon kann ich zum Recyceln zur Verkaufsstelle zurückbringen. Einige Teile können allerdings nicht wiederverwertet werden und verursachen Abfall, der entsorgt werden muss.

4. Die Situation analysieren und dabei die Beziehungen zwischen den drei Bereichen der nachhaltigen Entwicklung herausarbeiten.
Wie beeinflussen sich diese drei Elemente positiv / negativ gegeneinander?
- Abfallentsorgung verschmutzt die Luft, den Boden, das Wasser und kann die Gesundheit der Person, die damit beauftragt ist, schädigen.
- Die starke Nachfrage nach wertvollen Rohstoffen verstärkt mehr und mehr den illegalen Handel und die Ausbeutung zu Gunsten der Superreichen.
- Je höher der Verbrauch steigt, desto mehr Geräte werden hergestellt, desto dichter wird das Antennennetz im Weltraum. Immer mehr Menschen weltweit werden Zugang zu Telefon und Informationen via Internet haben. Damit verstärken sich aber auch die schädlichen Konsequenzen für die Produktionsländer und die Umwelt.

5. Die Aspekte auswählen, welche die grösste Rolle spielen, welche die meisten Auswirkungen haben.

Persönliche Antwort:

- Konsumrhythmus und -art (gesalzene Rechnungen, Manipulation);
- Produktion gefährlicher Abfälle;
- Ausbeutung der Arbeitskräfte in den Produktionsländern.

6. Abhängig vom gestellten Problem:

Festlegen, welcher der Hauptwert für jeden der drei Bereiche ist.

Für jeden der Bereiche müssen folgende Fragen beantwortet werden:

- Wer ist betroffen? (Individuen, Land usw.)
- Welche Massnahmen müssen konkret getroffen werden?
- Wie lange dauert dies (Tag, Monat, Jahr, kurzfristig, langfristig)?
- Welcher Raum ist betroffen (zu Hause, Firma, Gemeinde, Region, Land usw.)?

Die Wahl begründen, die getroffen wurde, und die Folgen für jede Wahl hervorheben.

- **Ich:**
  weniger häufig das Handy wechseln, das alte Handy zum Recyceln zur Verkaufsstelle bringen, mich über die Telekommunikationsgesellschaften informieren.
- **Die Hersteller:**
  den Wasser- und Energieverbrauch bei der Herstellung reduzieren, Geräte von besserer Qualität und einer längeren Lebensdauer entwickeln, die Rechte der Arbeiter respektieren, angemessene Löhne sicherstellen.
- **Die Telefongesellschaften:**
  einfachere Geräte anbieten, besser übers Recycling informieren.

7. Wie kann man aufgrund dieser Überlegungen die vorgesehenen Massnahmen umsetzen? Auf individueller, familiärer, professioneller oder anderer Ebene usw.

Ich, meine Familie, meine Freunde:

meine Gewohnheiten ändern, meine Zweifel prüfen, angemessenere Angebote nachfragen.

KAPITEL 3 ÜBUNGEN

1. Warum ist nachhaltige Entwicklung weitaus mehr als eine Theorie? Was ist sie genau? Begründen Sie Ihre Antwort mit konkreten Beispielen, die Sie in Ihrem Umfeld beobachtet haben.

2. Präsentieren Sie unter Anwendung des im theoretischen Teil vorgestellten Analyseverfahrens und auf der Grundlage des vorgeschlagenen Beispiels (vgl. Gebrauchsanleitung) Ihre eigene Analyse, die sich auf eine der nachstehenden Situationen bezieht:

Themen	Situation
Mobilität, Tourismus und Gesundheit	Für Ihren Flug in die Ferien schauen Sie systematisch nach Angeboten der Billigfluggesellschaften mit Abflughafen Genf. Welche Auswirkungen hat Ihr Verhalten?
Wasser und Abfallentsorgung	Zum Abschluss der Arbeiten werden Sie damit beauftragt, die Reinigung eines Gebäudes zu planen. Analysieren Sie die Situation und stellen Sie Ihr Konzept vor.
Energie, Landschaft, Biodiversität, Lebensqualität	Ein Ferienort beschliesst, eine der Skipisten während drei Monaten im Winter jede Nacht zu öffnen. Untersuchen Sie die Auswirkung eines solchen Handelns.
Luft und Gesundheit	Eine Gemeinde beschliesst, alle Kamine sowie die Verbrennungsanlage mit einem Feinstaubfilter nachzurüsten. Analysieren Sie die vorgeschlagene Massnahme.
Raumplanung	Ein Landwirt, ein privater Hausbesitzer und ein Unternehmer (Spenglerei) besitzen drei aneinander grenzende Parzellen. Der Landwirt möchte einen Laden für den Direktverkauf auf seinem Grundstück eröffnen; der Hausbesitzer möchte gerne einen Spielplatz für seine Kinder einrichten; der Unternehmer plant, seine Werkstatt auf seinem Grundstück zu bauen. Dafür ist ein Zufahrtsweg notwendig. Untersuchen Sie die verschiedenen Interessen und den Bedarf jedes Einzelnen, um die drei Projekte miteinander zu vereinbaren. Bringen Sie Ihre Gedanken anhand kleiner Zeichnungen zum Ausdruck.
Tourismus und Landschaft	Eine Walliser Gemeinde entscheidet, ein neues Baugebiet auszuweisen und möchte dort ein Thermalzentrum errichten. Dieses Gebiet befindet sich zwischen einem Dorf und einem kleinen Bergsee. Welche Folgen hat dieser Beschluss?
Kultur und soziale Bindung	Zusammen mit Ihren Freunden möchten Sie ein Reggaekonzert in einer Berghütte organisieren. Welche Folgen könnte dieses Projekt haben?
Energie	Eine Gemeinde möchte ihre Energieunabhängigkeit steigern. Diskutieren Sie die verschiedenen Lösungen, die möglich sind.

3. In Ihrem beruflichen Umfeld bestehen oftmals starke Zusammenhänge zur nachhaltigen Entwicklung. Nachdem Sie eine Weiterbildung zu diesem Thema gemacht haben, bittet Ihr Arbeitgeber Sie, sein Unternehmen zu prüfen, die zu verbessernden Punkte aufzuzeigen und konkrete Massnahmen zu nennen, die von jedem Mitarbeiter oder der Direktion auszuführen sind. Wie lauten Ihre Vorschläge ?

4. In Ihrem familiären Umfeld hängen zahlreiche Aktivitäten mehr oder weniger mit der nachhaltigen Entwicklung zusammen. Nennen Sie einige. Aufzählen Sie für jede die Probleme, die sie gemäss der Werte der nachhaltigen Entwicklung verursacht. Schlagen Sie einige konkrete Aktionen vor, die von jedem Familienmitglied leicht umzusetzen sind.

Meine Region, ein Lebensraum

KAPITEL 4

ZIELSETZUNGEN :
Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein :
- räumlich die Region einzugrenzen, in der Sie leben ;
- die Hauptwirtschaftsaktivitäten Ihrer Region zu benennen ;
- einen kritischen Blick auf Ihre Region zu werfen und deren Stärken und Schwächen hervorzuheben ;
- die Wirtschaftsregionen des Wallis zu benennen und geografisch einzuordnen.

1. „DIE REGION“, EIN BEGRIFF MIT MEHREREN BEDEUTUNGEN

Allgemein umfasst der Begriff „Region“ einen Raum von einer bestimmten Grösse mit bestimmten Eigenschaften wie Topografie, Sprache, Bevölkerung, Wirtschaft oder Politik.

Dieser Raum mit relativ genauen Grenzen kann offiziell anerkannt sein (sozioökonomische, sprachliche usw. Region) oder auch nicht.

2. EIN LEBENSRAUM

Betrachtet man die Region als Lebensraum, so kann man sie nicht genau eingrenzen. Weil die (familiären, beruflichen usw.) Aktivitäten der einzelnen Individuen sehr unterschiedlich sind, veranlassen sie uns dazu, diesen Raum auf sehr differenzierte Weise zu nutzen (mobil sein, arbeiten, sich vergnügen usw.).

Es ist festzustellen, dass die als Lebensraum eingestufte Region sich sehr häufig rund um ein Zentrum ausdehnt und entwickelt, bei dem es sich um eine Stadt handelt, die sehr viel bedeutender ist als die anderen Orte innerhalb dieser Region.

Es handelt sich z.B. um Monthey für die Region Chablais, Martigny für das Rhone-Knie, Sitten und Siders für das Mittelwallis, Visp und Brig für das Oberwallis.

3. EIN RAUM AUF DER GRUNDLAGE SEINER WIRTSCHAFTSAKTIVITÄTEN

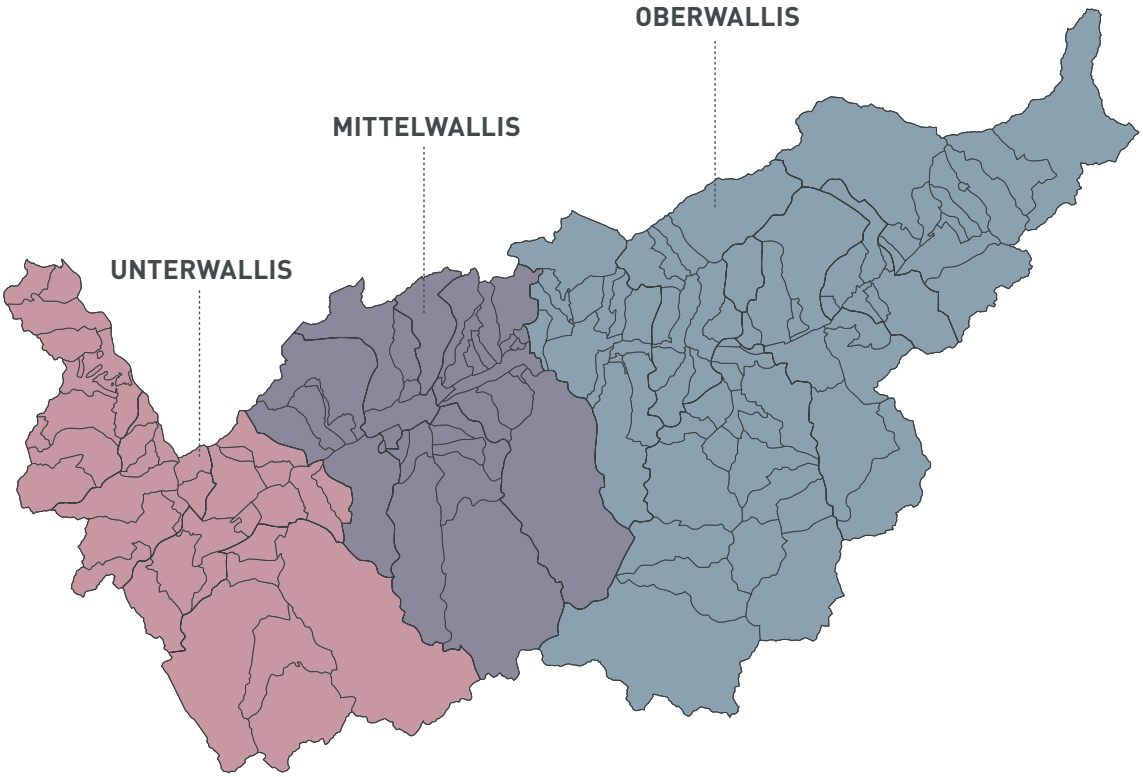
Wirtschaftlich ist das Wallis in drei sozioökonomische Regionen aufgeteilt, die mehrere Bezirke umfassen.

Es sind dies die folgenden Regionen:

- **das Oberwallis**
  (Goms, Brig, Visp, Raron, Leuk)
- **das Mittelwallis**
  (Siders, Ehring, Sitten, Conthey)
- **das Unterwallis**
  (Martigny, Entremont, Saint-Maurice, Monthey)

Ziel dieser Aufteilung ist die Umsetzung der vom Kanton beschlossenen Wirtschaftspolitik. Dabei sollen folgende Massnahmen angewandt werden:

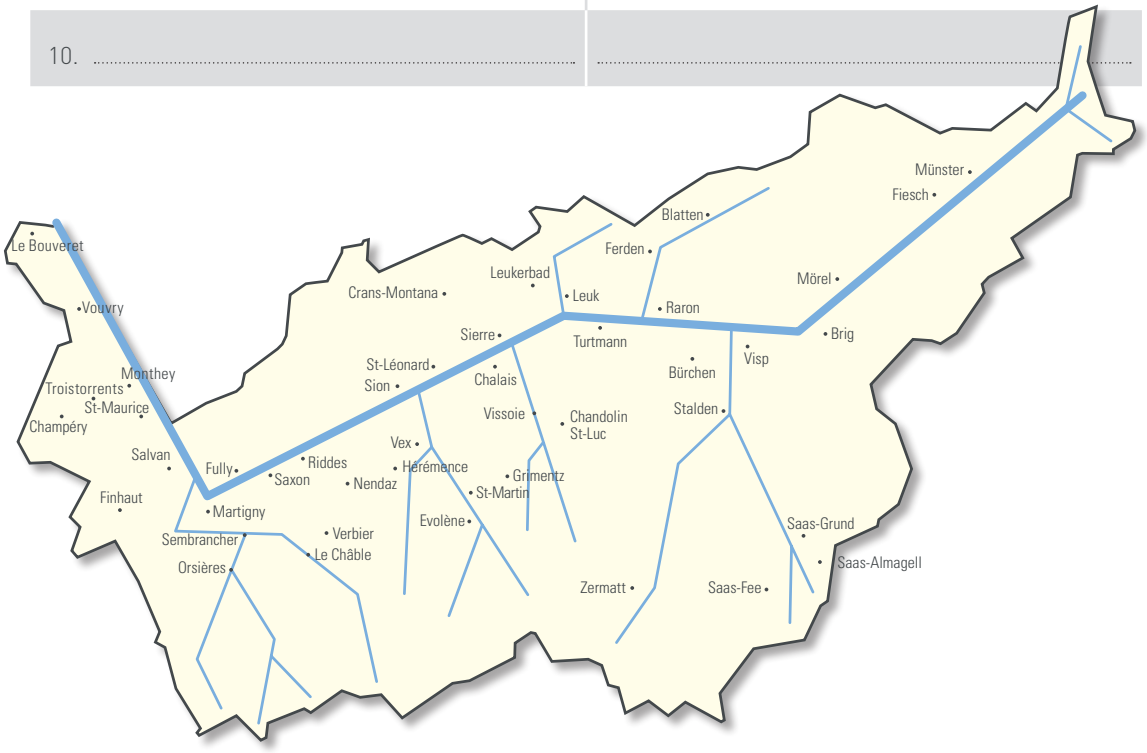
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Wallis (hochqualifizierte Arbeitnehmer);
- Erhaltung von Arbeitsplätzen;
- Förderung von Innovation (neue Techniken, neue Produkte);
- Beschleunigung der Entwicklung der Dörfer und Vermeidung ihrer Rückentwicklung;
- Förderung der Gründung von Unternehmen;
- Sicherstellung der Aufteilung der Aktivitäten zwischen der Talebene und dem Berggebiet.



Die Region, ein Lebensraum

1. Wählen Sie 10 (private und berufliche) Aktivitäten aus, die Sie regelmässig ausüben (täglich, wöchentlich, monatlich), geben Sie die jeweiligen Orte an (Dörfer, Städte usw.) und tragen Sie diese auf einer Karte ein. Ziehen Sie einen Kreis um alle diese Ortschaften und grenzen Sie damit Ihre „Lebens“-Region ein.

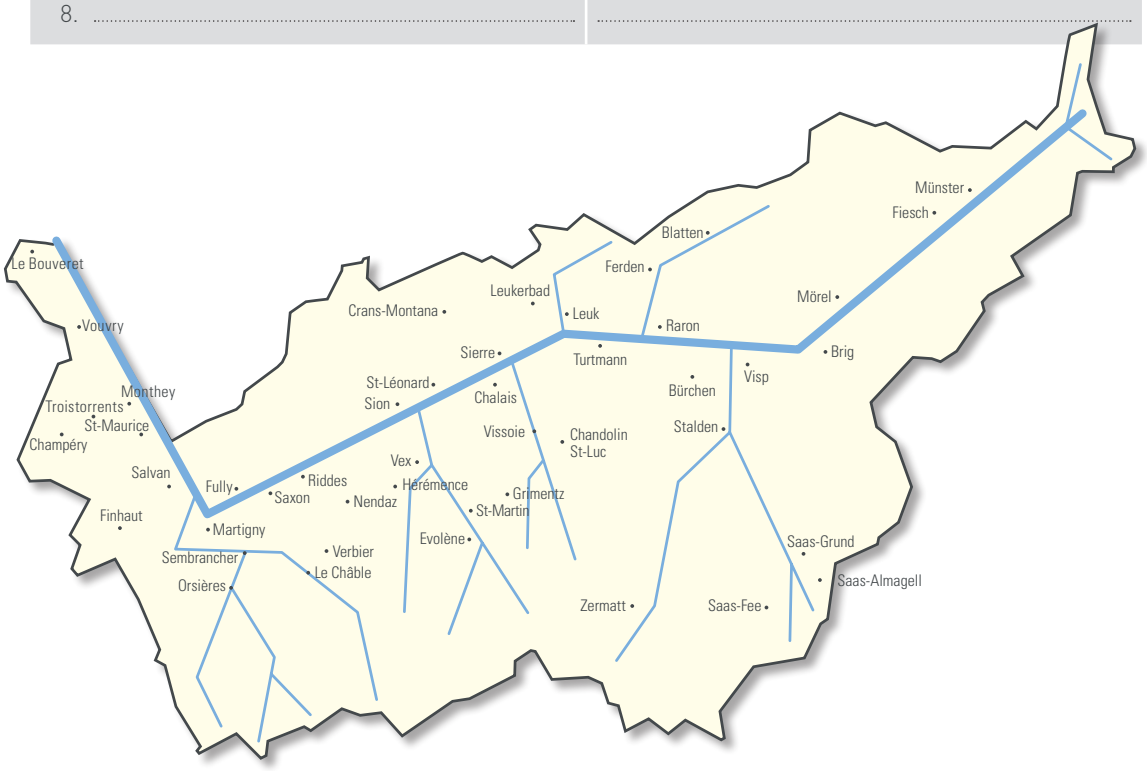
Aktivitäten	Betroffene Orte
1.	.....
2.	.....
3.	.....
4.	.....
5.	.....
6.	.....
7.	.....
8.	.....
9.	.....
10.	.....



2. Ihr Lehrbetrieb unterhält Arbeitsbeziehungen zu zahlreichen anderen Unternehmen. Die Zusammenarbeit betrifft z.B. die Materiallieferung (Einzelteile, Produkte, Komponenten usw.), den Transport, die Werbung, den Verkauf eines Produkts. Erstellen Sie eine Liste aller Partnerunternehmen Ihres Betriebs. Geben Sie für jedes Unternehmen die Leistungen an (Produkte, Dienstleistungen usw.). Lokalisieren Sie diese auf der Karte des Wallis und kreisen Sie den Raum ein, in dem sich diese Unternehmen befinden. Damit haben Sie die „Wirtschafts"-Region Ihres Unternehmens festgelegt. Benennen Sie die Orte, die sich ausserhalb des Kantons befinden.

Vergleichen Sie mit Hilfe der Karten die Informationen aus den Übungen 1 und 2.

Partnerunternehmen	Leistungen, Bereiche der Zusammenarbeit
1.	.....
2.	.....
3.	.....
4.	.....
5.	.....
6.	.....
7.	.....
8.	.....



3. Erstellen Sie eine Liste der Hauptwirtschaftsaktivitäten Ihrer Region. Geben Sie für jede den Namen einiger Unternehmen an.

Regionale Wirtschaftsaktivitäten	Hauptunternehmen
1.	.....
2.	.....
3.	.....
4.	.....
5.	.....
6.	.....
7.	.....
8.	.....

4. Erstellen Sie einen Lagebericht Ihrer Wirtschaftsregion und berücksichtigen Sie dabei das Prinzip der nachhaltigen Entwicklung. Geben Sie für jeden der drei betroffenen Bereiche (Wirtschaft, Gesellschaft, Umwelt) die Stärken und Schwächen Ihrer Region an.

Aspekte	Stärken	Schwächen
Wirtschaft	....	....
Gesellschaft	....	....
Umwelt	....	....

5. Wählen Sie aus den Schwächen, die Sie angegeben haben, drei aus, die Ihrer Meinung nach am wichtigsten sind. Schlagen Sie für jede konkrete Verbesserungsmassnahmen vor und begründen Sie diese.

Schwächen	Verbesserungsmassnahmen
1.	.....
2.	.....
3.	.....

6. Nennen Sie die sozioökonomischen Regionen des Wallis.

7. Die Zielsetzungen der sozioökonomischen Regionen betreffen direkt Ihre Region. In welcher Weise? Begründen Sie Ihre Antworten durch konkrete Beispiele.

HINWEISE

HINWEISE

Nachstehende Kapitel werden unter der Ägide des Departements für Erziehung, Kultur und Sport und des Departements für Wirtschaft, Energie und Raumentwicklung im Rahmen der Tätigkeiten Schule-Wirtschaft veröffentlicht.

DIE WALLISER WIRTSCHAFT

Redaktion:
Stéphane Dayer, Beauftragter Schule-Wirtschaft, Staat Wallis

In Zusammenarbeit mit:
Stiftung für Nachhaltige Entwicklung der Bergregionen

Für weitere Auskünfte
- **www.fddm.ch** (kantonale Agenda 21, Aktionsbeispiele)
- **www.un.org** (Agenda 21, Vereinte Nationen 2005)
- **www.globaleducation.ch** (Stiftung Bildung und Entwicklung, Aktionsbeispiele usw.)
- **www.un.org** (Agenda 21, Vereinte Nationen 2005)
- www.globaleducation.ch
- **www.youthxchange.net** (130 Seiten konkrete Aktionen, vorgestellt vom UNEP, von der UNESCO und jungen Leuten aus der ganzen Welt: Fakten und Zahlen, pädagogische Sequenzen, Spiele und Tests usw.)

Photographien, Quellen
- Seite 2: Chemie: Abbau von Silizium auf Platten mittels eines chemischen Bades Mimotec, Sitten
- Seite 3: Deckblatt „Kulturführer Wallis“
- Seite 3: Skulptur von Alexander Calder, „stabil-mobil“, Stiftung Pierre Gianadda in Martigny, 1965, bemaltes Metall mit Achsen aus Stahl, 375 x 325 x 225.Bildnachweis: © Arnaud Carpentier
- Seite 4: Weinberg, Ostausfahrt Sitten, Jean-Marc Biner
- Seite 4: Käsekeller, Walliser Landwirtschaftskammer
- Seite 5: Staudämme von Emosson und Vieil Emosson, Projekt Nant de Drance, Dienststelle für Energie und Wasserkraft
- Seite 5: Anlagen für Solarthermie und Photovoltaik, Rhyner Energie Sarl, Monthey
- Seite 6: Darstellung automatisches Lernen, IDEAP, Martigny

DER TOURISMUS

Redaktion:
Stéphane Dayer, Beauftragter Schule-Wirtschaft, Staat Wallis

In Zusammenarbeit mit:
Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung, Staat Wallis

NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Redaktion:
Stéphane Dayer, Beauftragter Schule-Wirtschaft, Staat Wallis

In Zusammenarbeit mit:
- Walliser Landwirtschaftskammer (Redaktion des Textes „Landwirtschaft“)
- Cimark
- Delegierter für Wirtschaftsfragen, Staat Wallis
- Stiftung für Nachhaltige Entwicklung der Bergregionen
- Statistisches Amt, Staat Wallis
- Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung, Staat Wallis
- Dienststelle für Energie und Wasserkraft, Staat Wallis (Redaktion des Textes „Energie“)
- Dienststelle für Landwirtschaft, Staat Wallis
- Fachhochschule Westschweiz (Hochschule Wallis)
- Wallis Tourismus

Für weitere Auskünfte
- **www.business-valais.ch** (Walliser Volkswirtschaft, Industrien)
- **www.vs.ch** (Statistiken)
- **www.cvci-valais.ch** (Dokument outlook.eco. Fakten und Zahlen. Die Struktur der Walliser Wirtschaft in 2009)
- **www.fmv.ch** (Energie)
- **www.agrivalais.ch** (Landwirtschaft)
- **www.valais.ch** (Tourismus)
- **www.fddm.ch** (Nachhaltige Entwicklung)
- **www.theark.ch** (Neue Technologien)
- **www.ecole-economie.ch** (allgemeine Informationen zur Wirtschaft und nachhaltigen Entwicklung, pädagogischer Ansatz, Materialien für den Unterricht)
- **Walliser Raumplanungsprojekt.** Departement für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung 2008

MEINE REGION, EIN LEBENSRAUM

Redaktion:
Stéphane Dayer, Beauftragter Schule-Wirtschaft, Staat Wallis

In Zusammenarbeit mit:
Tourismus Wallis, Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung, Staat Wallis

Für weitere Auskünfte
- **www.vs.ch** (Staat Wallis, Zahlen zum Walliser Tourismus, andere Links, Sonstiges)
- **www.bfs.admin.ch** (Eidgenossenschaft, Zahlen über den Schweizer Tourismus, andere Links)

Übersetzung: TRAD & SERVICES Sàrl, Conthey
Photographie auf dem Deckblatti: Wallis Tourismus