



## **Begleitstudie BESTandermatt „Soziokulturelle und sozio- ökonomische Auswirkungen des Tourismusresort Andermatt“**

### **Schlussbericht der ersten Teilstudie**

Verfasser/innen des Schlussberichtes

Bea Durrer Eggerschwiler

Dr. Hannes Egli

Prof. Colette Peter

Projektteam

Bea Durrer Eggerschwiler,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit
Dr. Hannes Egli,	Hochschule Luzern - Wirtschaft
Reto Gassmann,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit
Prof. Emanuel Müller,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit, Projektleitung
Prof. Colette Peter,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit, Projektleitung

Weitere Mitarbeitende

Mario Störkle,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit (Befragungen)
Rike Stotten,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit, (Befragungen)
Prof. Alex Willener,	Hochschule Luzern - Soziale Arbeit (Moderation Ergebniskonferenz)

Redaktion: Beat Grossrieder

Luzern, im Dezember 2010, Hochschule Luzern - Soziale Arbeit  
Hochschule Luzern - Wirtschaft

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Soziokulturelle Aspekte einer Resortentwicklung .....</b>	<b>8</b>
1.1. Erkenntnisse aus bisherigen Studien .....	8
1.2. Reaktionen und Bewältigungsstrategien .....	9
<b>2. Forschungsfragen und Forschungsdesign .....</b>	<b>10</b>
2.1. Explorative qualitative Studie .....	10
2.2. Entwicklung und Operationalisierung der Forschungsfragen .....	10
2.3. Forschungsfragen und Forschungsdesign (sozioökonomischer Teil) .....	13
<b>3. Vorgehen bei der Datenerhebung .....</b>	<b>14</b>
3.1. Methodisches Vorgehen bei der soziokulturellen Befragung .....	14
3.1.1. Kombination von wissenschaftlichen Befragungs- und aktivierenden Methoden .....	14
3.1.2. Einzelinterviews .....	14
3.1.3. Gruppenbefragung .....	15
3.1.4. Datenauswertung .....	16
3.1.5. Aufbereitung der Ergebnisse .....	16
3.2. Methodisches Vorgehen bei der sozioökonomische Erhebung .....	17
3.2.1. Datenerhebung .....	17
<b>4. Ergebnisse der soziokulturellen Befragung .....</b>	<b>20</b>
4.1. Allgemeines Stimmungsbild und Situationsbewertung .....	20
4.2. Wahrgenommene Veränderungen .....	21
4.3. Hoffnungen und Erwartungen .....	22
4.4. Befürchtungen und Verunsicherungen .....	23
4.5. Zusammenleben .....	25
4.6. Das Resort im Gespräch: Der Umgang mit unterschiedlichen Meinungen in der Bevölkerung .....	27
4.7. Selbstwahrnehmung .....	29
4.8. Wahrnehmung der politischen Verantwortlichen .....	29
4.8.1. Gemeindebehörden .....	29
4.8.2. Kantonale Behörde .....	31
4.9. Wahrnehmung der Investoren .....	32
4.9.1. Samih Sawiris .....	32
4.9.2. Andermatt Swiss Alps (ASA) .....	32
4.10. Zusammenfassende Bemerkungen zur Wahrnehmung der politischen Behörden und der Resortverantwortlichen .....	33
4.11. Umgang der betroffenen Bevölkerung mit dem Wandel .....	34
4.12. Gruppenbefragung Jugendliche .....	35
4.13. Gruppenbefragung Gewerbe .....	37
<b>5. Schlussbetrachtungen und Empfehlungen für Massnahmen in Form von Projekten...38</b>	<b>38</b>
<b>6. Ergebnisse der regionalökonomischen Erhebung .....</b>	<b>44</b>
6.1. Sektoranteile .....	44
6.2. Daten zur wirtschaftlichen Leistung auf Gemeinde- und Bezirksebene .....	44
6.3. Pendlerverflechtungen .....	47
6.4. Preisentwicklungen .....	48
<b>7. Ergebniskonferenz .....</b>	<b>49</b>
7.1. Ablauf .....	49
7.2. Ergebnisse .....	50
<b>8. Zusammenfassende Empfehlungen und Ausblick .....</b>	<b>51</b>
8.1. Empfehlungen für das weitere Vorgehen .....	51
8.1.1. Weiteres Vorgehen im sozioökonomischen Teil .....	51
8.2. Ausblick für die zweite Teilstudie .....	52
<b>Literaturliste .....</b>	<b>53</b>

## Zusammenfassung

Das Unternehmen Andermatt Swiss Alps (ASA) wird in den kommenden zwölf Jahren in Andermatt ein Tourismusresort erstellen. Geplant sind sechs Hotels, 490 Wohnungen und ca. 25 Privativillen. Weiter entstehen Gastro- und Ladenlokalitäten, ein Sport- und Freizeitzentrum, Kongress- und Konzerträumlichkeiten und ein 18-Loch-Golfplatz. Mit der Realisierung des Tourismusresorts kommen grosse Veränderungen auf Andermatt zu, die weit über das Urserental hinaus in den gesamten Gotthardraum ausstrahlen werden.

Die vorliegende Studie verfolgt drei Ziele: Im Zentrum stehen die Untersuchung der soziokulturellen und sozioökonomischen Auswirkungen des Resorts auf die einheimische Bevölkerung während der nächsten Jahre. Ein weiteres Anliegen der Studie ist, die Bevölkerung in Andermatt beim bevorstehenden Wandel zu begleiten und zu unterstützen. So hat die Studie auch die Funktion eines Frühwarnsystems, um einerseits negative Auswirkungen des Tourismusresorts auf die Bevölkerung frühzeitig zu erkennen und entsprechende Massnahmen vorzuschlagen; andererseits aber auch um sich bietende Chancen für die Bevölkerung und das Gewerbe aufzuzeigen und entsprechend zu unterstützen. Und schliesslich orientiert sie sich an der gesellschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit, welche im Zusammenhang mit der Projektierung des Tourismusresorts von allen Beteiligten wiederholt eingefordert wurde.

Die Bewohnerinnen und Bewohner stellen einen wichtigen Teil des Tourismussystems an einem Bestimmungsort dar. Eine lebendige kulturelle Identität ist nicht nur zentral für die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung, sondern liegt auch im Interesse des Tourismus selber.

Parallel zur Durchführung der soziokulturellen Begleitstudie werden auch die sozioökonomischen Auswirkungen des Resorts untersucht. Dieser Teil der Studie erstreckt sich auf den Gotthardraum (Kanton Uri, Goms, Surselva und Leventina) und beschreibt auf der Basis von statistischen Daten die wirtschaftliche Entwicklung im Raum „San Gottardo“. Für die Standortgemeinde Andermatt bilden die sozioökonomischen Daten die Grundlage, um die in der soziokulturellen Begleitstudie mit qualitativen Methoden erhobenen subjektiven Einschätzungen der Bevölkerung zu spiegeln und mit der tatsächlichen ökonomischen Entwicklung in Andermatt in Beziehung zu setzen. Die im Rahmen der ersten Teilstudie erhobenen sozioökonomischen Daten bilden die Basis für die Beobachtung und Analyse der erhofften oder befürchteten Veränderungsprozesse. Im weiteren Verlauf legt die Studie zudem einen Fokus auf die Wettbewerbsfähigkeit des lokalen Gewerbes im Gotthardraum.

Bei der Studie BESTandermatt handelt es sich um eine Langzeitstudie. Um die langfristigen gesellschaftlichen und ökonomischen Auswirkungen des Resorts zu erfassen, werden im Zeitraum von 2009 bis ca. 2020 in Andermatt insgesamt vier Befragungsrunden bzw. Datenerhebungen durchgeführt. In der mündlichen Befragung stehen die subjektiven Sichten der Bewohnerinnen und Bewohner auf die Veränderungsprozesse im Vordergrund. Die Begleitstudie ist explorativ angelegt und partizipativ ausgerichtet. Sie kombiniert wissenschaftliche Befragungsmethoden mit aktivierenden Methoden. Für die Entwicklung der Forschungsfrage wurde auf die Methode der Concept-Map zurückgegriffen. Ausgangspunkt dafür war die Überlegung, dass Planung und Bau des Tourismusresorts bei der Bevölkerung Erwartungen, Hoffnungen, Verunsicherungen und Befürchtungen weckt. Weiter gingen wir davon aus, dass die Befragten die veränderte Situation positiv, neutral oder negativ bewerten und einen für sie als richtig oder möglich erachteten Umgang mit dem Wandel wählen.

Ein erklärtes Ziel der Studie ist, die Bevölkerung von Andermatt im Veränderungsprozess während der Entstehungsphase und der Inbetriebnahme des Resorts zu begleiten und zu unterstützen: Die Resultate jeder Teilstudie werden der Bevölkerung in Form gezielter Feedbacks zur Verfügung gestellt und dienen als Grundlage für steuerndes sowie proaktives oder korrigierendes Eingreifen seitens der Bauherrschaft und der Behörden. Die Ergebnisse der regionalökonomischen Erhebung der ersten Teilstudie bilden die Referenz für den Vergleich und die Analyse der sozio-

ökonomischen Entwicklungen über den gesamten Untersuchungszeitraum (2009 bis 2020) der Studie.

Im vorliegenden Bericht werden die Ergebnisse der ersten Befragungsrunde wiedergegeben, die im Zeitraum Dezember 2009 bis April 2010 stattfand. Befragt wurden in mündlichen, narrativ konzipierten Einzelinterviews 25 erwachsene, mit einem Zufallsverfahren ausgewählte Personen unterschiedlicher Altersgruppen. Mit Vertreter/innen des lokalen Gewerbes und mit 16-jährigen Jugendlichen wurden je ein Gruppengespräch durchgeführt. Die Interviews wurden auf Tonträger aufgenommen, transkribiert und anschliessend mit Hilfe der Software ATLAS.ti. inhaltsanalytisch ausgewertet.

Die Bevölkerung ist dem Resort gegenüber nach wie vor positiv eingestellt. Während die Altersgruppe der 61- bis 70-Jährigen die Situation durchwegs positiv bewertet, sind es vor allem die Jugendlichen und die Befragten der jüngeren Altersgruppe (21 bis 40 Jahre), die zum Teil kritischer eingestellt sind. Die grosse Euphorie, die zu Beginn des Resortprojekts herrschte, hat beim grösseren Teil der Befragten einer realistischen Einschätzung der Situation Platz gemacht. Nun werden auch Schattenseiten, die das Projekt mit sich bringen kann, wahrgenommen. Vor allem die Jugendlichen und die jüngeren Befragten der Altersgruppe der 21- bis 40-Jährigen äussern sich hierzu kritischer als die älteren Befragten. Auffällig ist das Spannungsfeld zwischen „Bewahren wollen“ und „sich auf Neues einlassen“, in welchem sich die Befragten befinden. Diese Widersprüche müssen von allen Beteiligten erkannt und auch ausgehalten werden.

Als grösste Chance werden der wirtschaftliche Aufschwung, die Schaffung von Arbeitsplätzen und eine verbesserte Infrastruktur angesehen, wovon auch die einheimische Bevölkerung profitieren kann. Die bei den Befragten am häufigsten genannte Befürchtung bezieht sich auf die steigenden Lebenshaltungskosten, insbesondere den Anstieg der Mietpreise. Als problematisch wurde von einem Teil der Befragten der Umgang innerhalb der Bevölkerung mit andern Meinungen und kritischen Stimmen beschrieben. Die politisch Verantwortlichen wie auch die Resortverantwortlichen werden von der Bevölkerung kritisch beurteilt, während der Investor Samih Sawiris von der Mehrheit der Befragten geschätzt wird. Die Kritik bezieht sich in erster Linie auf die Informationspolitik und den Umgang mit kritischen Meinungen. Die befragten Jugendlichen stehen dem Projekt kritischer gegenüber als ein Grossteil der befragten Erwachsenen. Wichtig ist den Jugendlichen, dass sie in die weitere Entwicklung von Andermatt einbezogen werden und mitreden können, was sie bisher vermisst haben. Die Vertreter/innen des lokalen Gewerbes sind sich bewusst, dass sie sich auf die neue Situation, die der Bau des Resort für sie nach sich zieht, vorbereiten müssen. Einen möglichen Weg sehen sie in der Vereinfachung von bestehenden Strukturen, damit die Zusammenarbeit unter den Gewerbetreibenden verbessert werden kann. Befürchtet wird, dass vor allem Handwerksbetriebe in Zukunft einen schwierigen Stand haben werden, falls die Bodenpreise in Andermatt weiter steigen oder mit der Änderung des Gästesegments Lärmimmissionen schneller als störend empfunden werden.

An der Ergebniskonferenz vom 28. Mai 2010 wurden die Resultate der ersten Teilstudie der interessierten Andermatt Bevölkerung unter Ausschuss der Medien präsentiert. Die Anwesenden diskutierten anschliessend an Thementischen und schlugen eine Reihe von Empfehlungen und Massnahmen vor. Diese sind in unsere Massnahmenvorschläge eingeflossen.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse empfiehlt das Projektteam im Sinne von proaktiven Handlungsfeldern fünf Sofort- und eine mittelfristige Massnahme. Als erste Sofortmassnahme schlagen wir die Weiterentwicklung der partizipativen Kommunikation vor. In Zukunft wird es für die Verantwortlichen darum gehen, die bisherige reine Informationspolitik zu einem Dialog mit der Bevölkerung weiter zu entwickeln. Die zweite Sofortmassnahme bezieht sich auf die Förderung des Einbezugs von Kindern und Jugendlichen. Die dritte Sofortmassnahme zielt auf die Förderung von bezahlbarem Wohnraum, die vierte schlägt ein Coaching für das lokale Gewerbe vor und schliesslich soll die lokale Begleitgruppe weiterhin professionell begleitet werden.

Als mittelfristige Massnahme empfehlen wir die Entwicklung eines massgeschneiderten Integrationskonzeptes für Andermatt.

Für die Verantwortlichen geht nun darum, die Massnahmen in Form von Projekten aufzugleisen. Erste Schritte dazu wurden bereits eingeleitet und umgesetzt.

Die Befragung der zweiten Teilstudie wird voraussichtlich im Jahr 2012 durchgeführt werden. An dieser Stelle bedanken wir uns herzlich bei allen Personen, die sich in der ersten Teilstudie für ein Interview zur Verfügung gestellt haben. Nur dank der Bereitschaft der Andermatt Bevölkerung, sich auf die Studie einzulassen, konnte diese überhaupt erfolgreich durchgeführt werden. Unser Dank gilt auch der Gemeinde Andermatt, dem Kanton Uri und dem Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) des Bundes, sowie der Forschungsförderung der Hochschule Luzern, welche die Studie BESTander matt finanzieren.

## Ausgangslage

Das Unternehmen Andermatt Swiss Alps (ASA) wird in den kommenden zwölf Jahren in Andermatt ein Tourismusresort realisieren. Unter der Marke „Andermatt – Swiss Alpine Destination“ erstellt sie auf Initiative des ägyptischen Investors Samih Sawiris in Andermatt auf einer Fläche von 1.4 Millionen Quadratmetern ein Tourismusresort mit sechs Hotels, 490 Wohnungen und ca. 25 Privatvillen, Gastro- und Ladenlokalitäten, einem Sport- und Freizeitzentrum, Kongress- und Konzerträumlichkeiten und einem 18-Loch-Golfplatz. Ausserdem soll das Skigebiet modernisiert und ausgebaut werden. Mit der Realisierung des geplanten Tourismusresorts kommen grosse Veränderungen auf Andermatt zu, die weit über das Urserental hinaus in den gesamten Gotthardraum ausstrahlen werden. Die kurz- und langfristigen Folgen des Grossprojektes auf die sozialen Strukturen der Standortgemeinde Andermatt sind schwer vorhersehbar, stellen jedoch für die ansässige Bevölkerung eine grosse Herausforderung mit Chancen und Risiken dar. Die soziokulturelle Begleitstudie ist eine Art „Vorwarnsystem“, um negative Auswirkungen des Tourismusresorts auf die Bevölkerung frühzeitig zu erkennen und entsprechende Massnahmen zu empfehlen. Sie orientiert sich an der gesellschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit<sup>1</sup>, welche im Zusammenhang mit der Projektierung des Tourismusresorts von allen Beteiligten wiederholt eingefordert wurde.

Die Bewohnerinnen und Bewohner stellen einen wichtigen Teil des Tourismussystems an einem Bestimmungsort dar. Im Sinne der nachhaltigen Entwicklung ist es wichtig, neben ökologischen und ökonomischen auch die gesellschaftlichen Auswirkungen des geplanten Tourismusresorts in Andermatt zu untersuchen. Eine lebendige kulturelle Identität ist nicht nur zentral für die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung, sondern liegt auch im Interesse des Tourismus selber.

Die sozioökonomischen Auswirkungen des Resorts auf den Gotthardraum (Kanton Uri, Goms, Surselva und Leventina) werden im selben Zeitraum wie die Durchführung der soziokulturellen Begleitstudie, auf der Basis von bestehenden statistischen Daten, von der Hochschule Luzern – Wirtschaft analysiert. Auf diese Weise lässt sich die wirtschaftliche Entwicklung im Raum „San Gottardo“ verfolgen und beschreiben. Für die Standortgemeinde Andermatt bilden die sozioökonomischen Daten die Grundlage, um die in den qualitativen Erhebungen eruierten, subjektiven Einschätzungen der Bevölkerung zu spiegeln und mit der tatsächlichen ökonomischen Entwicklung von Andermatt in Beziehung zu setzen. Die im Rahmen der ersten Teilstudie erhobenen sozioökonomischen Daten werden die Basis für die Beobachtung und Analyse der erhofften bzw. befürchteten Veränderungsprozesse bilden. Im weiteren Verlauf legt die Studie zudem einen Fokus auf die Wettbewerbsfähigkeit des lokalen Gewerbes im Gotthardraum.

Um die langfristigen gesellschaftlichen und ökonomischen Auswirkungen des Resorts zu erfassen, werden im Zeitraum von 2009 bis ca. 2020 in Andermatt insgesamt vier Befragungsrunden bzw. Datenerhebungen durchgeführt. Unterschiedliche Zielgruppen aus der Bevölkerung werden durch Mitarbeitende der Hochschule Luzern Soziale Arbeit mündlich befragt. Dabei stehen die subjektiven Sichtweisen der Bewohnerinnen und Bewohner auf die Veränderungsprozesse im Vordergrund. Die Begleitstudie ist partizipativ ausgerichtet und kombiniert wissenschaftliche Befragungsmethoden mit aktivierenden Methoden. Die Andermatt Bevölkerung erhält so Gelegenheit, ihre Erwartungen und Hoffnungen, aber auch ihre Ängste und Befürchtungen in Bezug auf das Resort zum Ausdruck zu bringen. Ein erklärtes Ziel der Studie ist, die Andermatt Bevölkerung im Veränderungsprozess während der Entstehungsphase und der Inbetriebnahme des Resorts zu begleiten und zu unterstützen. Die Resultate jeder Teilstudie werden der Andermatt Bevölkerung in Form gezielter Feedbacks zur Verfügung gestellt und dienen als Grundlage für steuerndes und korrigierendes Eingreifen seitens der Bauherrschaft und der Behörden. Zudem soll die Studie als Grundlage dienen, um die Wirkungsweise ähnlicher touristischer Grossprojekte erforschen zu können. Denn immer noch gilt die Feststellung von Bätzing (2003), dass die mit dem Tourismus verbundenen Probleme in einem Fremdenverkehrsort zu den „Tabu-Themen“ gehören, über die

<sup>1</sup> Mit Nachhaltigkeit bezeichnen wir das Prinzip, das es zu verfolgen gilt, um eine Nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Nachhaltige Entwicklung steht für die Deklaration von Rio, die durch die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung als globale Strategie festgelegt wurde, die auf lokaler und regionaler Ebene umzusetzen ist. Im vorliegenden Bericht beziehen wir uns auf die Nachhaltigkeitsstrategie des Bundes.

man in der Öffentlichkeit nicht spricht und die kaum erforscht sind. Für Bachleitner (2000) ist klar, dass wenn man die touristischen Einflüsse auf die soziokulturellen Strukturen der einheimischen Bevölkerung umfassend darstellen will, auf der Makro- und der Mikroebene geforscht werden muss. Bei dieser Art Wirkungsforschung geht es auf der Mikroebene um Meinungs-, Einstellungs- und Bewertungserfassungen über mehrere Saisons hinweg; auf der Makroebene um vergleichende Statistiken im sozioökonomischen Bereich, wie dies in der vorliegenden Studie der Fall ist.

Die Begleitstudie zu den soziokulturellen und sozioökonomischen Auswirkungen des Tourismusresorts Andermatt wird durch Mittel der Gemeinde Andermatt, des Kantons Uri, der Neuen Regionalentwicklung des Bundes (Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO) sowie der Forschungsförderung der Hochschule Luzern finanziert.

An dieser Stelle danken wir den Geldgebern, die es ermöglicht haben, dass diese Begleitstudie durchgeführt werden kann. Wir sind überzeugt, dass sie einer der Bausteine darstellt, die eine nachhaltige und erfolgreiche Resortentwicklung ermöglichen werden.

## **1. Soziokulturelle Aspekte einer Resortentwicklung**

### **1.1. Erkenntnisse aus bisherigen Studien**

Uns ist keine Studie bekannt, welche über einen längeren Zeitraum die soziokulturellen Auswirkungen eines Resorts auf die ansässige Bevölkerung untersucht. Unter soziokulturellen Auswirkungen verstehen wir jene Aspekte, welche die Wahrnehmung und Bewertung der erwarteten, erhofften und befürchteten, zukünftigen oder bereits erfolgten Veränderungen betreffen, die ein solches Grossprojekt auslöst. Und zwar im Hinblick auf die soziale und kulturelle Situation der Betroffenen sowie den Umgang der Bevölkerung mit den Auswirkungen und Veränderungen, welche die Resortentwicklung mit sich bringt. Die soziokulturellen Auswirkungen beziehen sich dabei sowohl auf die individuelle wie auch auf die kollektive Ebene. Untersuchungen in amerikanischen Skigebieten haben gezeigt, dass sich die Haltung der ansässigen Bevölkerung zu den Auswirkungen des Tourismus – in Abhängigkeit von der Art und Weise der Entwicklung – im Laufe der Zeit verändert (Johnson 1994, S. 637 ff). Diese Aussage bestätigt Thiem (2001, S. 30); sie hat beobachtet, dass in einer ersten Phase oft Bewunderung für die kulturellen Neuerungen, welche eine Veränderung im Tourismus mit sich bringt, entstehen. Häufig folgt dann eine Phase der kritischen Distanz, welche entweder durch Resignation (Rückzug) und passiver Ablehnung, oder dann sogar von einer Phase des aktiven Widerstandes und der Entwicklung eigenständiger Alternativen abgelöst wird. Thiem stellt weiter fest, dass Einheimische im Allgemeinen nicht oder nicht ausreichend in die Entscheidungsprozesse über die touristische Entwicklung eingebunden werden. Resignation, Apathie, sozialer Rückzug oder konkrete Abwanderung können die Folge sein. Thiem (2001, S. 27) fällt aber auch auf, dass in der Diskussion um die Auswirkungen des Tourismus vor allem die negativen Aspekte, also die Risiken und Befürchtungen diskutiert werden, während die Chancen und Hoffnungen gar nicht in Erwägung gezogen werden. Der Einfluss des Tourismus auf die Kultur und das Zugehörigkeitsgefühl wird in einer neueren Untersuchung zur touristischen Entwicklung im schweizerischen Tourismus für Zermatt beschrieben (Bieger/Rütter 2004, S. 115): „Das in Zermatt vormals auch öffentlich gelebte traditionell-kulturelle Leben ist immer stärker verdrängt worden. Der starke Zuzug von Ausländern (...) führte zusätzlich zur Aufweichung der eigenen Kultur und Identität. Vor allem ältere Leute beklagen den Verlust an persönlicher Nähe und einen schwächeren Zusammenhalt der Bevölkerung (...). Der Versuch, den Gästebedürfnissen immer und in jeder Situation gerecht zu werden, führt zusätzlich zu einer geringeren Reflexion eigener Vorstellungen.“

ECOPLAN (2008, S. 185) halten in ihrer Einschätzung über die gesellschaftlichen Auswirkungen des Tourismusresorts für Andermatt fest: „Die sozialdemografischen und kulturellen Veränderungen können dazu führen, dass in der ‚alten‘ Bevölkerung das Gefühl der Ent- resp. Überfremdung entsteht. Zudem kann die Angst entstehen, dass auch die politische Macht mehr und mehr an die Neuzuzüger/innen übergeht und somit die ‚alten‘ Einwohner von Andermatt auch politisch margi-



nalisiert werden.“ Zu beachten gilt, dass Hoffnungen und Befürchtungen aber auch die Wahrnehmung der soziokulturellen Auswirkungen stark subjektiv geprägt sind. Bachleitner (2000) geht davon aus, dass sich der Einfluss des Tourismus, obwohl dieser als Motor des Wandels erfahren wird, für die Entwicklung eines bestimmten Gebietes selten klar abgrenzen lässt. Dies, da in der Regel das Veränderungspotential und die Veränderungsschübe durch den Tourismus im Bewusstsein der Individuen unterschiedlich registriert werden. Daher variieren die subjektiven Einschätzungen und Bewertungen der Bevölkerung zu den Entwicklungen und zur Rolle des Tourismus beträchtlich. Dazu postulierte Bachleitner (2000 S. 64-65) folgende Hypothesen, im Sinne von Leitfragen für eine touristische Wirkungsforschung:

- „Je umfassender das regionale, gewachsene Sozial- und Kultursystem durch Tourismus überformt wird, desto tiefer greift der Prozess die soziale Mentalität und kulturelle Identität an und desto eher führt er zu negativen Wahrnehmungs- und Interpretationsaspekten gegenüber dem Tourismus.
- Je höher die Sachaufwendungen für Infrastruktur-Erstellungen sind und je geringer die sozialen und ökologischen (Nutzungs-)Effekte für die Bereisten ausfallen, desto höher wird das Ablehnungspotential gegenüber dem Tourismus.
- Je früher auf qualitativen Tourismus (=Sozial-, Ökologie- und Wirtschaftsverträglichkeit) umgestellt wird, desto höher ist die Tourismusakzeptanz der Bereisten.
- Je höher die Beanspruchung der natürlichen Ressourcen sowie die unmittelbare Betroffenheit am Dienstleistungssektor ausfallen, desto höher steigt das Ablehnungspotential gegenüber dem Tourismus an.
- Je höher der wahrnehmbare Umsetzungserfolg touristischer ökologieorientierter Regionalpolitik für die Bereisten ist, desto positiver die Tourismusgesinnung.“

Diese wenigen Hinweise verdeutlichen, dass eine starke touristische Entwicklung für die betroffene Bevölkerung immer eine grosse Herausforderung darstellt, die mit Verunsicherungen und Befürchtungen verbunden ist. Die Herausforderung ist deshalb in Andermatt besonders gross, da mit der Realisierung des Tourismusresorts innerhalb einer kurzen Zeitspanne von zehn bis zwölf Jahren umfassende Veränderungen auf die Bevölkerung zukommen. Konkret stellt sich die Frage, wie mit den Chancen umgegangen wird und wie die Herausforderungen bewältigt werden.

## 1.2. Reaktionen und Bewältigungsstrategien

Die mit dem Bau des Tourismusresorts einhergehenden gesellschaftlichen Veränderungen erfordern von der Bevölkerung Anpassungsleistungen in einem relativ kurzen Zeitrahmen. So genannte „challenge-response Modelle“ gehen davon aus, dass die Folgen des Veränderungsprozesses in Abhängigkeit vom Zusammenspiel gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und der Veränderungsbereitschaft der Betroffenen variieren (Silbereisen/Pinquart 2008, S. 15). Zur Untersuchung der Auswirkungen auf der Individualebene können Modellannahmen der Stress- und Bewältigungsforschung herangezogen werden (ibid., S. 16). Gemäss verschiedener theoretischer Ansätze wie beispielsweise der transaktionalen Stresstheorie von Lazarus und Folkman, sind Menschen den Stressoren nicht passiv ausgeliefert, sondern setzen sich in der Regel aktiv mit ihnen auseinander (ibid., S. 260). Lazarus und Folkman gehen in ihrem Stressmodell davon aus, dass der gewählte Umgang mit dem Wandel jeweils von der aktuellen Situation sowie von der Persönlichkeit und der kognitiven Struktur der betroffenen Person abhängig ist. Grundsätzlich können zwei Bewältigungsstrategien unterschieden werden: Entweder setzen sich die betroffenen Menschen konstruktiv mit der veränderten Situation auseinander, indem sie diese akzeptieren – oder sie leisten aktiv oder passiv Widerstand. Passive Widerstandsformen können Gleichgültigkeit, Resignation oder Flucht (Suchtverhalten, etc.) sein, während Gegensteuern und Obstruktion unter aktiven Widerstand fallen (Dreesmann/Kraemer-Fieger 1994, S. 112 ff).

Eine der zentralen Fragen, die sich mit der Resortentwicklung in Andermatt stellt, wird sein, wie die lokale Bevölkerung auf die Resortentwicklung reagieren und den soziokulturellen Wandel bewältigen wird.

## 2. Forschungsfragen und Forschungsdesign

### 2.1. Explorative qualitative Studie

Die Durchsicht der Literatur zeigte, dass bisher noch wenige Ergebnisse zur relevanten Forschungsfrage: „Wie wirkt sich ein Tourismusgrossprojekt auf das Zusammenleben in einer alpinen Gemeinde aus?“, zur Verfügung stehen. Dies wird durch die Feststellung von Bachleitner/Penz (2000, S. 51) bestätigt: „Oft löst der Tourismus ein Bündel von soziokulturellen, sozialstrukturellen und sozioökologischen Veränderungen aus, welche in ihrem Zusammenspiel sowie ihren sozialpsychologischen Folgen für die Bereisten defizitär erforscht sind“.

Deshalb haben sich die Studienverantwortlichen für den Forschungsansatz einer explorativ angelegten Studie entschieden. Ein solcher Ansatz eignet sich besonders, wenn noch wenige Erkenntnisse zu einem Forschungsgegenstand und zum untersuchenden Thema vorliegen, wie dies in der BESTander matt-Studie der Fall ist.

Explorative Studien sind eine sorgfältige Beschreibung „von Phänomenen und der sie bedingenden Faktoren, (...) wie auch die Exploration bislang wenig thematisierter Phänomene“ (Weischer, 2007, S. 108). Explorativ orientierte Forschungsdesigns spielen für die Kommunikation sozialwissenschaftlichen Wissens eine wichtige Rolle, „indem sie im Rahmen der Sozialberichterstattung mit vergleichsweise einfachen Konzepten soziale Phänomene in einem Zusammenhang oder einem zeitlichen Verlauf beschreiben und so Voraussetzungen für eine Rationalisierung sozialpolitischer Diskurse schaffen“ (ibid., S. 108).

### 2.2. Entwicklung und Operationalisierung der Forschungsfragen

Als Ausgangspunkt für die Forschungsfragen in einer explorativ angelegten Studie gilt, dass sich diese auf ein gesellschaftlich relevantes Problem beziehen und für die Gesellschaft von Nutzen sein sollen (Weischer, 2007 S. 119 f). Sie sollen sich auf vorliegendes theoretisches Wissen beziehen und später eine theoretische Einordnung ermöglichen. Fragestellungen normativer oder moralischer Natur müssen ausgeschlossen bleiben.

Die Entwicklung der Forschungsfragen ist eng verknüpft mit der Entwicklung von Modellvorstellungen. In Forschungsfeldern, die noch wenig erkundet sind, können neben Theorien und bisherigen Forschungsergebnissen auch die in einem sozialen Feld tätigen Akteure für die Modellkonstruktionen genutzt werden (ibid., S. 125). Für die Entwicklung von Forschungsfragen eignen sich verschiedene Methoden. Im Rahmen der vorliegenden Studie wird die Methode eines so genannten Concept-Map (Abb. 1, S. 8) verwendet. Bei einer Concept-Map (Begriffslandkarte) werden Begriffe und ihre Beziehungen zueinander zweidimensional dargestellt. Die Beziehungen zwischen den Begriffen werden benannt, d.h. die Art des Zusammenhanges wird spezifiziert. Concept-Maps sind graphisch-verbale Darstellungen strukturierter Wissensinhalte. Die Concept-Map zu den Forschungsfragen der vorliegenden Studie zeigt einen möglichen Wirkungskreislauf auf und dient gleichzeitig zur „Wissensdiagnose“. Zur Operationalisierung werden dazugehörige *theoretische Konstrukte* (hier drei) sowie die *Dimensionen* der Konstrukte definiert (Schirmer 2009, S. 116) und auf der Concept-Map bezeichnet. Die Antworten aus den Befragungen (siehe Punkt 2.1) sind die *Indikatoren* für die Dimensionen der Konstrukte.

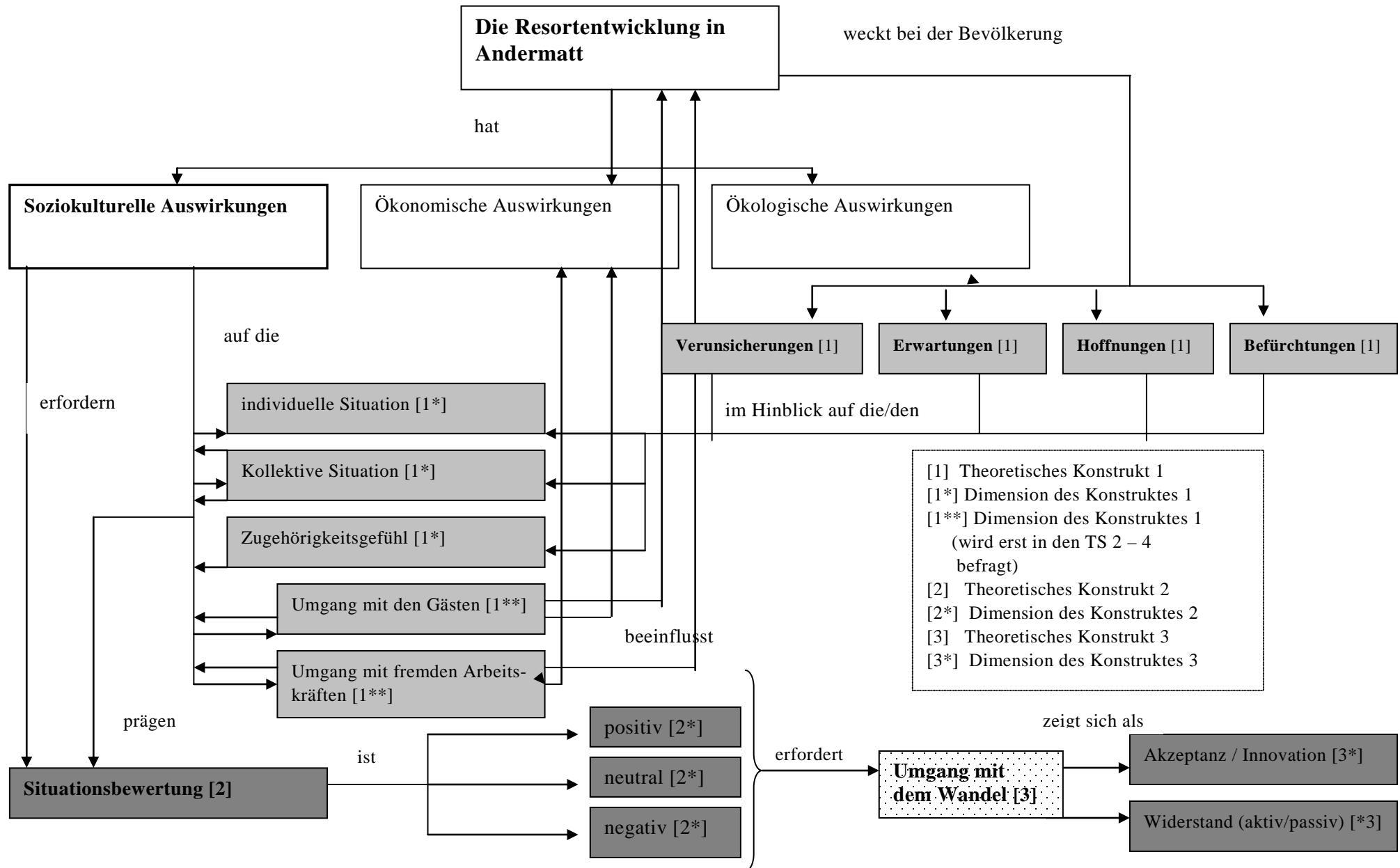
Ausgangspunkt der Überlegungen ist, dass die Resortentwicklung in Andermatt unbestritten ökologische, ökonomische und soziokulturelle Auswirkungen mit sich bringt. Wir gehen davon aus, dass der Bau des Tourismusresorts bei der Bevölkerung *Erwartungen, Hoffnungen, Verunsicherungen und Befürchtungen* (theoretisches Konstrukt 1) in Bezug auf ihre individuelle und kollektive Situation, aber auch auf ihr Zugehörigkeitsgefühl weckt. Die bei der Entwicklung des Forschungsdesigns noch nicht bekannten soziokulturellen *Auswirkungen auf die individuelle und kollektive Situation* der befragten Andermatt/innen, die *Auswirkungen auf ihr Zugehörigkeitsgefühl* und den *Umgang mit den „neuen“ Gästen sowie der Vielzahl an fremden Arbeitskräften* (Dimensionen des Konstruktes 1) erfordern von der Bevölkerung eine *Bewertung der neuen Situation* (theoretisches Konstrukt 2). Die Situationsbewertung kann *positiv, neutral oder negativ* (Dimensionen des Konstruktes 2) ausfallen. Abhängig davon, wie die Situationsbewertung ausfällt, werden die Befragten einen für sie als richtig oder möglich erachteten *Umgang mit dem Wandel* wählen (theoretisches Konstrukt 3). Dieser kann sich als *Akzeptanz oder Widerstand* (Dimensionen

des Konstruktes 3) zeigen. Der Umgang mit den Gästen, der erst in den letzten beiden Teilstudien untersucht wird, hat direkte ökonomische Auswirkungen und wirkt auf das Resort bzw. überhaupt auf den Tourismus in Andermatt zurück.

Auch wenn die soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus noch wenig erforscht sind, lassen sich in der Fachliteratur vereinzelt Untersuchungen finden, welche die in der Concept-Map dargestellten Zusammenhänge belegen.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Die wichtigsten Ergebnisse dieser Untersuchungen wurden in Kapitel 2 zusammengefasst.



### 2.3. Forschungsfragen und Forschungsdesign (sozioökonomischer Teil)

Neben soziokulturellen Auswirkungen wird das Tourismusresort Andermatt auch sozioökonomische Auswirkungen haben.<sup>3</sup> Diese beinhalten sowohl erwünschte Effekte – wie zum Beispiel die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen – als auch unerwünschte oder problematische Nebenwirkungen – wie zum Beispiel die Gefahr von Preissteigerungen für Wohnraum.

Es ist dabei anzunehmen, dass sich die sozioökonomischen Auswirkungen nicht nur auf die Standortgemeinde Andermatt bzw. das Urserental beschränken, wie dies bei den soziokulturellen Auswirkungen der Fall ist. Vielmehr ist es wahrscheinlich, dass die ökonomischen Auswirkungen in einem erweiterten Perimeter zu beobachten bzw. zu spüren sind.

Aus diesen Gründen wurde neben dem soziokulturellen Teil auch ein sozioökonomischer Teil konzipiert, der sich – kurz zusammengefasst – mit folgender Hauptforschungsfrage auseinandersetzt:

*Welche Auswirkungen hat das Tourismusresort Andermatt auf die sozioökonomische Entwicklung der Standortgemeinde Andermatt sowie des Gotthardraums als Ganzes?<sup>4</sup>*

Diese sehr allgemeine Forschungsfrage, die dem sehr facettenreichen Begriff der (Sozio-)Ökonomie kaum gerecht werden kann, umfasst dabei eine Vielzahl von konkreteren Fragestellungen. Insbesondere werden folgende Aspekte näher untersucht:

*Welche Auswirkungen hat der Bau und Betrieb des Tourismusresort Andermatt auf generierte Wertschöpfung bzw. auf die lokale Beschäftigungssituation? Profitiert insbesondere die Standortgemeinde, der Kanton Uri oder gar der gesamte Gotthardraum?<sup>5</sup> Kommt es dank dem Tourismusresort Andermatt zur „Kehrtwende“ in der Gotthardregion?*

*Wie entwickelt sich die Innovationstätigkeit bzw. Wettbewerbsfähigkeit der ansässigen Betriebe? Entstehen dank den neuen Perspektiven neue Geschäftsideen, Betriebe und Dienstleistungsangebote?*

*Können die wirtschaftlichen Impulse, die das Tourismusresort Andermatt setzt, von der lokalen Wirtschaft aufgegriffen werden, so dass die lokale Wirtschaft nicht ausschliesslich vom Tourismusresort abhängig ist?*

*Welche Wirkungen auf die Lebenshaltungskosten lassen sich im Verlaufe der Bau- bzw. Betriebsphase feststellen? Kommt es zu Preisentwicklungen, die sich vom Rest der Schweiz unterscheiden und ursächlich auf die Entwicklungen rund um das Tourismusresort zurückführen lassen?*

Die sozioökonomischen Erhebungen dienen neben der Beschreibung und Analyse der wirtschaftlichen Entwicklung auch als Grundlage für allfällige Begleitmassnahmen und für die Verifizierung der gesellschaftlichen Veränderungen. Hier kann beispielsweise überprüft werden, ob von der Bevölkerung wahrgenommene Veränderungen auch statistisch nachweisbar sind. Wenn nicht, wird die Frage zu klären sein, weshalb eine Diskrepanz zwischen subjektiver Wahrnehmung und statistischen Erhebung auftritt. Die zu definierenden Begleitmassnahmen sollen insbesondere dazu beitragen, die lokale Wirtschaft zu unterstützen, sich auf die neue Situation einzustellen und sich bietende Chancen zu identifizieren und wahrzunehmen.

<sup>3</sup> Mit der Wahl des Begriffs "sozioökonomisch" soll ausgedrückt werden, dass die ökonomischen Auswirkungen immer auch bezogen auf die Bevölkerung vor Ort angeschaut und analysiert werden und damit eine direkte Verbindung zum soziokulturellen Teil geschaffen wird. Im weiteren Verlauf werden die Begriffe "sozioökonomisch" und "ökonomisch" aber als Synonyme verwendet.

<sup>4</sup> Unter Gotthardraum bzw. Gotthardregion werden hier der Kanton Uri, die Surselva, das Goms und die Regionen Tre Valli und Bellinzona verstanden (gemäss *Regio San Gottardo*, <http://www.regiosangottardo.ch>).

<sup>5</sup> Der Fokus der Untersuchung liegt hier eindeutig auf den lokalen Auswirkungen. Was nicht untersucht wird, sind die ökonomischen Auswirkungen des Tourismusresort Andermatt unabhängig vom geographischen Perimeter, also zum Beispiel die Auswirkungen im Rest der Schweiz oder im Ausland.

Der sozioökonomische Teil grenzt sich von der gewählten Ausrichtung klar von anderen ökonomischen Studien zum Tourismusresort Andermatt ab, namentlich auch von der Studie von ECOPLAN, Ernst Basler + Partner und Fahrländer Partner aus dem Jahr 2008 (ECOPLAN et al. 2008). Während es sich bei der letzteren um eine Abschätzung der volkswirtschaftlichen Auswirkung im Voraus handelt, beobachtet, beschreibt und analysiert die vorliegende Studie die tatsächlichen wirtschaftlichen Entwicklungen in Andermatt bzw. im Gotthardraum während der Bauphase und des Betriebs des Tourismusresorts Andermatt. Es handelt sich demnach um eine *ex post* - Betrachtung und nicht um eine *ex ante* - Abschätzung.

### 3. Vorgehen bei der Datenerhebung

#### 3.1. Methodisches Vorgehen bei der soziokulturellen Befragung

##### 3.1.1. Kombination von wissenschaftlichen Befragungs- und aktivierenden Methoden

Für die Befragung wurde eine Kombination von wissenschaftlichen Befragungsmethoden und aktivierenden Methoden gewählt. Die *narrativ angelegten Einzelinterviews* (Schütze 1976, 1977) sind kombiniert mit *aktivierenden* Methoden. Die Interviews zeigen die subjektiven Sichtweisen der Befragten zur Entwicklung des Resorts und zu den durch die Planung des Resorts ausgelösten soziokulturellen Veränderungsprozessen auf (Lüttringhaus/Richers 2007).

Dem aktivierenden Teil kommt insofern Bedeutung zu, als dass es sich in der BESTandermatt-Studie um eine wissenschaftliche Studie handelt, die grossen Wert auf die Begleitung und den Einbezug der Bevölkerung legt. Der aktivierende Teil ist theoretisch eingebettet in die Aktionsforschung, welche heute weltweit zur Anwendung kommt, wenn es darum geht, bei Veränderungsprozessen die Betroffenen aktiv einzubeziehen (Reason et al., 2008). Im angelsächsischen Raum hat sich der Ansatz erweitert zur „participatory action research“. Gemäss diesem Ansatz sollen Menschen einer Gemeinde weniger als Studienobjekte behandelt, sondern zu aktiven Subjekten der Forschung werden und die Richtung und die Methoden der Forschung mit beeinflussen können. In der Studie BESTandermatt wurde dieser Ansatz mit der Durchführung einer öffentlichen Diskussionsveranstaltung (Oktober 2009) aufgenommen. An diesem Anlass wurde der Bevölkerung das Forschungsdesign vorgestellt und Anregungen der Teilnehmenden konnten in das weitere Vorgehen einfließen. Weiter wurde eine lokale Begleitgruppe installiert. Und schliesslich wurden die Resultate der ersten Befragungsrunde an einer Ergebniskonferenz (28. Mai 2010, siehe Kapitel 7) der Bevölkerung präsentiert und mit den Anwesenden diskutiert. Mit diesem Vorgehen wird eines der Ziele der Anlage als Langzeitbegleitstudie eingelöst, nämlich der Bevölkerung von Andermatt einen Raum zur Verfügung zu stellen, wo die anstehenden Veränderungsprozesse und die erfahrenen Auswirkungen zur Sprache gebracht und diskutiert werden können. Die Reflexion und die Ergebnisse dieses Prozesses bilden für die Bevölkerung die Basis, um sich aktiv an der Resortentwicklung zu beteiligen, ihre Interessen wahrzunehmen und Anliegen einzubringen.

In der ersten Befragungsrunde wurden Einzelinterviews und Gruppenbefragungen durchgeführt.

##### 3.1.2. Einzelinterviews

Die Einzelinterviews wurden als narrative Interviews konzipiert. Im narrativen Interview wird die zu befragende Person mittels einer sogenannten Impulsfrage<sup>6</sup> (Erzählaufforderung) aufgefordert, frei zu erzählen, was ihr zum Thema in den Sinn kommt. Themenschwerpunkte und Strukturen werden im narrativen Teil von den Befragten selber gesetzt. D.h. diejenigen Themen, welche die Menschen zum Zeitpunkt der Befragung beschäftigen, gelangen in den Fokus. So wird der Fächer möglicher Themen geöffnet und die aktuelle Stimmung vor Ort eingefangen. In einem zweiten Teil, dem sogenannten Nachfrageanteil werden – sofern diese Themen im ersten Teil nicht erwähnt wurden – spezifische Fragen gestellt, welche wiederum narrativ beantwortet werden können. In der BESTandermatt-Studie stand

---

<sup>6</sup> Impulsfrage in den Einzelinterviews der soziokulturellen Studie BESTandermatt: „Vor einigen Monaten wurden die Bauarbeiten für das Hotel Chedi gestartet. Nun fängt das Resort an, Gestalt anzunehmen. Uns interessiert, wie die einheimische Bevölkerung die Entwicklungen in ihrer Gemeinde erlebt. Ich möchte Sie deshalb gerne bitten, mir von Ihren Erfahrungen und Beobachtungen zu erzählen, alle Ereignisse, die für Sie in diesem Zusammenhang wichtig sind, seit Sie davon gehört haben, dass das Resort nach Andermatt kommt. Sie können sich soviel Zeit nehmen, wie Sie möchten. Ich werde Sie nicht unterbrechen, sondern mache mir allenfalls Notizen für Nachfragen.“

den Interviewer/innen für den Nachfrageteil eine „Checkliste“ zur Verfügung mit Themen, welche in den Interviews angesprochen werden sollten. Es waren dies unter anderem wahrgenommene Veränderungen im Alltagsleben, Erwartungen, Hoffnungen und Befürchtungen der Befragten, Wahrnehmung der politisch Verantwortlichen und der Resortverantwortlichen, Wahrnehmung des Dorflebens (wie über das Resort gesprochen wird, Umgang mit anderen Meinungen, Engagement im Dorfleben, Umgang mit dem Wandel, persönliche Zukunftspläne). Im aktivierenden dritten Teil wurde die Bereitschaft der Befragten zur Mitarbeit bei der Entwicklung von allfälligen Massnahmen erhoben. Ziel des dritten Frageteils ist, Informationen über die Bereitschaft der Befragten sich zu engagieren zu gewinnen und gleichzeitig Aktivitäten zu fördern.<sup>7</sup>

Befragt wurden 25 Personen, 13 Frauen und 12 Männer, aufgeteilt in je 10 Personen aus der Altersgruppe der 21- bis 40-Jährigen, bzw. 41- bis 60-Jährigen und 5 Personen aus der Altersgruppe der 61- bis 70-Jährigen. Als Grundlage für das Sample stellte uns die Einwohnergemeinde Andermatt eine Liste aller angemeldeten Einwohner/innen zur Verfügung. Um ein möglichst repräsentatives Sample zu erhalten, wurden zuerst die drei Altersgruppen gebildet und daraus in einem Zufallsverfahren Personen für die Befragung bestimmt. Berücksichtigt wurden beim Sampling zudem der Zivilstand und die Wohnsituation (Eigentümer oder Mietverhältnis). Die ausgewählten Personen wurden vor der telefonischen Kontaktaufnahme in einem Schreiben (siehe Anhang 1a) über die Begleitstudie und den Wunsch, mit ihnen ein Interview durchzuführen, informiert. Insgesamt wurden 53 Personen kontaktiert, d.h. 28 Personen waren nicht bereit, ein Interview mit uns zu führen. Auffällig ist, dass unter diesen 28 Personen 20 Frauen aller drei Altersgruppen sind, hingegen nur 8 Männer. Die Gründe für die Absagen waren vielfältig und reichten von „kein Interesse“ bis zu „die Studie nützt ja doch nichts“, oder man habe keine Zeit dafür. Bei einer Absage wurde wiederum im Zufallsverfahren eine nächste Person mit entsprechendem Geschlecht und Alter ausgewählt. Die Gespräche fanden im Zeitraum Dezember 2009 bis April 2010 grösstenteils<sup>8</sup> bei den Befragten zuhause in Andermatt statt.

### 3.1.3. Gruppenbefragung

In Ergänzung zu den Einzelinterviews wurden zwei Gruppenbefragungen durchgeführt. Die Gruppenbefragung ist eine Methode, um die Meinung verschiedener Personen, welche sich zu einem bestimmten Thema miteinander austauschen, einzuholen. Im Gegensatz zur Gruppendiskussion und zum Gruppengespräch ist in einer Gruppenbefragung die besondere Situation der Gruppe nicht Gegenstand der Analyse (Loos/Schäfer 2001). D.h. in der vorliegenden Teilstudie erfolgte die Auswertung der Gruppenbefragung in gleicher Weise wie die Auswertung der Einzelinterviews: Es interessierte der Inhalt der Aussagen, während Formen- und Ablaufmuster der Gruppeninteraktionen nicht Gegenstand der Untersuchung waren, da sie für die Fragestellung (siehe Kapitel 3.2) der vorliegenden Teilstudie nicht relevant sind.

Im vorliegenden Fall geben Gruppenbefragungen Einblicke in die Orientierungen spezifischer sozialer Gruppen vor Ort und in ihre gruppenspezifische Wahrnehmung der Entwicklungen in der Region. Die beiden Gruppenbefragungen wurden mit Jugendlichen der 3. Oberstufe und mit Vertreter/innen des lokalen Gewerbes durchgeführt. Baumgartner (2000) weist in seinen Untersuchungen zur Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismus darauf hin, dass die Situation von Kindern und Jugendlichen in Tourismusorten in der Regel kaum berücksichtigt wird. Aus diesen Gründen erachteten wir es als wichtig, auch die Beobachtungen, Wahrnehmungen und Meinungen der Jugendlichen einzuholen. In den folgenden Teilstudien, wenn die Bauarbeiten weiter fortgeschritten und räumliche Veränderungen klar ersichtlich sind, ist geplant, auch Kinder in die Studie einzubeziehen. Die Gruppenbefragung mit dem Gewerbe diene neben dem Einholen der Wahrnehmung und den Beobachtungen des ansässigen Gewerbes auch dazu, Vertreter/innen des Gewerbes an einem Tisch zusammenzubringen.<sup>9</sup>

Der Leitfaden für die Gruppenbefragungen wurde gruppenspezifisch angepasst, entsprach im Aufbau jedoch dem für die Einzelinterviews entwickelten Leitfaden (siehe Anhang 1b).

<sup>7</sup> Der vollständige Gesprächsleitfaden für die Einzelinterviews kann im Anhang 1b eingesehen werden.

<sup>8</sup> In Ausnahmefällen wurde die Befragung am Arbeitsort der Befragten (Büro) durchgeführt.

<sup>9</sup> Dies nicht zuletzt, weil wir in Vorgesprächen erfahren haben, dass die Zusammenarbeit des ansässigen Gewerbes in Andermatt in Zukunft verstärkt werden könnte.

### 3.1.4. Datenauswertung

Alle Interviews wurden mit einem Aufnahmegerät aufgenommen und anschliessend mit Hilfe einer Transkriptionssoftware gemäss Leitfaden transkribiert. Darauf wurden die Transkripte in die wissenschaftliche Analysesoftware ATLAS.ti transferiert und zur inhaltlichen Strukturierung kodiert. Nach Mayring (2008) stellt das Kategoriensystem das zentrale Instrument der Inhaltsanalyse dar. Ziel der Inhaltsanalyse ist, mit Hilfe der inhaltlichen Strukturierung bestimmte Themen, Inhalte und Aspekte aus dem Material herauszufiltern und zusammenzufassen. Die *Kategorisierung* erfolgte in der BE-STandermatt-Studie sowohl in deduktiver als auch induktiver Herangehensweise. D.h. die Kategorien werden in einem Wechselverhältnis zwischen der Theorie und dem konkreten Material entwickelt und während der Analyse überarbeitet und rücküberprüft (Mayring 2008, S. 53). Dieses Vorgehen entspricht der „halboffenen Kodierung“.

a) *Deduktive Herangehensweise*: Grundlage für die Kategorisierung bildet die Concept-Map, aus der auch der Gesprächsleitfaden entwickelt wurde. In der Concept-Map sind folgende Kategorien vorgesehen: offene Fragen, Erwartungen, Hoffnungen und Befürchtungen welche die Resortentwicklung bei den Befragten in Bezug auf ihre individuelle Situation (Familienleben, nahes Beziehungsnetz) wie auch auf die kollektive Situation (Zusammenleben in der Dorfgemeinschaft) weckt. Weitere Kategorien bilden die Bewertung der aktuellen Situation (positiv, neutral, negativ) durch die befragten Personen und wie sich ihr Umgang mit dem Wandel (Akzeptanz, Innovation oder aktiver, resp. passiver Widerstand) zeigt. Sinnvollerweise erfolgte in einem ersten Schritt eine Einteilung in diese Kategorien.

b) *Induktive Herangehensweise*: Themen, welche aufgrund des Datenmaterials neu hinzukamen, wurden aufgenommen und entsprechende Kategorien definiert.

Die Kategorienbildung wurde in einem ersten Schritt im Team mit 4 Interviews durchgeführt. Die Arbeit im Team gewährleistet die Interkoder-Reliabilität.<sup>10</sup> Da mehrere Personen das Ausgangsmaterial analysieren, hilft der Vergleich der Analyseergebnisse, Un-Reliabilitäten zu verstehen bzw. zu interpretieren. Die Kodierung wurde in folgende Arbeitsschritte unterteilt:

- Definition der einzelnen Kategorien (Codes) bzw. Dimensionen anhand von 4 Transkripten in wechselseitiger Diskussion.
- Formulierung von *Kodierregeln*: Dort, wo Abgrenzungsprobleme zwischen Kategorien (Codes) bestehen, wurden Regeln formuliert um eindeutige Zuordnungen zu ermöglichen.
- *Ankerbeispiele* suchen: Konkrete Textstellen anführen, welche als Beispiel für eine Kategorie gelten.
- Kodierung: Durcharbeiten des Datenmaterials mit Hilfe des Kategoriensystems in ATLAS.ti.

### 3.1.5. Aufbereitung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse wurden im Hinblick auf die Ergebniskonferenz und die Formulierung von Vorschlägen für allfällige Massnahmen aufbereitet. Es ging in der ersten Teilstudie darum, eine Analyse der Häufigkeit einzelner Kodierungen (Kategorien) und inhaltlicher Sinnzusammenhänge auszuarbeiten. Von Interesse war, welche Themen die Befragten beschäftigen, was für die Bevölkerung wichtig oder belastend ist, um mit Massnahmen reagieren zu können. Die einzelnen Kodierungen wurden übergeordneten Dimensionen zugeordnet. Insgesamt wurden 88 Codes definiert, welche 12 Dimensionen zugeordnet werden können. Die Ergebnisse werden in Kapitel 5 ausführlich dargestellt. Die Liste der Codes kann im Anhang 1c eingesehen werden.

---

<sup>10</sup> Unter Interkoder-Reliabilität (auch Inter-Rater-Reabilität genannt) versteht man das Ausmass der Übereinstimmungen bei inhaltsanalytischen Auswertungen. Es geht darum, die Zuverlässigkeit der Codierungen zu gewährleisten, wenn diese von zwei oder mehreren Personen vorgenommen werden.



## 3.2. Methodisches Vorgehen bei der sozioökonomische Erhebung

### 3.2.1. Datenerhebung

Die sozioökonomische Analyse der Auswirkungen des Tourismusresort Andermatt auf die Standortgemeinde Andermatt bzw. die gesamte Gotthardregion erfolgt zweigeteilt. Auf der einen Seite werden ausgewählte Indikatoren der wirtschaftlichen Entwicklung über die Zeit bzw. im Verlaufe der verschiedenen Projektphasen des Tourismusresorts Andermatt quantitativ erfasst und analysiert (quantitativer Strang). Andererseits werden einige zusätzliche Aspekte der wirtschaftlichen Entwicklung einer vertieften und auch qualitativen Analyse unterzogen (qualitativer Strang).

#### 3.2.1.1. Quantitativer Strang

Auf der Basis von bestehenden statistischen Daten werden die ökonomischen Auswirkungen des Tourismusresorts Andermatt auf die Standortgemeinde und die Gotthardregion analysiert. Die im folgenden beschriebene Auswahl an Kennzahlen ermöglicht es, die wirtschaftliche Befindlichkeit der Gotthardregion und ihrer Bewohner über die Zeit zu verfolgen und mit dem Stand vor dem Baubeginn des Tourismusresorts Andermatt zu vergleichen. Einschränkend muss festgehalten werden, dass beobachtete Veränderungen nicht zwingend auf das Tourismusresort Andermatt zurückzuführen sind. Inwiefern dies der Fall ist, muss anhand von Plausibilitätsüberlegungen und/oder mittels zusätzlicher punktueller Befragungen geklärt werden.

##### 3.2.1.1.1. Erfasste Kennzahlen

Die erste Gruppe an Kennzahlen fokussiert auf das Gewerbe. Mit den erhobenen Kennzahlen ist es möglich, die wirtschaftliche Struktur innerhalb des Gotthardraumes zu beschreiben und Veränderungsprozesse festzustellen. Konkret werden folgende Kennzahlen erhoben:

- Anzahl Arbeitsstätten, total und nach Branchen<sup>11</sup>
- Anzahl Beschäftigte, total und nach Branchen
- Vollzeitäquivalente<sup>12</sup>, total und nach Branchen

Basis dieser Daten ist die Betriebszählung (BZ) des Bundesamtes für Statistik (Bfs), die dreimal pro Jahrzehnt durchgeführt wird (Bundesamt für Statistik 2010a).<sup>13</sup> Für die sozioökonomische Analyse sind folgende Betriebszählungen relevant: 2005, 2008, 2011, 2015 ev. 2018. Als Benchmark für die Entwicklungen während der Projektlaufzeit eignet sich insbesondere die BZ 2008.

Die zweite Gruppe an Kennzahlen fokussiert auf das generierte Einkommen, und zwar sowohl auf volkswirtschaftlicher Ebene, als auch auf der Ebene der Haushalte. Konkret werden folgende Kennzahlen erhoben:

- Fokus Haushalte: steuerbares Einkommen
- Fokus Unternehmen: wirtschaftliche Leistungsfähigkeit auf Gemeindeebene (Produkt aus Vollzeitäquivalenten nach Branchen getrennt und den entsprechenden branchenspezifischen Arbeitsproduktivitäten).

Das steuerbare Einkommen der Haushalte wird erhoben, um die Einkommenssituation der Bevölkerung verfolgen zu können. Diese Kennzahl misst Einkommensströme unabhängig davon, wo sie entstanden sind (Empfängersicht). Um auch die Entstehung dieser Einkommen abzudecken und damit die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit auf Gemeindeebene zu analysieren, wird aus den Angaben zu den nach Branchen aufgeteilten Vollzeitäquivalenten und den entsprechenden branchenspezifischen Arbeitsproduktivitäten eine entsprechende Kennzahl generiert. Diese Konstruktion ist nötig, da auf Gemeindeebene von den statistischen Ämtern der Kantone bzw. des Bundes kein entsprechendes Mass ausgewiesen wird.

<sup>11</sup> Alle Erhebungen nach Branchen richten sich nach der NOGA 2008 – Klassifikation (Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige gemäss Bundesamt für Statistik Bfs). Die Betrachtung erfolgt auf der Stufe "Abschnitte". Insgesamt werden 19 Branchen unterschieden. Siehe auch Bfs (2010b).

<sup>12</sup> Definition gemäss Bfs: Die Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten resultiert aus der Umrechnung des Arbeitsvolumens (gemessen als Beschäftigte oder Arbeitsstunden) in Vollzeitbeschäftigte.

<sup>13</sup> Für nähere Erläuterung zur Betriebszählung wird auf <http://www.bz.bfs.admin.ch> verwiesen.

Basis für diese Daten bilden kantonale und kommunale Statistiken zum steuerbaren Einkommen, die Betriebszählung und Angaben zu Arbeitsproduktivitäten des Bundesamtes für Statistik.

Eine dritte Gruppe von Kennzahlen erfasst Preisentwicklungen für verschiedene Güter und Dienstleistungen. Diese Kennzahlen sind von Interesse, da in der Bevölkerung befürchtet wird, dass das Tourismusresort Andermatt Preissteigerungen auslösen wird, wodurch sich das Leben für die lokale Bevölkerung in Andermatt verteuern wird.<sup>14</sup>

Da es sich hierbei um lokale Preisänderungen – zusätzlich zur nationalen Teuerung – handeln würde, kann nicht auf bestehende Statistiken (wie zum Beispiel den Landesindex der Konsumentenpreise des BfS) zurückgegriffen werden. Die erfassten Preise umfassen sowohl touristische als auch alltägliche Güter und Dienstleistungen. Konkret werden folgende Kennzahlen erhoben:

- Preise für Hotelübernachtungen
- Preise für Skibillete
- Preise für Wohnraum (Grundstück, Immobilien, Miete)
- Preise für einen Kaffee Crème in einem Restaurant

Grundsätzlich können beobachtete Preisänderungen verschiedene Ursachen haben: allgemeine Teuerung, Qualitätsänderungen, veränderte Angebots- bzw. Nachfragesituation. Bei der Beobachtung von Einzelpreisen – wie dies hier der Fall ist – muss allfälligen Qualitätsänderungen bei den erfassten Gütern und Dienstleistungen besondere Beachtung geschenkt werden. Ansonsten besteht die Gefahr einer Fehlinterpretation der Preisentwicklung.

Eine letzte Gruppe von Kennzahlen befasst sich mit demographischen Merkmalen der Bevölkerung. Im Zentrum steht die Frage, ob, wie, in welche Richtung und wie stark sich die Bevölkerungszusammensetzung bzw. die Bevölkerungscharakteristika in Andermatt und den umliegenden Regionen verändern. Das Tourismusresort Andermatt ist sicherlich ein wichtiger, wenn auch nicht der einzige Grund für allfällige Veränderungen. Konkret werden folgende Kennzahlen erhoben:

- Demographische Bevölkerungsmerkmale: Alter, Erwerbsstatus, Ausbildung, Migration, Wohnsituation etc.
- Pendlerverflechtungen

Bei den Pendlerverflechtungen stellt sich insbesondere die Frage, ob die Pendlerströme von und nach Andermatt aufgrund des Tourismusresorts Andermatt stark zunehmen und wenn ja, aus bzw. in welche der umliegenden Regionen.<sup>15</sup> Aufgrund des Wechsels bei der Volkszählung von einer Vollerhebung zu registergestützten bzw. stichprobengestützten Erhebungen werden neue Daten zu den Pendlerverflechtungen – wenn überhaupt – für kleinräumliche Analysen erst in einigen Jahren verfügbar sein.

Basis der demographischen Bevölkerungsmerkmale und der Pendlerverflechtung bilden die Ergebnisse der Volkszählungen des BfS, die ab 2010 jährlich verfügbar sein werden (mit Ausnahme der Pendlerverflechtungen). Basis für Veränderungsprozesse wird die Erhebung von 2010 sein; bei den Pendlerverflechtungen wurden die Daten von 2000 bereits analysiert.

### **3.2.1.1.2. Anzahl Erhebungen**

Der Zeitplan des quantitativen Strangs der sozioökonomischen Studie entspricht demjenigen der soziokulturellen Studie, d.h. es finden ebenfalls vier Erhebungen statt. Das parallele Vorgehen bei den soziokulturellen und sozioökonomischen Erhebungen erlaubt es, Erhebung, Analyse und der Entwicklung von Massnahmen eng aufeinander abzustimmen.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Vgl. die Befragungsergebnisse im Abschnitt 5.2

<sup>15</sup> Die aktuellen Pendlerverflechtungen werden im nachfolgenden Unterkapitel kurz skizziert.

<sup>16</sup> Vorausgesetzt Datenverfügbarkeit von offiziellen Statistiken.

### 3.2.1.1.3. Analyseebene

Die Daten werden – sofern vorhanden – auf der Ebene von Gemeinden erhoben und für die vier Gotthardregionen aggregiert. Dieses Vorgehen ermöglicht, auch kleinräumliche Veränderungen festzustellen. Bei kleinräumlichen Beobachtungen können Einzelereignisse die Ergebnisse (vor allem prozentual betrachtet) stark beeinflussen, so dass bei der Interpretation eine gewisse Vorsicht geboten ist bzw. konkrete Ereignisse berücksichtigt werden müssen.

### 3.2.1.2. Qualitativer Strang

Die oben beschriebene quantitative Analyse dient der Erfassung und Beschreibung der tatsächlichen wirtschaftlichen Entwicklungen im Gotthardraum. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse lässt sich die Stärkung der regionalen Wirtschaft im Hinblick auf ihr langfristiges Potential aber nur sehr schwer abschätzen. Hierzu sind zusätzliche Analysen nötig, die sich den Auswirkungen auf die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit lokaler Unternehmen bzw. den dafür notwendigen Voraussetzungen widmen.

In einer kleinräumlichen Betrachtung sind Veränderungen der durch das Tourismusresort Andermatt ausgelösten wirtschaftlichen Aktivitäten quantitativ schwierig fass- bzw. messbar. Die Veränderungen werden daher einer vertieften, auch qualitativen Analyse unterzogen, da sie für eine prosperierende und vor allem zukunftssträchtige regionale Entwicklung von grosser Bedeutung sind.

Im Gegensatz zu den quantitativen Analysen wird hier nicht nur auf bestehende Statistiken zurückgegriffen, sondern es werden (mittels Befragungen und anderen Forschungsmethoden) Daten aktiv erfasst um Erkenntnisse zu gewinnen.

#### 3.2.1.2.1. Aspekte der qualitativen Analysen

Im Vordergrund der vertieften Analysen stehen die Innovationsfähigkeit und -tätigkeit, die Wettbewerbsfähigkeit und die Exportfähigkeit bzw. -tätigkeit (in andere Regionen der Schweiz und ins Ausland) von lokalen Unternehmen, sowie die Verflechtung bzw. Zusammenarbeit zwischen lokalen Firmen und Institutionen. Diese einzelnen Aspekte hängen sehr stark voneinander ab, so dass eine klare Abgrenzung nicht möglich und sinnvoll ist. Die Exporttätigkeit setzt beispielsweise Wettbewerbsfähigkeit voraus, welche wiederum positiv durch eine Innovationstätigkeit beeinflusst wird.

Die qualitativen Analysen werden zum quantitativen Strang der sozioökonomischen Analyse bzw. zum soziokulturellen Teil zeitlich versetzt durchgeführt, so dass Ergebnisse der ersten Teilstudie in die detaillierte inhaltliche Ausrichtung der qualitativen Analysen einfließen können. Die Schwerpunktbildung für die qualitativen Analysen ist somit nicht von vornherein festgelegt, sondern ergibt sich jeweils aus den Erkenntnissen der laufenden Arbeiten und der Zwischenergebnisse.<sup>17</sup> Es wird aber darauf geachtet, dass auch anhand der qualitativen Analysen Aussagen bezüglich Veränderung über die Zeit bzw. über die verschiedenen Projektphasen des Tourismusresort Andermatt (Planung, Bau, Inbetriebnahme, Abschluss Bauphase) gemacht werden können.

#### 3.2.1.2.2. Anzahl Erhebungen

Es werden drei qualitative Analysen durchgeführt, jeweils zeitlich nach der ersten, zweiten und dritten Teilstudie. Durch ein adäquates Erhebungsdesign lässt sich nicht nur der Ist-Zustand erheben, sondern es lassen sich auch die Entwicklungen in den Jahren zuvor erfassen und allenfalls erste Aussagen über die Einschätzung der zukünftigen Entwicklungen machen.

#### 3.2.1.2.3. Art der Erhebung

Die Methode der qualitativen Analyse ist bewusst nicht bereits in der Projektbeschreibung festgelegt worden, sondern ergibt sich aus der inhaltlichen Ausrichtung der laufenden Arbeiten sowie der Zwischenergebnisse. Im Vordergrund stehen folgende Methoden:

<sup>17</sup> Das bedeutet auch, dass die detaillierte und definitive Ausrichtung der ersten qualitativen Erhebung erst im Laufe des Herbst 2010 festgelegt wird.

Workshops, an denen ausgewählte Unternehmen aus dem Gotthardraum, aber auch Vertreter und Vertreterinnen von Institutionen der Wirtschaftsförderung teilnehmen

1. Experteninterviews mit lokalen Unternehmer oder Wirtschaftsförderern
2. Befragung ausgewählter Unternehmen
3. IMP3rove: Selbsttest für innovative KMUs (siehe [www.wtt-zentralschweiz.ch](http://www.wtt-zentralschweiz.ch))

#### 4. Ergebnisse der soziokulturellen Befragung

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung entlang derjenigen Themen dargelegt, die sich bei der Kodierung als bedeutend herausgestellt haben. Es handelt sich um Themen und Aspekte, die in den Interviews von mehreren Personen angesprochen und hervorgehoben wurden.

Die betreffenden Kapitel sind in jeweils drei Abschnitte gegliedert:

1. Wiedergabe der Befragungsergebnisse
2. Kommentar und Einordnung der Befragungsergebnisse
3. Hinweise und Empfehlungen für allfällige Massnahmen

Zu 1.) Hierzu möchten wir betonen, dass es sich bei den Befragungsergebnissen um die subjektiven Wahrnehmungen der Befragten handelt. Solche Wahrnehmungen können messbaren Entwicklungen widersprechen: So können die Befragten zum Beispiel den Eindruck haben, dass die Preise gestiegen sind, während eine Überprüfung der Preisentwicklung aufzeigt, dass eine solche gar nicht oder nicht im wahrgenommenen Umfang stattgefunden hat. Oder es können aus Sicht der Befragten Probleme diagnostiziert werden, die andere Akteure abstreiten oder in viel geringerem Umfang wahrnehmen. Dennoch sind diese subjektiven Wahrnehmungen als soziale Tatsache zu behandeln, da sie *eine* der vorgefundenen Realitäten widerspiegeln. Diese Realitäten werden immer auch manifest, weil Menschen ihr Handeln entlang ihrer Wahrnehmungen, Vorstellungen und Schlussfolgerungen ausrichten und sich in ihren Interaktionen entsprechend verhalten: damit konstruieren sie Wirklichkeit. In diesem Zusammenhang erinnern wir an das Thomas'sche Theorem, welches besagt: „Wenn die Menschen eine Situation als wirklich definieren, sind sie in ihren Konsequenzen real.“ (Thomas, 1928, S. 572)<sup>18</sup>.

Zu 2.) Hier kommentieren wir die Ergebnisse im Sinne eines Fazits aus unserer Sicht. Wo möglich stellen wir sie in einen grösseren Zusammenhang, indem wir sie in bisherige Studienergebnisse einordnen.

Zu 3.) Hier schlagen wir Massnahmen vor, die wir als empfehlenswert erachten. Dabei berücksichtigen wir auch Vorschläge, welche die Andermatt und Andermattinnen an der Ergebniskonferenz vom 28. Mai 2010 einbrachten.<sup>19</sup>

Bei Textstellen in kursiver Schrift, handelt es sich um wörtliche Zitate aus den Interviews. Sie wurden ins Hochdeutsche übersetzt, sprachliche Anpassungen erfolgten nur, um die Grammatik korrekt anzuwenden. Die Zitate stehen exemplarisch für typische Aussagen und ermöglichen den Lesenden einen Einblick in den O-Ton der Interviews.

##### 4.1. Allgemeines Stimmungsbild und Situationsbewertung

Wie zeigt sich die aktuelle Stimmung in Andermatt? Wie bewerten die Befragten zurzeit das geplante Resort?

Die Mehrheit der Befragten bewertet das geplante Resort positiv und ist froh, dass sich nach dem Rückgang des militärischen Engagements durch den Bund wieder eine wirtschaftliche Entwicklung abzeichnet. Verbunden ist diese Bewertung daher mit der Hoffnung, dass der Bau des Resorts einen wirtschaftlichen Aufschwung für Andermatt mit sich bringen wird: *„Diejenigen, welche selber oben am 'geschäften' sind, die sehen das positiv, die sehen die Aufträge, die sehen das Wirtschaftliche.*

<sup>18</sup> Im Original: “If men define situations as real, they are real in their consequences.” (Thomas, Willima Isaac; Swaine, Dorothy: „The Child in America“(1928. S.572). Vgl. auch dazu: Merton, Robert K. (1995):Soziologische Theorie und soziale Struktur, Berlin, New York: Alter de Gruyter, S.399-403

<sup>19</sup> Am 28. Mai 2010 stellten die Studienverantwortlichen an einer Veranstaltung, die sich unter Ausschluss der Medien an die Andermatt Bevölkerung richtete, die Ergebnisse der Befragung vor. Anschliessend diskutieren die Anwesenden die Ergebnisse und erarbeiteten Vorschläge für Massnahmen. Diese sind im Kapitel 7.2. aufgeführt

*Kritische Meinungen habe ich eigentlich eher weniger gehört; es sind eigentlich alle positiv gegenüber dem Resort eingestellt.“*

Bei einigen der Befragten ist die zu Beginn des Resortprojektes vorhandene Begeisterung und Euphorie einer zunehmenden Skepsis gewichen: Man nimmt nun auch die Schattenseiten des Projektes wahr. Hier schwanken die Stimmungen immer wieder zwischen Zuversicht und Verunsicherung. Viele fragen sich besorgt: *„Man ist im Grossen und Ganzen für das Projekt, aber eben, jetzt kommen halt gewisse Schattenseiten, die man vorher nicht gesehen hat. Aber meine Meinung ist ein bisschen geteilt, (...) die Frage ist einfach, wie wird es sich entwickeln? Und das ist wirklich ein bisschen meine Sorge. Das Leben im Dorf wird anders werden, und es kann nicht nur das Schöne kommen, es kommt auch das Negative, oder?“*

Vor allem auch die Aussteckung des Hotel Chedi mit Profilstangen unmittelbar neben dem bestehenden Altersheim, führte – als die Grössenverhältnisse des Hotelkomplexes sichtbar wurden – zu einer negativen Beurteilung der Situation: *„Und jetzt wo's eigentlich konkret ist, wo man gewisse Einschnitte schon gesehen hat im Dorf Andermatt mit gewissen Bauplätzen, ist eine grosse Skepsis gekommen, oder.“*

Während die Altersgruppe der 61- bis 70-Jährigen die Situation durchwegs positiv bewertet, sind es vor allem Jugendliche und einige der jüngeren Befragten (21 bis 40 Jahre), die meinen, dass das Resort zu gross und zu protzig sei und zuviel Land verbaut werde. Sie sprechen vom „Ausverkauf der Heimat“.

Andere beurteilen die Situation neutral: So findet sich bei den befragten 21- bis 40-Jährigen rund ein Drittel, welche die Entwicklung der Situation vorerst beobachten und die Veränderungen auf sich zukommen lassen wollen, bevor sie sich eine konkrete Meinung dazu bilden.

#### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Wie von uns vermutet (vgl. Concept-Map S. 8), beurteilen die Befragten die Situation entweder positiv, neutral oder negativ. Zur Zeit der Befragung finden sich also alle drei Einstellungen in Andermatt, die positive, neutrale oder negative Bewertung, wobei die positive Einstellung klar überwiegt. Dass jetzt vermehrt auch die „Schattenseiten“ wahrgenommen werden, war zu erwarten. So hat auch Thiem (2001) solche Stimmungsveränderungen (oder Einstellungsänderungen) in ihren Untersuchungen zu Tourismus und kultureller Identität beobachtet. Sie verweist auf den Umstand, dass in einer ersten Phase oft Bewunderung für die kulturellen Neuerungen, welche eine Veränderung im Tourismus mit sich bringt, entstehen. Häufig folgt darauf eine Phase der kritischen Distanz.

Nicht unbedingt zu erwarten war, dass sich das negative Stimmungsbild bei den jüngeren Altersgruppen ausgeprägter zeigt als bei den älteren Befragten.<sup>20</sup> Eine Erklärung könnte die vermehrte Sensibilisierung der jüngeren Generation im Hinblick auf eine intakte Umwelt sein, so bezogen sich die kritischen Einschätzungen vor allem auf Umweltfragen.<sup>21</sup>

Die nächste Befragungsrunde wird zeigen, ob die unterschiedliche Beurteilung durch die Altersgruppen vor allem für die jetzige Phase gilt, in der die sozialen Auswirkungen noch weniger spürbar sind. Nach Ferrante (1994) lässt sich zusammenfassend sagen, dass die Haltung der Betroffenen dem Tourismus gegenüber umso kritischer ist, je mehr Beeinträchtigungen (negative externe Effekte) in Kauf genommen werden müssen.

#### **4.2. Wahrgenommene Veränderungen**

Die Befragten führen vor allem räumliche und wirtschaftliche Veränderungen auf, während sie soziale Veränderungen kaum erwähnen. Sie beobachten die merkliche Zunahme der Bautätigkeit in Andermatt, die Renovation der Häuser und die damit einhergehende Veränderung des Dorfbildes. Weiter erwähnen sie die eingeschränkte Nutzung des Naherholungsgebietes durch die Bauarbeiten am Golfplatz.

<sup>20</sup> Wie im Zweiten Kapitel erwähnt, befürchtete die Studie von ECOPLAN ja vor allem Verlustängste bei der älteren Bevölkerung. Auch in der Studie zu Zermatt beklagte vor allem die ältere Generation den Verlust der einheimischen Kultur und den schwächeren sozialen Zusammenhalt.

<sup>21</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 5.12. mit den Befragungsergebnissen der Jugendlichen.

Im Hinblick auf wirtschaftliche Veränderungen berichten die Befragten, dass die Miet- und Liegenschaftspreise gestiegen seien und es schwieriger geworden sei, bezahlbare Wohnungen zu finden. Eine weitere Veränderung sei der grössere Bekanntheitsgrad, den Andermatt durch die häufige Medienpräsenz erlangt habe. So könne man eine grössere Anzahl an Tagesgästen feststellen, welche Andermatt besuchen und so zu Umsatzsteigerungen beitragen würden.

In ihrem privaten Leben hat das geplante Resort für die meisten Befragten bisher keine feststellbaren Auswirkungen. Ausnahmen bilden Einzelfälle: Der Verlust der Arbeitsstelle, weil ein Landwirtschaftsbetrieb aufgeben musste; oder man hat nach einer Kündigung sehr lange keine Wohnung für die Familie gefunden. Vereinzelt berichten von positiven Auswirkungen: Ein höheres Auftragsvolumen im Geschäft, das Finden einer Lehrstelle eines Familienangehörigen oder eine bessere Auslastung der Ferienwohnung.

Was das Dorfleben anbetrifft, so stellen die Befragten keine Veränderungen fest, ausser dass man untereinander über die Zukunft spreche, was vorher weniger der Fall gewesen sei. Ausserdem kämen vermehrt Unterländer nach Andermatt, weil diese nun auch von der neuen Situation profitieren möchten.

#### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Dass die Befragten vor allem wirtschaftliche und bauliche Veränderungen erwähnen, war zu erwarten. Vor allem bauliche Veränderungen manifestieren sich bereits jetzt, während die sozialen und kulturellen Auswirkungen sich erst später einstellen werden. Wie im Kapitel 2 erwähnt, kann man davon ausgehen, dass je grösser die durch den Tourismus verursachten Veränderungen sind, desto tiefer dies die soziale Mentalität und kulturelle Identität der Betroffenen beeinflusst (Bachleitner 2000). Bisherige Studien zeigen, dass vor allem der Zuzug neuer Arbeitskräfte und die Zunahme der Gäste das soziale Zusammenleben und die Dorfgemeinschaft beeinflussen. So stellten Bieger/Rütter (2004) in ihren Untersuchungen in Zermatt fest, dass der starke Zuzug von ausländischen Personen, angezogen durch das Tourismusgewerbe, zur Aufweichung der einheimischen Kultur und Identität führten. Vor allem ältere Personen beklagten den Verlust an persönlicher Nähe und einen schwächeren Zusammenhalt in der Bevölkerung Zermatts.

Wir können also vermuten, dass soziokulturelle Veränderungen bei der nächsten Teilstudie vermehrt thematisiert werden.

#### **4.3. Hoffnungen und Erwartungen**

Hoffnungen und Erwartungen betreffen vor allem die wirtschaftliche Situation und die Versorgung: In wirtschaftlicher Hinsicht werden vor allem ein grösseres Arbeitsplatzangebot mit mehr beruflichen Möglichkeiten sowie der Zufluss an beruflichem Know-how nach Andermatt im Bereich der Gastronomie erwartet. Man erhofft sich, dass alle von einem wirtschaftlichen Aufschwung durch das Resort profitieren können, und dass die Jungen eher in Andermatt bleiben, weil neue Arbeitsplätze vorhanden sind.

Gross ist der Wunsch, dass das Preisniveau nicht zu stark ansteigt, so dass sich auch „Normalbürger“ weiterhin ein Leben in Andermatt leisten können. Vor allem jüngere Befragte hoffen, dass die Wohnungen nicht noch teurer werden, damit sie in Zukunft auch noch eine Wohnung in Andermatt bezahlen können.

Mit dem Bau des Resorts erwartet man einen Ausbau der Versorgung mit Dienstleistungen für den täglichen Bedarf (grössere Auswahl an Lebensmittelläden, Zahnarzt, etc.), ein verbessertes Angebot im öffentlichen Verkehr (mehr und schnellere Verbindungen ins Urner Unterland) sowie einen Ausbau der sportlichen Infrastrukturanlagen (Hallenband, Skianlagen). Beim Ausbau der Infrastrukturanlagen besteht die Hoffnung, dass sich die ASA finanziell beteiligt, da der Investitionsbedarf gross sei und dieser von den Bergbahnen allein nicht bewältigt werden könne. *„Von einer Verbesserung der Bergbahnen profitieren wir ja auch. Bessere Restaurants in den Skigebieten, das wäre schon eine Verbesserung.“*

Die Befragten erwähnen auch soziokulturelle Aspekte, die sich auf das Leben in der Dorfgemeinschaft und das Dorf Andermatt beziehen: Das alles soll so bleiben, wie es heute ist: *„Das Dorf und das Dorfleben sollen bleiben, wie sie sind, nicht dass wir am Schluss ein St. Moritz oder Zermatt oder irgendetwas so haben.“*

Für diejenigen Befragte, welche im Tourismus engagiert sind (Vermieter von Ferienwohnungen, etc.) ist es darüber hinaus wichtig, dass sich die Stammgäste weiterhin in Andermatt wohl fühlen können.

### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Auf den Punkt gebracht, geht es in den von den Befragten erwähnten Erwartungen und Hoffnungen darum, dass auch die lokale Bevölkerung selber von der Resortentwicklung profitieren kann. Dies durch einen wirtschaftlichen Aufschwung und ein verbessertes Angebot an Dienstleistungen und im öffentlichen Verkehr. In dieser Hinsicht wird der mit der Resortentwicklung einhergehende Wandel offensichtlich ausdrücklich begrüsst. Doch während man sich den erwarteten wirtschaftlichen Aufschwung durchaus zunutze macht, möchte man keinen Preis dafür bezahlen oder gravierende Nachteile in Kauf nehmen müssen: St. Moritz oder Zermatt stehen bei den Befragten – ob nun berechtigt oder nicht – als abschreckende Beispiele und als Orte mit einem „Luxustourismus“, vor dem man in Andermatt auch Respekt hat. In diese Richtung soll sich Andermatt nicht entwickeln, vor allem in sozialer Hinsicht soll möglichst alles beim Alten bleiben.

Hier zeichnen sich erste Widersprüche ab, denn wirtschaftliche und bauliche Veränderungen werden zwangsläufig zu sozialen Veränderungen führen und in das soziale Gefüge der Dorfbevölkerung eingreifen. In den Jahrzehnten der Militärpräsenz veränderte sich nicht viel in Andermatt, man hatte ein garantiertes Auskommen und musste sich nicht weiterentwickeln.<sup>22</sup> Wichtig wird also sein, die Bevölkerung auf Veränderungen im soziokulturellen und sozioökonomischen Bereich vorzubereiten. Es gilt Wege aufzuzeigen und Angebote zu schaffen, damit sich die Bevölkerung proaktiv in die Auseinandersetzung einbringen und den Wandel mitgestalten und mitbestimmen kann.

Gleichzeitig sollte sich die Gemeinde Andermatt frühzeitig überlegen, wo entsprechende Vorkehrungen getroffen werden können, um der Forderung, Vertrautes und Bestehendes möglichst zu bewahren, gerecht zu werden. Der Wunsch nach räumlicher Identifikation – hier am Beispiel des Dorfbildes – ist ernst zu nehmen. Traditionelle Bausubstanz oder Freizeitanlagen, die einen Bezug zu ihrer Umgebung oder zur Ortskultur herstellen, fördern die Akzeptanz des Resorts durch die Bevölkerung. Das Zurückgreifen auf lokale Strukturen und Kulturen kann sogar zu einer Verstärkung der regionalen Identität führen (Baumgartner/Reeh, 2001, S. 35).

### **Empfohlene Massnahmen**

- **Massnahmen zur Erhaltung oder zur Entwicklung eines Dorfbildes, mit dem sich die Bevölkerung weitgehend identifizieren kann:** Bauvorschriften für Dorfzone überprüfen. Ortsbildschutz bei Bauprojekten im Dorfkern beachten. Bei geplanten Veränderungen Einbezug der Bevölkerung.
- **Massnahme zur Sensibilisierung der Bevölkerung auf soziokulturelle Veränderungen:** Offensives Ansprechen seitens der Verantwortlichen, in erster Linie durch die Politiker und weitere Schlüsselpersonen. Immer wieder Gelegenheiten schaffen oder bestehende Gefässe nutzen, um die wahrgenommenen soziokulturellen Veränderungen zu thematisieren. Bewusstsein in der Bevölkerung schaffen, dass man soziokulturelle Veränderungen aktiv mitgestalten kann.

## **4.4. Befürchtungen und Verunsicherungen**

Neben den Hoffnungen und Erwartungen weckt der Bau des Resorts auch Befürchtungen und löst Verunsicherungen aus. Generell fällt auf, dass Verunsicherungen vor allem von den Jugendlichen und der jüngeren Altersgruppe (21- bis 40-Jährige) zur Sprache gebracht werden, während von den anderen beiden Altersgruppen kaum Verunsicherungen formuliert werden.

Am meisten befürchten die Befragten höhere Lebenshaltungskosten. Hier sind vor allem die steigenden Mietpreise ein grosses Thema. *„Ich habe schon auch ein bisschen Angst, dass das nachher für uns*

<sup>22</sup> Dies ist eine immer wieder geäusserte Feststellung der Befragten.

*Einheimische im Dorf selber, die Wohnungen und alles andere sehr teuer wird.*“ Weiter befürchten die Befragten, dass die Gemeinde mit dem für das Resort erforderlichen Infrastruktur-Ausbau finanziell überlastet wird und als Folge die Steuern steigen könnten. *„Können wir uns den Infrastrukturausbau überhaupt leisten?“* so fragt man sich besorgt. Befürchtet wird ausserdem, dass das Arbeitsplatzangebot für die Einheimischen im Resort letztlich doch nicht so gross sei wie erwartet; dass es grösstenteils eher schlecht qualifizierte Arbeitsplätze sein werden oder dass für die hochqualifizierten Arbeitsstellen die Einheimischen übergangen werden könnten.

Ausserdem ist man verunsichert, ob nach der Eröffnung des Resorts und des Golfplatzes die Bevölkerung noch ungehindert Zugang zum Naherholungsgebiet haben werde. Auch die Grösse des Resorts bereitet Sorgen: *„Wie gross wird das wirklich?“* Während der Bauphase befürchtet man Lärmimmissionen und Verkehrsprobleme in der engen Schöllenschlucht und damit verbunden eine eingeschränkte Mobilität und schlechtere Verbindungen ins Unterland. Eine weitere Befürchtung ist, dass das Resort nicht zu Ende gebaut werden könnte und Andermatt dann mit Bauruinen „verschandelt“ würde. Vor allem die Jugendlichen und die jüngeren Erwachsenen befürchten, dass die Natur durch den Bau des Resorts leiden werde und das geschätzte Naherholungsgebiet zerstört wird.

Was die soziokulturellen und gesellschaftlichen Auswirkungen anbetrifft, so befürchtet man, dass die Einheimischen mit der Zeit durch die Überzahl an Gästen und die zugezogenen neuen Arbeitskräfte in die Minderheit geraten könnten. *„Dass dann plötzlich die Einheimischen in der Minderheit sind und sich dann irgendwie zu stark unterordnen müssen, das dürfte dann auch nicht sein.“* Schade wäre für die Befragten auch, wenn die von allen, auch den Jugendlichen geschätzte „Grüsskultur“ als Teil der Dorfidentität verloren gehen könnte.

Im Zusammenhang mit den neuen Arbeitskräften fragt man sich auch, wo diese wohnen werden und welchen Einfluss der Zuzug von ausländischen Arbeitskräften auf die Zusammensetzung der Schulklassen haben wird.

Eine weitere Befürchtung ist, dass die „neuen Gäste“ viel anspruchsvoller und weniger dankbar als die bisherigen Stammgäste sein könnten. Im Bezug auf die bisherigen Stammgäste verunsichert, ob sich diese in Andermatt nach der Eröffnung des Resorts noch wohlfühlen werden und weiterhin ins Dorf kommen werden.

Und schliesslich sind etwa die Hälfte der Befragten verunsichert über die Situation rund um das Altersheim und wie es damit nun weitergeht wird.

### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Hier zeigt sich eine breite Palette von Themen, welche die Befragten zurzeit beschäftigen. Was die befürchtete Preisentwicklung anbetrifft, wird sich in der zweiten Teilstudie zeigen, inwiefern sich die Befürchtungen bewahrheiten. Erst dann können nämlich die Resultate der sozioökonomischen Studie (siehe Kapitel 7) mit den Ergebnissen der qualitativen Befragung in Beziehung gesetzt werden. Dass die hier befürchteten gesellschaftlichen Auswirkungen nicht aus der Luft gegriffen sind und durchaus eintreffen können, zeigen andere Studien. Messerli (1989) konnte in Untersuchungen in Grindelwald feststellen, dass die Zuzüger das normale Alltagsleben der Einheimischen auf die Dauer stärker beeinflussen und prägen als die nur kurzfristig anwesenden Gäste. Auch ECOPLAN (2008) teilt diese Einschätzung betreffend der gesellschaftlichen Auswirkungen des Tourismusresorts: *“Die sozialdemografischen und kulturellen Veränderungen können dazu führen, dass in der „alten“ Bevölkerung von Andermatt das Gefühl der Ent- resp. Überfremdung entsteht. Zudem kann die Angst entstehen, dass auch die politische Macht mehr und mehr an die Neuzuzüger übergeht und somit die „alten“ Einwohner von Andermatt auch politisch marginalisiert werden.“* Hier zeigt sich einmal mehr, wie wichtig es ist, dass die Bevölkerung ihre Anliegen und Befürchtungen artikulieren kann. Dass die Befragten zwischen Zuversicht und Verunsicherung hin- und hergerissen sind, war zu erwarten. Der Nachhaltigkeitsbericht zur Richtplananpassung Ursern (Justizdirektion Uri, 2006) hält fest, dass sich die Bewertung der kurz- und langfristigen Folgen des Resorts in gewachsene gesellschaftliche Strukturen als schwierig gestaltet. Dies nehmen auch die Befragten wahr, indem gerade die jüngeren Befragten ihre Verunsicherungen offen formulieren.



## Empfohlene Massnahmen

- **Preisentwicklungen im regionalökonomischen Teil der Studie belegen und die Ergebnisse der Bevölkerung kommunizieren:** Der befürchtete Preisanstieg kann zurzeit empirisch noch nicht nachgewiesen werden. Aussagen hierzu werden erst im Verlauf der zweiten bzw. dritten Teilstudie möglich sein. Dass die Preisentwicklung durch die sozioökonomische Studie im Auge behalten wird und man die Bevölkerung über die Ergebnisse informiert, erachten wir als erste wichtige Massnahme.
- Als zweite präventive Massnahme empfehlen wir der Gemeinde Andermatt, dafür zu sorgen, dass für die **einheimische Bevölkerung bezahlbarer Wohnraum erhalten und realisiert** wird. Ob auch Bedarf für sozialen Wohnungsbau besteht, muss zuerst sorgfältig abgeklärt werden. Dazu wurde im Landrat Uri am 20. Februar 2008 folgende Interpellation<sup>23</sup> eingereicht: „Welche Wohnformen will die Regierung fördern, um ein geordnetes Zusammenleben der Menschen aus verschiedenen Kulturen ermöglichen zu können, ohne sie zu ghettosieren?“ [...]. In seiner Antwort vom 21. Oktober 2008 sieht der Regierungsrat seine Hauptaufgabe darin, günstige Rahmenbedingungen u.a. im Wohnungsmarkt bereitzustellen. Als eine mögliche Rahmenbedingung schlägt er die Unterstützung bei Konzepten und Umsetzung von Massnahmen, die den Wohnungsbau betreffen, vor. Zurzeit wird vom Kanton Uri ein Bericht<sup>24</sup> zur Beantwortung der "Motion Camenzind (Februar 2009)" zur Förderung des gemeinnützigen Wohnungsbaus im Kanton Uri erstellt. Ausgangspunkt der Motion war die Problematik des sich mutmasslich vertuernden Wohnraums in Andermatt.
- **Auseinandersetzung mit dem Thema „Integration“ in der Gemeinde Andermatt:** Die Gemeinde Andermatt wird sich in Zukunft vermehrt mit der Thematik Integration und kultureller Austausch auseinandersetzen und dafür entsprechende Angebote entwickeln müssen. So geht es um die Frage, inwieweit es Integrationsangebote für die ausländischen Arbeitskräfte brauchen wird; ob die Schule auf einen hohen Anteil fremdsprachiger Kinder in den Klassen reagieren muss; ob es neue Angebote braucht, wie zum Beispiel interkulturelle Begegnungsanlässe zwischen den zukünftigen Gästen und Einheimischen. Hier könnte auf Erfahrungen des Kantons mit dem Bau der Neuen Eisenbahn-Alpentransversalen NEAT zurückgegriffen werden. Zudem sind der Beizug der Integrationsdelegierten des Kantons Uri sowie der lokalen Begleitgruppe von BESTandermatt zu empfehlen. Hierzu stellt die Interpellation II von Urs Dittli vom 20. Februar 2008 folgende Fragen an den Regierungsrat Uri: „Nach welcher Strategie und mit welchen Mitteln und Massnahmen gedenkt die Regierung die Integration der Arbeitskräfte im Resort selber und im Umfeld zu bewältigen?“ [...] In seiner Antwort vom 21. Oktober 2008 schreibt der Regierungsrat, dass es zum aktuellen Zeitpunkt nicht möglich sei, eine umfassende Strategie zur Integration der Arbeitskräfte im Umfeld des Tourismusresorts zu entwickeln. Zu vieles sei noch unklar und offen. Bevor Strategien, Massnahmen und Mittel festgelegt werden können, müssen die sich konkret stellenden Herausforderungen greifbar und die einzelnen Problemfelder klarer erkennbar sein. Der Regierungsrat unterstreicht in seiner Antwort jedoch die Bedeutung von Integrationsmassnahmen im Sinne der hier aufgeführten Vorschläge.
- **Transparente und offene Kommunikation der Verantwortlichen gegenüber der Bevölkerung:** Die Verantwortlichen können mit einer transparenten Kommunikationspolitik dazu beitragen, dass die Verunsicherungen aufgefangen werden und nicht weiter zunehmen. Dazu gehört auch, dass die Verantwortlichen auf die Anliegen der Bevölkerung eingehen und diese ernst nehmen.

## 4.5. Zusammenleben

Aussagen zum Zusammenleben resp. Nachfragen danach bezogen sich auf die Dorfgemeinschaft, auf das Vereinsleben und wie sich die Andermattler und Andermattlerinnen gegenseitig unterstützen. Im Vordergrund stand die Wahrnehmung des bisherigen Zusammenlebens und des Zusammenlebens im Zeitraum der Befragung.

Die meisten der Befragten schätzen es sehr, dass man sich kennt, sich auf der Strasse grüsst und Zeit für einen „Schwatz“ miteinander hat. Das Engagement in Vereinen ist hoch. Der grösste Teil der be-

<sup>23</sup> Interpellation Urs Dittli, <http://www.ur.ch/de/landrat/parlamentarische-vorstoesse-m645/?m=645&pn=8>

<sup>24</sup> Motion Camenzind, <http://www.ur.ch/de/landrat/parlamentarische-vorstoesse-m645/?m=645&pn=7>

fragten 20-bis 40-jährigen Personen ist in einem Verein engagiert; bei den befragten 41- bis 60-Jährigen sogar praktisch alle, teilweise mit einem Engagement im Vereinsvorstand. Einzig die älteren Befragten engagieren sich weniger in Vereinen. Generell stellen die Befragten aber einen Rückgang des Vereinslebens fest, einige Vereine kämpfen offenbar ums Überleben. Diese Entwicklung bringen die Befragten mit dem Zeitgeist in Verbindung; sie betonen, dass dies überall zu beobachten sei. Auch die jungen Befragten fühlen sich in Andermatt verwurzelt. Auch wenn sie während der Woche ausserhalb der Gemeinde Andermatt arbeiten oder studieren, verbringen sie ihre Wochenenden hier, treffen Kolleginnen und Kollegen oder beteiligen sich am Vereinsleben.

Die Nachbarschaftshilfe scheint in Andermatt gut zu funktionieren. So sei es selbstverständlich, dass man sich gegenseitig helfe und zueinander schaue, vor allem in Notfällen sei man für einander da. Doch auch schwierige Aspekte waren Thema: So besteht in Andermatt gemäss den befragten Personen eine Hierarchie zwischen den Bewohnern. Korporationsbürger hätten am meisten Macht und würden sich gegenseitig bevorzugen. Demgegenüber hätten Nicht-Korporationsbürger und von auswärts Zugezogene eine geringere Stellung im Dorf. Es sei schwieriger für sie, in Andermatt wirklich Einfluss nehmen zu können. *“Du bist nie eine Einheimische. Ich empfinde das stark so. Ich bin in Andermatt auf die Welt gekommen. Aber du bist nur akzeptiert, solange du ihre Meinung hast (gemeint sind die Korporationsbürger Anm. d.V.). Wenn du eine andere Meinung hast, heisst es, halt das Maul zu, du bist nicht von hier.“* Weiter wird erwähnt, dass Machtkämpfe innerhalb der Dorfgemeinschaft und zwischen den verschiedenen Gremien zu einer Zersplitterung der Kräfte führen. Damit würden Projekte verhindert, und es sei schwierig, gemeinsam etwas zu realisieren. Als Beispiel wird in diesem Zusammenhang die Idee „Autofreies Dorf“ aufgeführt, die schon lange bestehe und nicht vom Fleck käme.

### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Im Rahmen dieser Studie wurden keine Zahlen zur Vereinstätigkeit in Andermatt erhoben, so dass wir uns bei den folgenden Überlegungen ausschliesslich auf die Beobachtungen der Befragten verlassen. Aufgrund der Ergebnisse der Befragung lässt sich schliessen, dass in Andermatt ein vergleichsweise grosser Teil der Bevölkerung in einem Verein engagiert ist<sup>25</sup>. Dies ist typisch für den ländlichen Raum, da hier das Vereinsleben traditionell eine grosse Bedeutung hat (Rückert-John 2005). Auch der von den Befragten festgestellte Rückgang des Engagements in den Vereinen ist eine Tatsache, welche sich gesamtschweizerisch beobachten lässt. So zeigen die Zahlen des Bundesamtes für Statistik (2008), dass sowohl das freiwillige Engagement für Vereine und Organisationen, als auch unbezahlte Hilfsleistungen im privaten Umfeld (Nachbarschaftshilfe, etc.) in der ganzen Schweiz rückläufig sind.<sup>26</sup> Wir betonen dies, weil ein aktives Vereinsleben für einen Tourismusort von hoher Bedeutung ist, wie Bieger und Rütter (2004) in ihrer Fallstudie in Engelberg feststellen. Dort bieten das Kloster und das vergleichsweise ausgeprägte Vereinsleben einen Gegensatz zum schnelllebigen Tourismus und übernehmen damit eine traditions- und identitätswahrende Funktion als Treffpunkte. Andermatt sollte also seine örtliche Vereinskultur weiterhin pflegen und entwickeln und sie dabei insbesondere auch für die Jugendlichen attraktiv erhalten oder sogar attraktiver gestalten (siehe Kapitel 5.11., Gruppengespräch mit Jugendlichen). So ist für Wiesinger/Machold (2001) für die Vitalität, d.h. für die Erneuerung und den Fortbestand des Dorflebens und der dörflichen Vereine der Einbezug der Jugendlichen essentiell: „Gelingt es nicht, diese anzusprechen und zu integrieren oder entsprechende Einrichtungen für deren Bedürfnisse zu schaffen, so ist die dörfliche Gemeinschaft längerfristig von einem Desintegrationsprozess bedroht.“

Die festgestellte Hierarchie zwischen Korporations- und „normalen“ Bürgern und Bürgerinnen sind zwar in Andermatt nichts Neues. Sie erhalten aber durch die anstehenden Veränderungen eine beson-

<sup>25</sup> In der Schweiz ist die Landbevölkerung nicht nur häufiger formell freiwillig tätig, sondern übernimmt auch überdurchschnittlich oft ein Ehrenamt. (Stadelmann et al., 2010; S. 63/64. Auch die die Bereitschaft zur Übernahme informeller Tätigkeiten ist in ländlichen Gebieten höher. Bewohner/innen von Städten und Agglomerationen beteiligen sich signifikant seltener freiwillig als solche aus dem ländlichen Raum (ders. S. 81f)

<sup>26</sup> Dieser Rückgang wurde in der Schweiz zum ersten Mal festgestellt. Ob es sich um eine momentane oder eine längerfristige Entwicklung handelt, kann aber zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht belegt werden. Andere Studien stellen im Vergleich zu städtischen Gebieten seit 2006 eine Zunahme der formellen Freiwilligkeit in ländlichen Gebieten fest (Stadelmann-Steffen et al. (2010), S. 65. Bei der informellen Freiwilligkeit hingegen ist in der ganzen Schweiz Rückgang zu verzeichnen. Dieser ist bei Frauen in ländlichen Gebieten stärker ausgeprägt als bei Frauen in städtischen Gebieten (ebenda, S. 82).

dere Brisanz, weil politische und soziale Fronten sich durch touristische Projekte und Eingriffe verschärfen könnten. Bätzing (2003) schätzt die in alpinen Tourismusgemeinden ausgeprägten Gegensätze zwischen politischer Macht und Ohnmacht als gravierend ein und bezeichnet sie als eines der zentralen sozialen Probleme. Die von einigen der Befragten geschilderte Hierarchie scheint also auch in anderen touristischen Gemeinden problematisch zu sein. In einer anderen Studie (Baumgartner/Reeh, 2001, S. 46) wird gezeigt, dass die Investorentätigkeit im Rahmen der Entwicklung von Ferienresorts zur Verhärtung politischer Fronten und damit zur Störung des sozialen Klimas führen kann. Die Autoren dieser Studie konnten beobachten, dass die Verantwortlichen dazu neigen, die lokale Bevölkerung von Planungsprozessen auszuschliessen, um sie so spät wie möglich mit den Veränderungen zu konfrontieren; eine Strategie, die längerfristig zu hohen Kosten führt (Gerichtsverhandlungen durch Einsprachen etc.).

### Empfohlene Massnahmen

- **Die Zivilgesellschaft<sup>27</sup> und insbesondere auch das Vereinsleben aktiv fördern und für alle Bewohner und Bewohnerinnen attraktiv gestalten.** Dabei ist darauf zu achten, dass sich die bestehenden Vereine für Neuzuzüger/innen und auch vermehrt für Jugendliche öffnen. Damit dies erreicht wird, braucht es entsprechende Konzepte, zudem könnte eine Beratung der Vereine von Nutzen sein. Weiter ist zu prüfen, welche anderen Formen von freiwilligem Engagement in Andermatt in Zukunft gefördert werden könnten. Dies nicht zuletzt, weil Studien zeigen, dass sich Motivationen und Form des freiwilligen Engagements in letzter Zeit stark gewandelt haben. Während ein freiwilliges Engagement früher tendenziell häufiger aus altruistischen Gründen in Vereinen oder Organisationen über längere Zeit konstant ausgeübt wurde, bevorzugen die heutigen Engagierten eher ein Engagement auf Zeit – mit dem Anspruch, sich dabei selber verwirklichen zu können (Stadelmann-Steffen et al. 2007, dies. 2010, Enquete-Kommission, 2002).  
Im Anschluss an die erste Teilstudie liessen sich durch den Einbezug der interessierten Bevölkerung bei der Entwicklung und Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen Angebote schaffen, welche an diese neuen Motivationslagen anschliessen.
- Überprüfen, ob das Vereins- und Dorfleben für Neuzuzüger/innen bewusst geöffnet werden muss und wie entsprechende Konzepte zu entwickeln wären.
- Das Verhältnis zwischen Korporations- und „Normalbürgern“ thematisieren bzw. im Auge behalten, um weitere Verhärtungen und Konflikte zu vermeiden und die Kräfte zu bündeln.

## 4.6. Das Resort im Gespräch: Der Umgang mit unterschiedlichen Meinungen in der Bevölkerung

Der grössere Teil der Befragten aller Altersgruppen stellt fest, dass sich die Diskussion über das Resort im Laufe der Zeit verändert habe. Während bei der Bekanntgabe und Lancierung des Projektes sehr viel in der Öffentlichkeit darüber gesprochen und diskutiert wurde, fänden nun die Gespräche vor allem innerhalb der Familie statt. Auch am Stammtisch oder im Kollegenkreis werde hin und wieder – vor allem wenn eine Projektänderung bekannt würde oder wenn durch den Baufortschritt etwas sichtbar werde – darüber gesprochen. Bei den jüngeren Befragten könne es im Kollegenkreis durchaus einmal heftig zu- und hergehen; unterschiedliche Meinungen würden aber toleriert. Hingegen spreche man bei der mittleren und älteren Altersgruppe eher innerhalb derselben Meinungsgruppe über das Projekt. Dies führe dazu, dass Gespräche zwischen Kritikern und Befürwortern in diesen Altersgruppen praktisch fehlen. *„Ich habe gemerkt, dass wenige Leute darüber sprechen, man passt auf, was man sagt.“* Immer wieder erwähnt wird, dass man sich grundsätzlich mehr Dialog untereinander wünscht. *„Gut wären Veranstaltungen, wo alle vom Dorf zusammenkommen können und man miteinander diskutiert.“*

<sup>27</sup> Unter Zivilgesellschaft verstehen wir sich selbstorganisierte Menschen, welche sich für die Gemeinschaft im weitesten Sinne einsetzen. Den Kern der Zivilgesellschaft bilden die Vereine, aber auch Initiativen, Gruppierungen und Organisationen, die sich unentgeltlich für soziale, kulturelle und politische Anliegen engagieren, sind Teil der Zivilgesellschaft. So bspw. Freiwillige, die bei der Durchführung eines Skirennens mithelfen. Die Zivilgesellschaft ist denn auch der Ort, wo Menschen gemeinsame Werte entwickeln und gegenseitiges Vertrauen aufbauen; dabei entsteht, was als „sozial Kapital“ bezeichnet wird. (vgl. Putnam, 2001). Dieses soziale Kapital wird als generalisiertes Vertrauen in der Gesellschaft wirksam und ist zentraler Bestandteil einer nachhaltigen Entwicklung.

Ein grosser Teil der Befragten beurteilt den Umgang mit andern Meinungen in Andermatt als „schwierig“, dies aber nicht nur auf das Resort bezogen, sondern ganz allgemein. *„Es gibt nur schwarz oder weiss, Freund oder Feind – das verhindert, dass die Leute Zivilcourage haben, weil jeder befürchtet, irgendwie könnte mal etwas auf ihn zurückfallen oder er könnte benachteiligt werden.“* Diese Situation habe auch dazu geführt, dass kritische Stimmen zum grossen Teil verstummt seien. Projektgegner/innen und kritische Befürworter/innen getrauten sich nicht, ihre Meinung öffentlich zu vertreten und fühlten sich nicht ernst genommen. *„Man kann schon dagegen sein, aber man darf es kaum sagen.“* Vor allem die jüngeren Befragten beanstanden, dass der Abstimmungsmodus mit Handerheben bei der Zonenplan-Abstimmung zum Resort nicht geheim war. Einige Personen hätten sich nicht getraut, zu ihrer wirklichen Meinung zu stehen, aus Angst vor allfälligen Benachteiligungen.

### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

So wie die Situation von den befragten Personen für Andermatt erlebt wird, beobachtet sie auch Bätzig (2003). Er schreibt, dass in überschaubaren Tourismusgemeinden die soziale Kontrolle ausgeprägt ist und trotz ökonomischen, sozialen oder politischen Widersprüchen Konflikte kaum offen auftreten, sondern oft im Untergrund schwelen.

Es besteht also durchaus die Gefahr, dass sich das soziale Klima innerhalb der Dorfbevölkerung in Andermatt verschlechtern und das Vertrauen zueinander Schaden nehmen könnte. Eine solche Entwicklung würde die Wahrnehmung gemeinsamer Interessen im Verlauf der weiteren Resortentwicklung erschweren. Damit schwinden auch die Chancen, dass die Bevölkerung ihre Anliegen und Interessen während der nächsten Jahre wirksam einbringen kann.

Eine der Herausforderungen wird darin bestehen, der Bevölkerung Wege aufzuzeigen, wie eine offene und angstfreie Kommunikationskultur geschaffen werden kann. Es geht darum, dass unterschiedliche Meinungen offen ausgesprochen werden können – ohne Sanktionen befürchten zu müssen. Insbesondere müssen auch die kritischen Befürworter/innen<sup>28</sup> ihren Platz in der Diskussion erhalten. Sie werden sich sonst längerfristig noch mehr zurückziehen. Dies gilt es zu verhindern, ist doch gerade konstruktive Kritik nicht selten der Ausgangspunkt für Verbesserungsvorschläge und kreative Lösungen. Ein erster Schritt kann nun darin liegen, der Bevölkerung zu spiegeln, wie die Kommunikation zurzeit von vielen Befragten erlebt wird. Darüber hinaus ist zu prüfen, welche bestehende Gefässe oder noch zu schaffenden Foren geeignet sind, einen offenen und angstfreien Meinungsaustausch zu pflegen. Wichtig ist, dass sich die Bevölkerung trotz unterschiedlicher Betroffenheiten und Erfahrungen auf gemeinsame Interessen konzentrieren kann.

Darüber hinaus kann den politischen Behörden und den Resortverantwortlichen eine wichtige Rolle zukommen. Gelingt es ihnen ihrerseits eine offene Kommunikationskultur zu etablieren, in der kritische Stimmen und verschiedenen Meinungen Platz haben und nicht stigmatisiert werden, könnten sie die Bevölkerung auf ihrem Weg, die Auseinandersetzungen ohne Angst und Unterdrückung zu führen, unterstützen.<sup>29</sup>

### **Empfohlene Massnahmen**

- **Gefässe und Raum für Diskussionen und Meinungsaustausch schaffen:** Wir empfehlen der Gemeinde dafür zu sorgen, dass der Bevölkerung regelmässig die Möglichkeit geboten wird, ihre Meinung und auch kritische Fragen in verschiedenen Formen konstruktiv einzubringen. Dazu gehört bspw. auch, anonym Stellung nehmen zu können. Geeignet wäre dazu ein von der Gemeinde betriebener Briefkasten, um unter Einhaltung bestimmter Regeln Fragen und Kritik zu deponieren.
- Weiter ist zu prüfen, welche bestehenden Gefässe sich für eine laufende Auseinandersetzung mit der Resortentwicklung und ihren Auswirkungen eignen und ob es zusätzliche Foren braucht. Diese Überprüfung könnte der lokalen Begleitgruppe übertragen werden. Bei Bedarf könnte bspw. ein regelmässig stattfindendes, professionell moderiertes Forum geschaffen werden. Hier könne die Bevölkerung Erfahrungen und Meinungen diskutieren und ihren Umgang mit unterschiedlichen Wahrnehmungen reflektieren. Dazu bieten sich verschiedene, auch spielerische Methoden an. Bei der

<sup>28</sup> Unter kritischen Befürworter/innen verstehen wir diejenigen der Befragten, welche dem Tourismusresort grundsätzlich positiv, aber nicht ohne Vorbehalte gegenüberstehen. Die kritischen Befürworter/innen setzen sich aktiv mit der Resortentwicklung in Andermatt auseinander und möchten Punkte, welche sie nicht optimal finden, ansprechen und diskutieren können.

<sup>29</sup> Siehe dazu Kapitel 5.8.1, 5.8.2 und 5.9.2.

Realisierung dieser Massnahmen muss der sorgfältige Umgang mit den Ergebnissen gewährleistet werden. Insbesondere gilt es zu verhindern, dass die Medien kritische Stimmen selektiv aufgreifen, um daraus tendenziöse Schlagzeilen zu produzieren und ungerechtfertigt ein negatives Image der Resortentwicklung zu verbreiten.

#### 4.7. Selbstwahrnehmung

Im Verlauf der Gespräche thematisierten die Befragten ihre eigene Selbstwahrnehmung und die ortsspezifische Wahrnehmung als Andermatt und Andermattinnen – dies aus eigener Initiative und ohne spezielles Nachfragen durch die Interviewer/innen. Die Befragten bezeichnen sich bzw. die Andermatt/innen als offen, fremdenfreundlich und gesellig. Aber auch als stolz und unabhängig.<sup>30</sup> „Wie ich unsere Urschneer kenne, die lassen sich da nicht vertreiben oder irgendwie verändern.“ Häufig gesagt wird auch „Wir sind Bergler.“ Aber auch kritische Aspekte kommen zur Sprache: Sie selber (die Andermatt/innen) seien zu passiv und hätten sich selber zu wenig aktiv mit der Zukunft auseinandergesetzt. „Man hat einfach nicht gewusst, was man eigentlich will, was man eigentlich hat.“ Rückblickend glauben einige zu erkennen, dass man in der Vergangenheit zu wenig in die Zukunft investiert habe und sich vor allem nie durchringen konnte, in etwas Gemeinsames zu investieren. Einige bedauern, dass es nicht gelungen sei, selber etwas auf die Beine zu stellen, so dass der Impuls für eine Weiterentwicklung einmal mehr von aussen gekommen sei. Beobachtet wird, dass die Bevölkerung durch die aktuelle Situation innerlich hin- und hergerissen sei. Einerseits will man den wirtschaftlichen Aufschwung, andererseits befürchtet man aber auch den Ausverkauf der Heimat (siehe auch Kapitel 5.3. und 5.4.).

#### Kommentar und Einordnung der Ergebnisse

Auffallend bei der Selbstbezeichnung ist die selbstkritische Reflexion der eigenen Rolle in Veränderungsprozessen. Weiter fallen die kontrastierenden Verhaltensmerkmale „Stolz und Unabhängigkeit“ einerseits, „Passivität und Ziellostigkeit“ andererseits auf. Die Andermatt Bevölkerung, so könnte man sagen, ist sich ihrer Widersprüche und Spannungsfelder im eigenen Verhalten durchaus bewusst. Stellen wir dies in den grösseren Zusammenhang der touristischen Entwicklungen allgemein: Tourismusentwicklung erfolgt typischerweise im Spannungsfeld von bewahren und verändern (Bachleitner 2000). Mit diesem Spannungsfeld müssen die Bewohner/innen von Tourismusorten umzugehen lernen. Hilfreich ist, wenn in der Bevölkerung ein sogenanntes „Tourismusbewusstsein“ vorhanden ist. Müller (1995) spricht von Tourismusbewusstsein, wenn bei den Betroffenen ein reflektierender Umgang mit den Vor- und Nachteilen des Tourismus feststellbar ist. Müller betont, dass bei dieser Reflexion der Tourismus dabei nicht einzig auf seinen wirtschaftlichen Stellenwert reduziert werden darf, sondern um seinen lebensweltlichen Bezug erweitert werden muss.

Wie die Befragungsergebnisse zeigen, ist in Andermatt ein solches Tourismusbewusstsein durchaus vorhanden. Die Befragten sind sich ihrer – durch die Resortentwicklung hervorgerufenen – inneren Zerrissenheit bewusst, dem Schwanken zwischen Hoffnungen und Befürchtungen, zwischen Zustimmung und Skepsis und auch ihrem eigenen, teils widersprüchlichen Verhalten.

#### 4.8. Wahrnehmung der politischen Verantwortlichen

##### 4.8.1. Gemeindebehörden

In den Interviews wurde gefragt, wie die Gemeindebehörden wahrgenommen werden. Praktisch alle Befragten attestieren dem Gemeinderat, dass er versuche, seine Arbeit gut zu machen. Gleichzeitig kritisieren mehr als die Hälfte der Befragten, insbesondere die jüngeren und mittleren Altersgruppen, das Verhalten des Gemeinderates im Resortprojekt. Der Gemeinderat unterstütze das Resortprojekt zu stark und berücksichtige bei den Verhandlungen mit dem Investor die Bedürfnisse der Gesamtbevölkerung von Andermatt zu wenig: „Man schaut immer nach Herrn Sawiris, was der will. Aber ich finde, es geht auch um uns hier im Dorf.“ Bemängelt wird die mangelnde Transparenz bei den mit der Investorengruppe ASA ausgehandelten Verträgen, die Bevölkerung wisse zu wenig über konkrete Vertragsbedingungen und welche Konsequenzen diese für die Gemeinde hätten. Auch würden die Verträge mit

<sup>30</sup> Dies im Gegensatz zu den „Unterländern“.

der ASA nicht offen gelegt. Man stört sich an der Ungewissheit bezüglich der anfallenden Kosten für Infrastrukturausbauten infolge des Resortbaus.

Die Befragten erwarten vom Gemeinderat, dass er seine Informationspolitik transparenter gestaltet. Ebenso seien die Bedürfnisse der Bevölkerung ernst zu nehmen und die Anliegen der Bevölkerung in den Verhandlungen mit der ASA vom Gemeinderat zu vertreten. *“Wichtig ist, dass man Verständnis für die Leute hat und sich die Bevölkerung auch einbringen kann. Wenn an den Gemeindeversammlungen ein Bewohner von Andermatt etwas sagt, sollen die Behörden das auch ernst nehmen.“*

Wiederholt geäußert wird die Befürchtung, dass der Gemeinderat mit der Grösse des Resortprojektes überfordert sei und von der Entwicklung „überrollt“ werde. *„Also, ich habe das Gefühl, dass jeder überfordert ist. Beim Gemeinderat Andermatt glaube ich nicht, dass die die Übersicht haben momentan.“*

Es fällt auf, dass bei der Altersgruppe der 20- bis 40-Jährigen die negative Wahrnehmung der Gemeindepolitik überwiegt. Diese Altersgruppe äussert sich kritischer als die andern beiden Altersgruppen über das Verhalten des Gemeinderates und stört sich stark an den nicht geheimen Abstimmungen im Zusammenhang mit dem Resort. Sie wünscht sich bei „politisch heiklen“ Themen allgemein geheime Abstimmungen.

Auch eine knappe Mehrheit der Gruppe der 41- bis 60-Jährigen empfindet die Gemeindepolitik betreffend des Resorts eher als negativ, während sich die 61- bis 70-Jährigen nicht detailliert zur Gemeindepolitik äussern.

Insgesamt beurteilen die befragten Männer die Arbeit des Gemeinderates kritischer als die Frauen.

Nur wenige der Befragten sind mit der Arbeit des Gemeinderates in Bezug auf das Resortprojekt ausnahmslos zufrieden. Diese Personen haben nichts zu beanstanden und anerkennen die Bemühungen der Behörden: *„Die Verwaltung hat eigentlich recht viel Zeit investiert. Und ich habe das Gefühl, sie haben ihr Bestmögliches getan, um das Ganze zu bewältigen. Und auch mit den Informationen habe ich eigentlich das Gefühl gehabt, haben sie es eigentlich relativ gut gemacht.“*

### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Trotz breitem Verständnis für die herausfordernde Aufgabe im Zusammenhang mit dem Resortprojekt fehlt es nicht an Kritik. Dabei stehen Überforderung der Behörde, mangelnde Transparenz und einseitige Rücksichtnahme gegenüber dem Investor zuungunsten der Bevölkerung im Vordergrund. Die Kritik ist insbesondere bei den jüngeren Altersgruppen ausgeprägt. Dass die Abstimmungen nicht geheim waren, wird offensichtlich nicht goutiert. Im weiteren Verlauf der Resortentwicklung muss es dem Gemeinderat gelingen, die unterschiedlichen Meinungen und Bedürfnisse aller Bevölkerungsschichten immer wieder zu eruieren und alle sich bietenden Möglichkeiten für Mitbestimmung der Bevölkerung auszuschöpfen. Damit handelt er im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus. Diese misst sich u.a. am Vorhandensein institutionalisierter Beteiligungsverfahren sowie an einer regelmässigen Berichterstattung seitens der Verantwortlichen und an einem offenen Zugang zu Informationen rund um die Tourismusentwicklung (vgl. Baumgartner (2001) Auch die Partnerschaft für Globale Kriterien eines Nachhaltigen Tourismus (GSTC)<sup>31</sup> legt Wert auf einen breiten Einbezug und eine effektive Mitbestimmung der lokalen Bevölkerung.

### **Empfohlene Massnahmen**

- Informationskonzept der Gemeinde überprüfen. Eine transparente Informationspolitik hilft, Gerüchten vorzubeugen und kann mithelfen, Verunsicherungen in der Bevölkerung abzubauen.
- Von der Bevölkerung formulierte Massnahmenvorschläge unter Einbezug der Bevölkerung realisieren.

<sup>31</sup> Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) ist eine Koalition von 32 Organisationen initiiert von der Rainforest Alliance, dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP), der UN Stiftung und der Welttourismusorganisation (UNWTO). GSTC möchte zu einem besseren Verständnis und zur Anwendung weltweiter Prinzipien für einen nachhaltigen Tourismus beitragen. ([www.sustainabletourismcriteria.org](http://www.sustainabletourismcriteria.org); [www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.html](http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.html))

#### 4.8.2. Kantonale Behörde

Bei der Wahrnehmung der kantonalen Behörde überwiegt die Kritik. Allgemein reagiert ein grosser Teil der befragten Personen negativ auf den Kanton. Die Befragten erklären diese Haltung im Gespräch ohne Nachfrage seitens der Interviewer, indem sie erzählen, dass dies damit zu tun hätte, dass Andermatt bis ins 17. Jahrhundert zum Kloster Disentis gehört habe. Daher hätten die Andermattler seit je Mühe mit dem Kanton Uri. Seitens des Kantons hätten sie sich in der Vergangenheit auch immer wieder als „Zweitklass-Urner“ behandelt gefühlt. *„Wir sind nicht so verwöhnt von unserer Regierung. Wir sind uns nicht gewohnt, dass sie sich für uns einsetzen, weil wir sind immer so "Zweitklasse-Urner", hier oben. [...] Wir haben nie so richtig Unterstützung gehabt vom Kanton Uri.“* Erwähnt wird insbesondere, dass die Andermattler den Eindruck hätten, der Kanton habe sich vor dem Resortprojekt nicht für sie interessiert und sie mit ihren Problemen beim Rückzug des Militärs allein gelassen. All dies habe dazu geführt, dass der Kanton schlecht angesehen sei in Andermatt bzw. im Urserental. Erst jetzt, seit das Resortprojekt bekannt sei, komme der Kanton und wolle sich mit dem Projekt selber profilieren. Ausserdem sei der Kanton zu positiv eingestellt gegenüber dem Resort und mache den Investoren zu wenig Auflagen. Auch würden die Interessen der lokalen Bevölkerung vom Kanton gegenüber dem Investor zu wenig vertreten. So meinen einige der Befragten, dass der Kanton den Verhandlungsspielraum gegenüber dem Investor besser ausnützen und den Interessen der Bevölkerung und den Naturschutzanliegen mehr Beachtung schenken sollte. Weiter erwähnt wird, dass es sinnvoll wäre, ein kantonales Tourismusleitbild zu erarbeiten. So könnten die kantonalen Beiträge gezielter und weniger nach dem Giesskannenprinzip verteilt werden. Es gibt auch positive Stimmen, welche die Arbeit des Kantons würdigen und betonen, dass die kantonalen Behörden im Zusammenhang mit dem Resortprojekt gute Arbeit leisten und die Gemeinde optimal unterstützen in diesem Prozess. *„Und jetzt machen sie (die kant. Behörden; Anm. d.V.) es sehr gut, denke ich. Vielleicht halt auch, weil es ein Prestigeobjekt ist.“*

#### Kommentar und Einordnung der Ergebnisse

Die Analyse der Ergebnisse lässt deutlich erkennen, dass sich die Bewertung der Befragten nicht einzig auf die Rolle des Kantons zum Zeitpunkt des Resortprojektes bezieht. Das Urteil ist offensichtlich auch von früheren Erfahrungen geprägt. Einzelnen Befragten ist durchaus bewusst, dass sich bei ihrer Bewertung Bilder aus der Vergangenheit mit solchen aus der Gegenwart vermischen. Diese Personen realisieren, dass es ihnen nicht leicht fällt, hierzu eine neutrale und gerechtfertigte Bewertung vorzunehmen – ein eindrückliches Beispiel, welches daran erinnert, dass das geschichtliche Gedächtnis weit zurückreicht und eingespielte „Rollen“ und „Zuschreibungen“ lange nachwirken. Die schwierigen Erfahrungen in der Vergangenheit – unabhängig wie gerecht das Urteil ist – beeinträchtigen zurzeit das Vertrauen der Bevölkerung in die kantonale Behörde und prägen die Wahrnehmung ihres Wirkens im Rahmen des Resortprojektes. Dabei bezieht sich das Misstrauen vor allem auf die Frage, ob der Kanton die Anliegen und Interessen der Bevölkerung im Resortprojekt genug hartnäckig verfolgt und seinen Handlungsspielraum zugunsten der Bevölkerung ausnutzt. Es gilt hier also den historischen Kontext insofern zu berücksichtigen, als dass trotz Bemühungen seitens des Kantons und trotz seines bisherigen Leistungsausweises im Resortprojekt die kantonalen Behörden noch längere Zeit mit kritischen Stimmen rechnen müssen.

Vor diesem Hintergrund braucht es aus unserer Sicht zurzeit nicht mehr als die Kenntnisnahme der Ergebnisse der Teilstudie seitens des Kantons. Wie Bachleitner (2000) feststellt, ist aus dem Blickwinkel der Betroffenen Kritik meist emotionaler „Natur“ und beruht selten auf empirischen Daten. Mit einer transparenten Informationspolitik, die immer wieder aufzeigt, wie Entscheidungen und Vereinbarungen zustande gekommen sind und unter welchen Abwägungen Entscheide getroffen wurden, kann die kantonale Behörde zur Vertrauensbildung beitragen. Dazu gehört auch, dass die Dilemmas oder nicht zu lösenden Widersprüchlichkeiten offen kommuniziert werden.

## 4.9. Wahrnehmung der Investoren

### 4.9.1. Samih Sawiris

Zwei Drittel der Befragten schreiben Herrn Sawiris durchwegs positive Eigenschaften zu. *„Der Herr Sawiris, ja, der ist natürlich schon sehr populär, und er hat auch eine enorme Ausstrahlung, ein Charisma. Herr Sawiris kann die Leute wirklich für sich einnehmen.“* Bewundert wird, wie Herr Sawiris die Leute packen und begeistern kann für seine Ideen. Sehr geschätzt wird, dass er sich in Andermatt persönlich im Dorf zeigt, mit den Leuten das Gespräch sucht und für alle ein offenes Ohr für persönliche Anliegen hat. Die meisten der Befragten vertrauen ihm und gehen davon aus, dass er redliche Absichten hat und mit dem Resortprojekt für alle das Beste erreichen will. Einige sehen Herrn Sawiris ganz neutral als Geschäftsmann, der genau weiss, was er will, und finden es daher auch in Ordnung, dass er das Resort baut um Geld zu verdienen. Kritisiert an Herrn Sawiris wird, dass er immer sage, es werde keine Verlierer geben. Einige meinen dazu, das stimme einfach nicht und stören sich an dieser Aussage. *„Herr Sawiris hat ja gesagt, es gibt eine win/win-Situation, und das ist nicht korrekt.“* Nur vereinzelte Stimmen sehen Herrn Sawiris negativ und meinen, dass es ihm nur ums Geld gehe, die Andermatt interessierten ihn nicht wirklich. Diese Stimmen stören sich dann auch daran, dass Herr Sawiris in Andermatt so hochgejubelt wird: *„Alle sind so begeistert gewesen, als Herr Sawiris gekommen ist, man hat ihm noch eine riesige Kuhglocke geschenkt, ich weiss nicht warum. Aber man feiert ihn wie einen Helden, wie ein Gott fast. Das hat mich so genervt, weil – der will ja auch nur Geld machen, er sagt das ja auch. Aber die Leute wollen das nicht hören, oder.“*

### 4.9.2. Andermatt Swiss Alps (ASA)

Im Gegensatz dazu wird das für den Bau des Resorts verantwortliche Management vor Ort, die Andermatt Swiss Alps (ASA), kritisch beurteilt und klar von Herrn Sawiris abgegrenzt. Zwar loben die Befragten die gut organisierten Informationsanlässe der ASA, darüber hinaus heben sie den Spatenstich als schönen, gut organisierten Anlass hervor.

Abgesehen davon meint die Mehrheit der Befragten aber, dass sich die Kommunikation der ASA in letzter Zeit<sup>32</sup> spürbar verschlechtert habe. *„Jetzt in letzter Zeit finde ich, sind sie ein bisschen nachlässig geworden, was die Informationspolitik angeht und auch wie sie sich verhalten.“* Man vermutet, dass Informationen zurückgehalten werden und der Verdacht steht im Raum: *„Die ASA muss sich jetzt, wo sie alle Bewilligungen hat, ja keine Mühe mehr geben.“* Die Verantwortlichen der ASA werden immer wieder als arrogant und überheblich erlebt. Zudem erhalte man auf kritische Fragen von den Verantwortlichen keine Antwort oder die Fragen würden einfach nach Gutdünken umgemünzt. Auch warnende Worte, nicht nur an die Adresse der ASA, sind zu hören: *„Da muss wirklich aufgepasst werden, dass man die Bevölkerung nicht verliert. Da muss nicht nur die ASA aufpassen, da muss auch die Regierung aufpassen und der Gemeinderat.“* Die Befragten wünschen sich, dass die Verantwortlichen der ASA einen respektvollen Umgang mit der Bevölkerung pflegen die Bevölkerung und deren Anliegen ernst nimmt.

### Kommentar und Einordnung der Ergebnisse

Was Samih Sawiris anbetrifft, überwiegt trotz vereinzelter kritischer Stimmen ein sehr positives Bild. Insbesondere sein direkter Kontakt zur Bevölkerung und seine offene Kommunikation scheinen viel zum Vertrauen in den Geschäftsmann beizutragen. Je spürbarer nun die – von der Bevölkerung teilweise auch als schwierig empfundenen – Auswirkungen der touristischen Entwicklung sein werden, desto wichtiger wird, dass in der Kommunikation zwischen Herrn Sawiris und der Bevölkerung auch widersprüchliche Erfahrungen ihren Platz haben. Der Investor wird deutlich machen müssen, dass sich seine Interessen und die der Bevölkerung nicht in jedem einzelnen Fall zum Einklang bringen lassen. Auf der anderen Seite muss die Bevölkerung ihre nicht delegierbare Verantwortung übernehmen und im Umgang mit Herrn Sawiris genug Selbstbewusstsein entwickeln, um für ihre eigenen Anliegen und Bedürfnisse einzustehen. So kann sich das aufgebaute Vertrauensverhältnis auch in Zukunft positiv weiter entwickeln.

Anders zeigt sich die Situation bei der Kommunikation zwischen der ASA und der Bevölkerung. Hier geben die Ergebnisse der Befragung deutliche Hinweise, dass diese Kommunikation in der subjektiven

<sup>32</sup> D.h. vor und um die Befragungen im Zeitraum Dez. 2009 – April 2010.



Wahrnehmung der Bevölkerung zurzeit als nicht optimal eingestuft wird. Einerseits geht es um die Art und Weise wie kommuniziert wird, andererseits werden Offenheit und Respekt im Umgang mit der Bevölkerung vermisst. Aufhorchen lassen muss, dass in der Wahrnehmung der Befragten die ASA Fragen und Kritik seitens der Bevölkerung nicht genügend Platz einräumt. Ob dies in der methodischen Anlage der durchgeführten Informationsveranstaltungen liegt, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. Deshalb erachteten wir es als wichtig, die an die Adresse der ASA ausgesandten Signale ernst zu nehmen. Es gilt sich zu vergegenwärtigen, dass die Bewohner/innen einen wichtigen Teil des Tourismussystems an einem Bestimmungsort darstellen und mit ihren Einstellungen nicht nur die Gastfreundschaft wesentlich beeinflussen, sondern auch massgeblich die Angebotsqualität mitprägen (Müller 1995). Ein wesentlicher Baustein einer erfolgreichen Resortentwicklung wird ein vertrauensvolles Verhältnis nicht nur zwischen Herrn Sawiris, sondern auch zwischen der ASA und der Andermatt Bevölkerung bilden. Dieses sollte von gegenseitigem Respekt und einem offenem Umgang mit Konflikten geprägt bleiben.

#### **4.10. Zusammenfassende Bemerkungen zur Wahrnehmung der politischen Behörden und der Resortverantwortlichen**

Fassen wir zusammen, wie die Gemeinde, der Kanton und der Investor (inkl. ASA) wahrgenommen werden, so zeigt sich, dass die drei Akteure in ihrer Rolle unterschiedlich wahrgenommen und bewertet werden. Trotz dieser Unterschiede kristallisiert sich ein Hauptthema heraus: „Von der reinen Informationspolitik hin zum Dialog.“ Das zentrale Anliegen richtet sich an alle drei Akteure und lässt sich unter der Bezeichnung „offene Kommunikationskultur und partnerschaftlicher Dialog“ auf den Punkt bringen. Gemeint ist ein Dialog, bei dem jeder der Beteiligten seine Ansichten und Erfahrungen gleichwertig einbringen kann. Bestehende Hierarchien werden dabei nicht verleugnet und unterschiedlichen Sichtweisen nicht verwischt, sondern offen auf den Tisch gelegt. Ein Dialog, bei dem der Austausch unter den Resortverantwortlichen und der betroffenen Bevölkerung nicht einseitig von einer dieser Gruppen dominiert wird, sondern in einem angstfreien Klima stattfindet. Geeignete Kommunikationsstrategien und -instrumente können die skizzierte Kommunikationskultur unterstützen. Unabdingbare Voraussetzung zum Gelingen ist jedoch die innere Haltung aller Beteiligten. Erforderlich sind die Lernbereitschaft aller, das Aushalten unterschiedlicher Wahrnehmungen, das Akzeptieren von Konflikten und vor allem der gegenseitige Respekt.

Abhängig von der Phase einer touristischen Entwicklung finden Kommunikation und Dialog zwischen Investor, Behörden und der Bevölkerung unter anderen Voraussetzungen statt. Beim Start eines Projektes muss in erster Linie Akzeptanz für das Vorhaben geschaffen werden. In dieser Phase sind die Auswirkungen des Projektes noch wenig spürbar, oft herrscht eine Aufbruchstimmung. Erst im weiteren Verlauf treten zunehmend auch Widersprüche in den Vordergrund. Je länger die Entwicklung dauert und je spürbarer die Auswirkungen werden, desto grösser die Wahrscheinlichkeit, dass Verunsicherungen, Ablehnung und negative Erfahrungen in der betroffenen Bevölkerung zunehmen. In dieser Projektphase ist es wichtig, Kommunikationsgefässe zu schaffen, wo Befürchtungen, Vorbehalte und Kritik vorgebracht werden können und von den Adressaten ohne voreilige Wertungen oder Beschwichtigungen zur Kenntnis genommen werden. Dabei sollte allen Beteiligten klar sein, dass nicht jeder Einwand und jedes Anliegen immer berücksichtigt werden kann, dass Fragen offen bleiben und die Interessenlagen unterschiedlich sind.

Aus unserer Sicht scheint es angebracht, sich auf die neue Phase einzustellen. In nächster Zeit sollte das Ziel verfolgt werden, weiterhin auf allen Ebenen eine partizipative Kommunikationskultur zu verfolgen und einen partnerschaftlichen Dialog zu pflegen. Dabei ist nun das Augenmerk vermehrt dem offenen Umgang mit kritischen Stimmen zu widmen. Hier braucht es die Bereitschaft, Verunsicherungen, Irritationen und schwierige Erfahrungen zur Kenntnis zu nehmen. Um diese Ziele zu erreichen, sollten in nächster Zeit geeignete Gefässe und Methoden geprüft werden, welche die Bevölkerung akzeptiert und als neutral beurteilt.

#### 4.11. Umgang der betroffenen Bevölkerung mit dem Wandel

Eine zentrale Frage der Studie ist, wie die Befragten mit den bereits wahrnehmbaren und mit den zu erwarteten Veränderungen umgehen bzw. umzugehen gedenken. Wie in der Concept-Map (S. 8) dargestellt, gehen wir von zwei möglichen Reaktionsmustern im Umgang mit Wandel aus: Akzeptanz/Innovation und aktiver oder passiver Widerstand. Die Auswertung der Ergebnisse fördert ein drittes Muster zutage, nämlich das vorläufige Abwarten, was die Zukunft bringen wird.

Akzeptanz oder Innovation zeigen sich in der Besinnung auf eigene Stärken und Bewahrung der Authentizität: *„Das Wichtigste wird sein, dass wir uns selber bleiben, dass wir nicht versuchen, etwas zu machen, was gar nicht zu uns passt.“* Dabei will man auf dem Boden bleiben und die neue Situation gemeinsam bewältigen. *„Klar, dieses Resort hat natürlich schon sehr grosse Konsequenzen. Aber man probiert dies zusammen zu meistern.“* Vor allem die Befragten der ältesten Altersgruppe versuchen, sich mit der neuen Situation so gut es geht zu arrangieren und die Entwicklung positiv zu sehen. Einzelne treffen bereits jetzt Vorkehrungen, indem sie eine Weiterbildung besuchen, um ihre beruflichen Kenntnisse auszubauen mit dem Ziel, im Resort eine Anstellung zu finden. Ebenso kennen die Befragten Personen im Bekanntenkreis, welche versuchen, ihre Chancen für eine Anstellung im Resort mit einer Weiterbildung zu erhöhen. *„Es gibt Leute in meinem Umfeld, die haben mit einer Weiterbildung angefangen um sich fit zu machen. Also da gibt es schon Leute, die sich Gedanken machen und sich sagen, hier könnte ich mir ein Standbein aufbauen. Das findet statt, nicht gross zwar, aber es findet statt.“*

Beobachtet wurde von den Befragten, dass vermehrt in Häuser und Liegenschaften investiert wird, in der Hoffnung vom Aufschwung und von den steigenden Liegenschaftspreisen zu profitieren. Noch nie sei soviel umgebaut und renoviert worden im Dorf wie im vergangenen Jahr.

Die abwartende Haltung zeigt sich am häufigsten in der Altersgruppe der 40- bis 61-Jährigen mit der Begründung, es sei schwierig, die Zukunft momentan zu beurteilen. *„Also, ich kann es mir gar nicht wirklich vorstellen, es ist nicht fassbar, obwohl es Bilder vom geplanten Resort gibt. Von da her muss man schauen, wie sich das Ganze entwickelt. Ich schaue jetzt einmal und entscheide dann später, wie ich damit umgehen soll oder werde.“* Andere sehen in dieser abwartenden Haltung durchaus selbstkritisch ein Verdrängen: *„Ich habe bei den einen das Gefühl – und ich gehöre manchmal auch dazu – dass die einfach verdrängen. Weil man nicht genau weiss, also bei mir ist es so, weil ich nicht genau weiss, was da jetzt rauskommt.“* Auch sei die abwartende Haltung mit Passivität gekoppelt. Ein Teil der Bevölkerung sei der Meinung, dass nun alle anstehenden Probleme wie bspw. die Sanierung der Luftseilbahn Andermatt-Gemsstock durch Herrn Sawiris gelöst würden.

Der Widerstand schliesslich zeigt sich zurzeit als passive Form. Gegner und kritische Befürworter/innen hätten sich innerlich zurückgezogen und würden sich nicht mehr öffentlich in die Diskussion rund um die Resortentwicklung einmischen. *„Und da sind natürlich viele, die sich nicht so extrem geoutet haben. Zu denen zähle ich mich auch. Die eigentlich einfach kritisch gewesen sind, aber nicht unbedingt ablehnend, die sich einfach zurückgezogen haben.“* Einige der jungen Befragten ziehen in Betracht aus Andermatt wegzuziehen, falls die durch den Bau des Resorts ausgelösten Veränderungen für sie nicht ertragbar sind. *„Aber so wie es aussieht, werde ich meine Wurzeln abhacken und irgendwie dann halt wegziehen, früher oder später. Ich komme im Moment mit diesem Umbau von dieser Landschaft nicht klar.“*

#### Kommentar und Einordnung der Ergebnisse

Ausser Zweifel steht, dass jeder Tourismus – wie immer er letztlich gestaltet sein mag – die betroffene Region mit ihrer Kultur und ihren Traditionen einschliesslich des gewachsenen Sozialgefüges verändert (Bachleitner 2000). Wie bereits in Kapitel 2.2. dargelegt, hängen die Anpassungsleistungen bzw. der Umgang mit dem Wandel vom Zusammenspiel gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und der Veränderungsbereitschaft der Betroffenen ab. Je nachdem, wie weit die betroffene Gesellschaft rigide und klare oder aber flexible und weniger klar definierte Rahmenbedingungen für das Verhalten vorgibt und wie offen die Personen gegenüber dem Neuen sind, können unterschiedliche Muster im Umgang mit dem Wandel erwartet werden (Silbereisen/Pinquart 2008, S. 15). Silbereisen und Pinquart beziehen sich auf Best (2003) und unterscheiden im Umgang mit Wandel: Eine schnelle Übernahme neuer Verhaltensweisen, eine langsamere Übernahme neuer Verhaltensweisen, ein Festhalten am althergebrachten Verhalten oder eine äussere Anpassung an das Neue, ohne die eigenen alten Überzeugungen

aufzugeben. Die persönliche Veränderungsbereitschaft eines Menschen ist abhängig von der jeweiligen Situation sowie von der Persönlichkeit und der kognitiven Struktur der betroffenen Person (Lazarus/Folkman 1984). Auf die Situation in Andermatt übertragen, gilt es zu überlegen, wie gesellschaftliche Rahmenbedingungen verändert werden können, damit der Umgang mit dem Wandel sowohl den einzelnen Personen als auch der Gemeinschaft als Ganzes gelingt.<sup>33</sup>

Zusammenfassend zeigen sich in Andermatt im Moment alle drei Reaktionsmuster (Akzeptanz, Widerstand und Abwarten). Wichtig ist, diejenigen Personen, welche dem Wandel mit Akzeptanz und Innovation begegnen, aktiv zu unterstützen. Bätzing (2003) geht davon aus, dass es für eine umwelt- und sozialverträgliche Tourismusentwicklung Persönlichkeiten braucht, die auf innovative Weise moderne und traditionelle Werte miteinander verbinden. Die Verbindung von traditionellen und modernen Werten als kulturelle Innovation verläuft jedoch nicht spontan oder von selbst, wie oft gemeint wird, sondern erfordert ein hohes Mass an kultureller Auseinandersetzung und Vermittlungsarbeit. Bei dieser Auseinandersetzung spielen die so genannten kritischen Befürworter eine bedeutende Rolle: Dies, weil es sich bei dieser Gruppe nicht nur um kritische, sondern häufig auch um besonders engagierte Personen handelt, die mitdenken und ihren Mitgestaltungsanspruch mit Lösungsvorschlägen und Ideen geltend machen. Aufhorchen lässt die Tatsache, dass in Andermatt diejenigen Personen, die wir als kritische Befürworter<sup>34</sup> bezeichnen, sich zurzeit offensichtlich nicht mehr abgeholt fühlen und sich auf dem Rückzug befinden. Hier kann die Realisierung der in den Kapiteln 5.6, 5.8.1 und 5.10 empfohlenen Massnahmen helfen, die kritischen Befürworter und Befürworterinnen wieder in den Dialog einzubeziehen.

#### Weitere Empfehlungen für Massnahmen

- Attraktives und vielseitiges Bildungsangebot für die lokale Bevölkerung und das ansässige Gewerbe aufbauen. Das Bildungsangebot inhaltlich nach verschiedensten Themen ausrichten, damit unterschiedliche Zielgruppen angesprochen und im Umgang mit dem Wandel unterstützt werden können.

#### 4.12. Gruppenbefragung Jugendliche

Ziel der ersten Teilstudie war, auch die Beobachtungen, Wahrnehmungen und Meinungen „der“ Jugendlichen in Erfahrung zu bringen. Dazu befragten wir acht Jugendliche (vier junge Männer und vier junge Frauen) der 3. Oberstufe in Form einer Gruppenbefragung.<sup>35</sup> Die Befragung dauerte 1 ½ Stunden und fand in einer für Jugendlichen vertrauten Umgebung, im Jugendraum der Gemeinde Andermatt statt. Die Befragung erfolgte entlang eines Gesprächsleitfadens, abgeleitet aus dem Leitfaden der Einzelinterviews. Anpassungen erfolgten im Hinblick auf die spezielle Ausdrucksweise der Jugendlichen und indem ihr Berufswahlentscheid sowie ihre Zukunftspläne thematisiert wurden. Das Gespräch mit den Jugendlichen verlief sehr engagiert, die Jugendlichen zeigten sich sehr interessiert an den durch das Resort ausgelösten Entwicklungen.

Das auffälligste Ergebnis ist, dass die befragten Jugendlichen die Entwicklung des Resorts im Vergleich mit den Erwachsenen skeptischer beurteilen. Sie bedauern die Verbauung von Land durch das Resortprojekt und befürchten, ihr Naherholungsgebiet zu verlieren. Weiter bedauern sie die anstehenden Veränderungen des Dorfbildes von Andermatt, dessen dörflichen Charakter sie schätzen. In ihren Augen sollte sich das nicht verändern. *„Jetzt ist alles so schön herzig und nachher kommen so Betonklötze, das passt voll nicht dazu.“* *“Ich finde es schade, dass von dem (gemeint ist Herr Sawiris, Anm. d.V.) im Dorf drin gebaut wird.“*

Doch auch die Jugendlichen haben Erwartungen, die sich vor allem auf ihre beruflichen Perspektiven beziehen. Sie erhoffen sich insbesondere, dass durch den Resortbau mehr berufliche Möglichkeiten für Berufslehren in Andermatt entstehen. Unter diesen Umständen können sie sich vorstellen, eher in Andermatt zu bleiben. *„Ich meine, vielleicht bleiben wir jetzt auch hier, wenn so Neues kommt und so.“*

<sup>33</sup> Die Begleitstudie versucht, mit ihrer reflexiven Anlage, diesen Prozess günstig zu beeinflussen.

<sup>34</sup> Personen, die das Resort nicht grundsätzlich ablehnen, aber auch kritische Aspekte zur Sprache bringen möchten.

<sup>35</sup> Zur Methode der Gruppenbefragung in Abgrenzung zur Gruppendiskussion siehe auch: Loos, Peter / Schäffer Burkhard (2001). Das Gruppendiskussionsverfahren. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendung. Opladen: Leske + Budrich.

Gleichzeitig fragen Sie sich, ob für sie – in Anbetracht der aktuellen Entwicklung der Mietpreise – das Leben in Andermatt überhaupt noch bezahlbar ist, wenn sie erwachsen sind.

Thema sind auch die aktuellen Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche. Hierzu stellen sie fest, dass in Andermatt im Sommer ausser dem Wandern – was sie als langweilig bezeichnen – wenig los sei für ihre Altersgruppe. Sie erinnern sich, dass es früher noch Jugendvereine wie Jubla (Jungwacht – Blauring) in Andermatt gab, heute existiere nichts Vergleichbares mehr. Was das Vereinsleben anbelangt, so gäbe es für sie zwar die Möglichkeit, im Musikverein mitzuspielen, dies sei aber nicht sehr beliebt, weil die Auswahl der Musikstücke nicht dem Geschmack der Jugendlichen entspreche. Ausserdem sei es zum Teil sehr schwierig, Trainer für Sportmannschaften zu gewinnen (erwähnt wird konkret die Situation im Judoclub). Die aktuelle Situation der Jugendlichen bzw. ihre innere Zerrissenheit unterstreicht folgendes Zitat: „*Ich finde, was willst Du noch in Andermatt machen, wenn das alles (gemeint ist das Resort, Anm. d. V.) hier ist?*“ „*Was willst Du jetzt machen?*“

Vom Resort erhoffen sich die Jugendlichen daher mehr Perspektiven für ihre Freizeitgestaltung dank der Erhöhung des Freizeitangebotes in Andermatt selber und einer besseren Anbindung von Andermatt an den öffentlichen Verkehr, welche ihnen ermögliche, Angebote ausserhalb des Urserentals besser zu nutzen.

Im Gruppengespräch kommt deutlich zum Ausdruck, dass die Jugendlichen um ihre Meinung angefragt werden und mitreden möchten, wenn es um die Zukunft von Andermatt geht. In diesem Zusammenhang kritisieren sie ihren mangelnden Einbezug und den Verlauf des Entscheidungsprozesses: „*Ich finde es auch ein bisschen schade, dass wir ja eigentlich ignoriert werden. Das sind ja vor allem ältere Leute, die das bestimmen, das Ganze (gemeint ist die Resortentwicklung, Anm. d.V.). Und dabei geht es ja eigentlich um unsere Zukunft.*“

### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Die Jugendlichen bewegen sich – so wie die Erwachsenen auch – in einem Spannungsfeld, was ihre Einstellung zum Resort betrifft: Sie erhoffen sich Vorteile für ihren Alltag, sind sich aber auch der Nachteile, welche das Resort für Andermatt bringen kann, bewusst.

Vor allem die anstehenden Veränderungen im Naturraum und Veränderungen im Dorfbild beurteilen die befragten Jugendlichen aber klar kritischer als die Erwachsenen. Im Vergleich zu diesen tendieren sie stärker zu einer bewahrenden Haltung. Dieses auf den ersten Blick erstaunliche Ergebnis lässt sich auch andersorts beobachten, wie beispielsweise bei Lugner und Herdin, die in einer touristischen Gemeinde<sup>36</sup> in Österreich ebenfalls Jugendliche befragten (Lugner/Herdin 2001). Hier ist ein Drittel der befragten Jugendlichen der Auffassung, dass der Tourismus das Dorf- und Familienleben negativ beeinträchtigen würde. Sie erkennen zwar die Bedeutung des Tourismus für den zunehmenden Wohlstand, andererseits schätzen sie die im Tourismus angesiedelten Jobs wegen der schlechten Arbeitsbedingungen nicht.

Die Sozialwissenschaftlerin Vera King (2010), die sich in ihren aktuellen Studien mit der Temposteigerung in der heutigen Gesellschaft und ihren Auswirkungen auf die Lebenswelt der Heranwachsenden beschäftigt, stellt ähnliche Tendenzen fest: Die Tatsache, bereits in jungen Jahren und innerhalb kurzfristiger Zeitspannen mit tiefgreifenden Veränderungen konfrontiert zu sein, würde dazu führen, dass die Jugendlichen – anders als früher – sich an das Bestehende klammern würden.

Die skeptischen Stimmen der von uns befragten Jugendlichen verweisen auf die hohe Bedeutung, welche die nachwachsende Generation in Andermatt einer intakten und nicht verschandelten Umwelt beimisst.

Klar und deutlich ist das Anliegen der befragten Jugendliche: Sie wollen zukünftig vermehrt in die Resortentwicklung und die Entscheidungsprozesse einbezogen werden und mitreden können. Der Handlungsbedarf in dieser Hinsicht ist eindeutig ausgewiesen, es geht nur noch um die Frage, welche geeigneten Formen und Foren zu schaffen sind.

<sup>36</sup> In der von Lugner und Herdin untersuchten österreichischen touristischen Gemeinde wird das Dorf- und Familienleben durch die Tradition der Vermietung von privaten Gästezimmern an Touristen besonders betroffen. Die Resultate lassen sich nicht direkt auf Andermatt übertragen, zeigen aber, dass Jugendliche eine sensible Wahrnehmung für die Qualität des Zusammenlebens haben.

### Empfehlungen für Massnahmen

- Jugendliche vermehrt in die Resort- und zukünftige Entwicklung von Andermatt einbeziehen (Beteiligung in Lokaler Begleitgruppe)
- Auseinandersetzung mit Resortentwicklung in Schulen und in andern Foren in Zusammenarbeit mit der kantonalen Jugendarbeit
- Freizeitbedürfnisse der Jugendlichen erheben, die Jugendlichen dabei aktiv einbeziehen
- Lehrstellenangebot gezielt fördern.

#### 4.13. Gruppenbefragung Gewerbe

Ebenfalls in Form einer Gruppenbefragung befragten wir fünf Vertreter/innen der ansässigen Gewerbebetriebe. Vertreten sind die Gastro- und Hotelbranche, der Detailhandel und die Handwerksbetriebe.<sup>37</sup> In seiner Struktur unterscheidet sich der Leitfaden nicht vom Leitfaden der Einzelinterviews. Gefragt wurde u.a. nach bereits feststellbaren Veränderungen im Betrieb, welche mit dem Resortbau in Verbindung gebracht werden können; welche Erwartungen sie für die Entwicklung ihres Betriebes bzw. ihrer Branche haben, welche Hoffnungen und Befürchtungen im Zusammenhang mit dem Bau des Resorts für den Betrieb bzw. die Branche bestehen; wie die Zusammenarbeit der Betriebe lokal und regional funktioniert und wo ein Potential für einen Ausbau der Zusammenarbeit gesehen wird. Auch die Wahrnehmung der politisch Verantwortlichen war ein Thema. Das Gespräch mit den Vertreter/innen des Gewerbes war engagiert; die Fragen wurden gemeinsam erörtert, auch war die Diskussion von selbstkritischer Reflexion geprägt.

Im Baugewerbe beobachten die Befragten eine Zunahme an Aufträgen, hervorgerufen durch die Intensivierung der Bautätigkeit. Dies führt auch zur Schaffung neuer oder zusätzlicher Lehrstellen im Baugewerbe.

Die Gesprächsteilnehmenden befürchten, dass mit dem Resort der Boden im Dorf Andermatt zu teuer für Gewerbebetriebe werden könnte. Eine weitere Befürchtung bezieht sich auf die Verdrängung des Gewerbes aus dem Dorf, weil Maschinenlärm im Dorfzentrum in Zukunft unerwünscht sein könnte. Eine solche Entwicklung sei schwierig, weil zurzeit keine Gewerbezone ausserhalb des Dorfes zur Verfügung stehe. Und eine solche auszuschneiden sei aufgrund der räumlichen Gegebenheiten und der Naturgefahren nicht einfach.

Aufgefallen ist weiter, dass mit Bekanntwerden des Resortprojektes bei den Gästen eine neue Erwartungshaltung vorhanden sei: Die Gäste gehen davon aus, dass nun Neues in Andermatt vorhanden sei, was aber nicht der Fall sei. In diesem Zusammenhang kommen die Befragten immer wieder auf die schwierige finanzielle Situation der Sportbahnen zu sprechen und stellen selbstkritisch fest, dass sie in den vergangenen Jahren stehengeblieben seien und tendenziell zu wenig erneuert hätten: *„Wir schlafen wirklich. Wir schlafen nicht erst seit einem Jahr, wir schlafen seit dreissig, ja vierzig Jahren.“*

Ein grosses Thema in der Diskussion war die Tatsache, dass es immer wieder Projektideen in Andermatt gegeben habe, diese aber an fehlenden Investoren gescheitert seien. Die Gründe, dass in Andermatt in den vergangenen Jahren wenig Innovatives entstanden sei, seien neben den fehlenden finanziellen Mitteln auch in der mangelnden Zusammenarbeit des Gewerbes untereinander zu suchen. Als Beispiel erwähnen die Befragten die Curlingbahn (Eisfeld), welche bis vor 10 Jahren jeweils gemeinsam instand gestellt wurde. *„Statt ein Miteinander ist es mehr ein Gegeneinander. Es fehlt der wirkliche Zusammenhalt.“* *„Das grösste Problem für uns ist, dass wir nicht gemeinsam eine Richtung verfolgen.“* Besonders ausgeprägt sei dieses „Einzelkämpfertum“ in der Hotel- und Gastrobranche.

Doch gibt es auch andere, positive Erfahrungen, wie der Spatenstich des Resorts mit dem gemeinsamen Catering, welches auf Initiative der ASA zustande gekommen sei. *„Wir müssen einfach nur wieder lernen zusammenzuarbeiten. Denn es hat immer wieder Einzelkämpfer gegeben, die versucht haben, etwas auf die Beine zu stellen.“*

Es mangelt in der Diskussion nicht an Ideen, was es bräuchte, um den Wandel zu bewältigen. Allen ist bewusst, dass man sich auf die neue Situation – einerseits die neue Konkurrenz durch das Resort, andererseits aber auch auf die neuen Gäste – vorbereiten muss, was die Gewerbetreibenden als grosse Herausforderung betrachten. Insbesondere, weil man die alten Stammgäste behalten und sich nicht

<sup>37</sup> Ursprünglich hatten sich sieben Personen für das Gespräch angemeldet, zwei mussten ihre Teilnahme aber kurzfristig absagen.

einfach nur auf ein neues Gästesegment ausrichten möchte. *„Also ich denke, das ist sehr wichtig dass, „Altandermatt“ Altandermatt bleiben kann. Ich finde, das muss auch so bleiben.“* Während des Gesprächs wurde den meisten bewusst, wie wichtig es ist, zusammen in Kontakt zu bleiben: *„Ich finde, es wäre wichtig, dass wir weiterhin zusammen in Kontakt bleiben, dass wir wenigstens untereinander wissen, was wir wollen oder Ideen miteinander austauschen. Dies als Vorbereitung auf die Konkurrenz, die auf uns zukommen wird. Ich habe effektiv viel zu wenig Kontakt gehabt bis jetzt. Nicht privat, aber auf Geschäftsebene.“*

Die Befragten kommen in diesem Zusammenhang auf eine externe Beratung und Hilfe zu sprechen, die durchaus sinnvoll sein könnte. *„Wir sollten jemanden haben, der uns vielleicht ein bisschen helfen könnte auf dem Weg. Der uns hilft Fragen zu beantworten wie: Was machen wir hier? Wo stehen wir? Was müssen wir machen?“*

Schliesslich äussern die Gewerbetreibenden die Meinung, dass Strukturen im Tourismus-, Hotel- und Gastrobereich sowie beim Gewerbe vereinfacht werden sollten: Die zu vielen Gremien würden hier zu einer Verzettlung der Kräfte führen. Mit vereinfachten Strukturen liessen sich Einflussmöglichkeiten verstärken und die Professionalität erhöhen, was den Umgang mit den anstehenden Veränderungen wiederum vereinfachen würde.

#### **Kommentar und Einordnung der Ergebnisse**

Wie die befragten Bewohner, so hoffen auch die Gewerbetreibenden vom Aufschwung zu profitieren, den das Resort auslösen wird. Gleichzeitig ist man sich der Bedeutung der sich neu einstellenden Konkurrenz für die ansässigen Betriebe – insbesondere in der Hotel- und Gastrobranche – bewusst. Die damit in naher Zukunft verbundenen Herausforderungen sind allen präsent. Auch bei den befragten Gewerbetreibenden möchte man „Altandermatt“ so bewahren, wie es ist.

Der Wunsch nach professioneller Unterstützung bei der (Neu-)Positionierung von Gewerbebetrieben war auch an der Ergebniskonferenz zu hören, wenn er auch nicht von allen der dort Anwesenden gewünscht oder für nötig befunden wird. Einige Gewerbetreibende fühlen sich stark genug, um die anstehenden Entwicklungsprozesse ohne externe Unterstützung zu bestreiten und erachten dies auch als eine integrale Aufgabe des Unternehmertums.

#### **Empfehlungen für Massnahmen**

- Massnahmen aus Kapitel 5.6 an die Bedürfnisse der Gewerbetreibenden anpassen. In diesem Zusammenhang gemeinsam die bestehenden Strukturen erneuern. Dies könnte zu Synergien mit dem Anstossen eines begleitenden Prozesses führen (siehe letzter Punkt der Massnahmen).
- Für bestehende Betriebe ein individuelles Coaching anbieten, welches auf die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Betriebe zugeschnitten ist. Die Betriebe beteiligen sich finanziell am Coaching, erhalten aber auch kantonale Beiträge (bspw. via Wirtschaftsförderung). Den Betrieben sogenannte Beratungsschecks zur Verfügung stellen, so dass die Betriebe selbst entscheiden können, welche Art von Unterstützung sie wünschen bzw. benötigen und durch wen diese geleistet werden soll.
- Einen begleitenden Prozess initiieren, um neue Initiativen bzw. die Neugründung von Betrieben (inkl. Dienstleistungen im Tourismusbereich) zu fördern. Diese Massnahme basiert auf einer Zusammenarbeit mit dem Projekt "Standortpotentiale Urserntal" der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW. Ziel des Projektes ist, dass die lokale Bevölkerung durch eigenes Unternehmertum vom Tourismusresort profitieren kann. So soll zusammen mit der Bevölkerung ausserhalb des Resorts ein attraktives Zusatzangebot an Gütern und Dienstleistungen entwickelt und angeboten werden.

## **5. Schlussbetrachtungen und Empfehlungen für Massnahmen in Form von Projekten**

Vergegenwärtigen wir uns nun die wichtigsten Ergebnisse der Befragungen der vorliegenden ersten Teilstudie sowie die daraus abgeleiteten Folgerungen, so lassen sie sich wie folgt auf den Punkt bringen: Von der Euphorie zur Realität, oder nach Thiem (2001): Die Phase der Bewunderung wird nun abgelöst durch die Phase der kritischen Distanz. Wichtig für die Verantwortlichen wird sein, sich auf die sich verändernden Einstellungen und Bewertungen der Bevölkerung einzustellen. Dies bedeutet,

dass die bisherige eher informative ausgerichtet Kommunikationsstrategie sich in Richtung einer aktiven Auseinandersetzung und eines partizipativen Dialogs entwickeln sollte.

Es muss Raum und Orte geben, wo auch negative Entwicklungen und Probleme besprochen werden können. Für die weitere Entwicklung des Resorts wäre es kontraproduktiv, wenn die kritischen Stimmen – zum Beispiel aus Angst vor einem Imageverlust – nicht artikuliert werden können. Im Gegenteil: Wir sind überzeugt, dass gerade ein offensiver Umgang mit schwierigen Herausforderungen zum Ruf einer vorbildhaften Resortentwicklung beitragen kann. Andermatt könnte sich damit profilieren und auch in dieser Hinsicht ein Vorzeigebispiel werden.

In die bisherige Entwicklung wurde die Bevölkerung – mit Ausnahme der Jugendlichen – gut eingebunden, auch wenn einige Punkte kritisiert werden (offene Abstimmungen etc.). Diese Sorgfalt muss nun weiterhin gewährleistet werden. Dazu gehört, sich zu überlegen, inwiefern sich bestehenden Formen weiterhin bewähren oder ob und wie sie in den kommenden Phasen angepasst werden sollten. Es geht darum, immer wieder auf sich bietende Chancen zu verweisen und der Bevölkerung aufzeigen, wo sie sich aktiv eingeben kann, wo Handlungsspielraum zur Verfügung steht. Dort, wo Unterstützung benötigt wird, müssen entsprechende Angebote bereitgestellt werden. Dabei gilt es insbesondere auch für die Jugendlichen und die jüngere Generation die geeigneten Gefässe und Methoden anzubieten, um sie stärker in die Entwicklung einzubinden.

In dieser Begleitstudie geht es um die soziokulturellen Einwirkungen, diese stehen erst am Anfang. Mit der Anlage als Langzeitstudie besteht die grosse und bisher einmalige Chance, in regelmässigen Abständen zum Zeitpunkt unterschiedlicher Realisierungsphasen des Resorts eine Standortbestimmung vornehmen zu können und laufend dort einzugreifen, wo Handlungsbedarf entsteht. Diese Chance ist vielen Andermatteredinnen und Andermattern im Rahmen der ersten Teilstudie und der Diskussion der ersten Ergebnisse bewusst geworden. Dabei hat sich herausgestellt, dass nicht zuletzt die Anonymität und Unabhängigkeit<sup>38</sup> der Studienverantwortlichen Vertrauen in die Studie schafft. Es wird nun darum gehen, dass auch die Andermattered und Andermatteredinnen selber ihre Chance ergreifen und die Studie nutzen, um ihre Anliegen und Interessen bei der weiteren Entwicklung des Resorts einzubringen und wirksam zu vertreten. Konkret bedeutet es für die Bevölkerung, sich nun aktiver einzuschalten und sich in diesem Prozess nicht mehr nur als Betroffene, sondern vermehrt als Mitgestaltende zu verstehen.

Die empfohlenen Massnahmen könnten diese Zielsetzungen unterstützen. Bei deren Umsetzung muss die Bevölkerung eine aktive Rolle einnehmen. Mit der lokalen Begleitgruppe wurde ein erstes Gefäss geschaffen, welches die aktive Mitarbeit bei der Implementierung unterstützt.

Schliesslich geht es darum, das Vertrauen der Bevölkerung in der weiteren Resortentwicklung nicht zu verlieren. Die Bevölkerung legt grossen Wert darauf, dass ihre Anliegen von den Verantwortlichen ernst genommen werden. Die Tatsache, dass nun mit einer unabhängigen Begleitstudie die Anliegen und Befindlichkeiten der Bevölkerung eine Stimme erhalten, scheint viel zu einem Vertrauensaufbau beizutragen.<sup>39</sup> Nun geht es darum, dass die Verantwortlichen die Ergebnisse der Begleitstudie entsprechend zur Kenntnis nehmen und die Umsetzung der empfohlenen Massnahmen aktiv unterstützen.

Im Sinne einer Prioritätensetzung greifen wir im Folgenden diejenigen Massnahmen auf, die unserer Meinung nach in Form von Projekten angepackt werden sollten. Wir haben versucht, die Ziele des jeweiligen Projektes kurz darzustellen. Ausserdem bezeichnen wir die Verantwortlichen, nennen die weiteren Beteiligten und skizzieren das mögliche Vorgehen bei der Umsetzung. Ergänzt haben wir eine grobe Schätzung der Kosten und Angaben zur Finanzierung. Wir schlagen vor, von der Projektsteuergruppe gutgeheissene und finanziell gesicherte Massnahmen an einer Veranstaltung der Bevölkerung vorzustellen und so die Andermatteredinnen und Andermattered für die Mitarbeit bei der Umsetzung zu gewinnen. Bei einzelnen Projekten empfehlen wir eine externe professionelle Begleitung.

---

<sup>38</sup> Gemeint ist hier die Unabhängigkeit vom Investor.

<sup>39</sup> Allein die Tatsache, dass eine solche Studie durchgeführt werde sowie deren Unabhängigkeit und die Anonymisierung der befragten Personen wurden an der Ergebniskonferenz vom 28. Mai 2010, an Sitzungen mit der lokalen Begleitgruppe und zahlreichen informellen Gesprächen des Forschungsteams, immer wieder als Garant bezeichnet, dass man es mit der Begleitung und Unterstützung der Bevölkerung ernst meine.

Sofortmassnahme a): Partizipative Kommunikation und partnerschaftlichen Dialog weiter entwickeln

<b>Ziele</b>	Zwischen den Verantwortlichen und der Bevölkerung wird ein partnerschaftlich geprägter Dialog weiter entwickelt, der die neue Phase der touristischen Entwicklung berücksichtigt. Mit „kritischen Stimmen“ wird offen umgegangen. Die Bevölkerung hat weiterhin Gelegenheit, ihre Interessen, Anliegen und insbesondere auch schwierige Erfahrungen einzubringen.
<b>Verantwortlich</b>	Gemeinde Andermatt; ASA
<b>Vorgehen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisnahme der Studienergebnisse, Diskussion der Ergebnisse mit den Studienverantwortlichen, Überprüfen allfälliger Massnahmen</li> <li>• Design von (Informations-)Veranstaltungen überprüfen, die sich mit der Resortentwicklung auseinandersetzen</li> <li>• Offensive Kommunikation der Verantwortlichen</li> <li>• Anonymer Briefkasten einrichten</li> <li>• Begleitetes „Sounding Board“ mit Vertretungen der Bevölkerung, die regelmässig und auf Wunsch anonymisiert über erfolgte Informationsveranstaltungen Bericht erstatten und Verbesserungsvorschläge erarbeiten</li> </ul>
<b>Beteiligte</b>	Lokale Begleitgruppe; ASA; Vertretungen kantonale Behörde; weitere Interessierte aus der Bevölkerung
<b>Zeitplan</b>	ab sofort
<b>Kosten und Finanzierung</b>	Integriert in Kommunikationsbudget des jeweiligen Akteurs (Gemeinde, ASA) Allfällige professionelle Beratung für Design und Moderation der Informationsveranstaltungen (ca. CHF 8000/pro Veranstaltung) Begleitung des Sounding Boards: CHF 5000
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkere Einbindung in die Resortentwicklung</li> <li>• Förderung des Dialogs untereinander und mit den Verantwortlichen</li> </ul>

Sofortmassnahme b): Einbezug der Kinder und Jugendlichen fördern

<b>Ziele</b>	Kinder und Jugendliche werden verstärkt in die Resortentwicklung einbezogen und erhalten Gelegenheit, ihre Anliegen und Interessen einzubringen.
<b>Verantwortlich</b>	Gemeinde Andermatt (Sabine Zopp) / Kanton Uri
<b>Vorgehen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lancierung eines Mitwirkungsprojektes: In Zusammenarbeit mit Jugendlichen aus Andermatt, der kantonalen Verwaltung und der Gemeinde Andermatt wird geprüft, wie und wo die Jugendlichen vermehrt in die Resortentwicklung einbezogen werden können (bspw. durch Vertretung in der lokalen Begleitgruppe, Thematisierung in Schulen, politischen Veranstaltungen, Veranstaltungen seitens des Investors etc.).</li> <li>• Einbezug der Anliegen der Jugendlichen in die Entwicklung des zukünftigen Freizeitangebots</li> <li>• Im Rahmen der zweiten Teilstudie Sicht der Kinder mit geeigneten Methoden einbeziehen</li> </ul>
<b>Beteiligte</b>	Kanton Uri und Infoklick Mitglieder der lokalen Begleitgruppe Interessierte Jugendliche Jugendtreff Andermatt (Remo Jauch)
<b>Zeitplan</b>	November 2010 bis September 2011
<b>Finanzierung</b>	Kanton Uri im Rahmen der Leistungsvereinbarung, die er mit Infoklick Zentralschweiz getroffen hat, damit in Urner Gemeinden die Jugendmitwirkung gefördert wird. Auf Gesuch hin unterstützt der Kanton Uri die Gemeinden finanziell. → Gemeinde Andermatt reicht beim Kanton ein entsprechendes



	Gesuch ein.
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung</b>	Kinder und Jugendliche erhalten eine Stimme.

## Sofortmassnahme c): Coaching lokales Gewerbe

<b>Ziele</b>	Entwicklung eines attraktiven Zusatzangebotes an Gütern und Dienstleistungen durch lokales Gewerbe
<b>Verantwortlich</b>	Gemeinde Andermatt
<b>Vorgehen</b>	Interessierte Gewerbetreibende werden unterstützt, um ihre Strukturen an die neuen Bedingungen anzupassen und vorhandene Synergien zu nutzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Für bestehende Betriebe ein individuelles Coaching anbieten, welches auf die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Betriebe zugeschnitten ist. Den Betrieben sogenannte Beratungsschecks zur Verfügung stellen, so dass die Betriebe selbst entscheiden können, welche Art von Unterstützung sie wünschen bzw. benötigen und durch wen diese geleistet werden soll.</li> <li>• Initiierung eines begleitenden Prozesses, um neue Initiativen bzw. die Neugründung von Unternehmen (inkl. Dienstleistungen im Tourismusbereich) zu fördern.</li> </ul>
<b>Beteiligte</b>	Das Projekt wird von der Hochschule Luzern – Wirtschaft geleitet. Zusammenarbeit mit dem Projekt "Standortpotentiale Urserntal" der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW.
<b>Zeitplan</b>	November 2010 bis November 2011
<b>Finanzierung Kosten</b>	Mittel aus der Kantonalen Wirtschaftsförderung Beteiligung der Betriebe, die das Coaching in Anspruch nehmen Kosten: CHF 65'000.-
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung/ lokalen Gewerbetreibenden</b>	Die Zusammenarbeit unter den Gewerbetreibenden wird verstärkt; damit entstehen Synergien, lokale Ressourcen und die Innovationskraft werden gestärkt. Das ansässige Gewerbe wird für die Zukunft gestärkt und kann von den (wirtschaftlichen) Impulsen des Tourismusresorts profitieren. Das Angebot für die lokale Bevölkerung wird verbessert.

## Sofortmassnahme d): Professionelle Begleitung der lokalen Begleitgruppe in ihrer Funktion als Verbindungsglied zur Andermatt Bevölkerung und als Unterstützung der Behörden in der Umsetzung von Massnahmen

<b>Ziele</b>	Unterstützung und Förderung lokaler Ressourcen Stärkung der informellen Partizipation und der weiteren Mitwirkung der Bevölkerung in der nächsten Phase der Resortentwicklung.
<b>Verantwortlich</b>	Hochschule Luzern – Soziale Arbeit
<b>Vorgehen</b>	Die bestehende lokale Begleitgruppe nimmt weiterhin ihre Rolle als Vertretung der Andermatt Bevölkerung wahr. Sie unterstützt die Umsetzung der Massnahmen und gewinnt weitere Interessierte aus der Bevölkerung, die sich dabei beteiligen. Umsetzung: Ca. viermal jährlich ein Treffen unter professioneller Begleitung Dazwischen Arbeit in Untergruppen, falls erwünscht mit externem Coaching
<b>Beteiligte</b>	Mitglieder der lokalen Begleitgruppe, weitere Interessierte aus Andermatt
<b>Zeitplan</b>	Ab Oktober 2010 bis Start zweite Teilstudie ca. November 2011

<b>Kosten und Finanzierung</b>	Zwischen CHF 5000 (professioneller Support der lokalen Begleitgruppe) bis CHF 8000 (zusätzliches Coaching von Untergruppen) Finanzierung: Gemeinde Andermatt
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung</b>	Die Bevölkerung behält ein direktes Bindeglied zu Behörden und Studienleitung und kann ihre Anliegen und Interessen gezielter einbringen.

Sofortmassnahme e): Wohnbauförderung zur Erhaltung von bezahlbarem Wohnraum für die einheimische Bevölkerung. Sicherung von Gewerbeflächen für einheimische Gewerbebetriebe in Andermatt bzw. im Urserental.

<b>Ziele</b>	Erhaltung von bezahlbarem Wohnraum für die einheimische Bevölkerung. Sicherung der Gewerbeflächen für das lokale Gewerbe in Andermatt
<b>Verantwortlich</b>	Kanton Uri, Gemeinde Andermatt
<b>Vorgehen</b>	Bericht des Regierungsrates Uri zur Motion Camenzind: „Förderung des gemeinnützigen Wohnungsbaus im Kanton Uri“ mit dem Gemeinderat, bzw. der Bevölkerung in Andermatt diskutieren. Massnahmenplan „Gemeinnütziger Wohnungsbau“ erarbeiten. Zonenplan und Baureglement Andermatt im Hinblick auf die Sicherung von Wohnraum und Gewerbebezonen überprüfen. Allenfalls Bau- und Zonenreglement revidieren, um bezahlbaren Wohnraum für die Bevölkerung und Gewerbebezonen für die einheimischen Gewerbebetriebe langfristig zu sichern. Evtl. Studie, die Best Practices und Möglichkeiten für die Gemeinden im Urserntal aufzeigt.
<b>Beteiligte</b>	Kanton Uri, Gemeinde Andermatt, Bevölkerung
<b>Zeitplan</b>	Ab sofort
<b>Kosten und Finanzierung</b>	Je nach Massnahme müssen die Kosten noch abgeschätzt werden.
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung</b>	Sicherung von bezahlbaren Wohnungen für die einheimische Bevölkerung, insbesondere Familien. Sicherstellung eines definierten Anteils von ganzjährig bewohntem Wohnraum in Andermatt. Sicherung der Standorte und des Branchenmix für lokale Gewerbebetriebe.

Mittelfristige Massnahme a): Erhaltung bzw. Weiterentwicklung des Dorfbildes

<b>Ziele</b>	Erhaltung bzw. qualitätsvolle Entwicklung des Dorfbildes. <sup>40</sup>
<b>Verantwortlich</b>	Gemeinde Andermatt, Kanton Uri
<b>Vorgehen</b>	Einbezug der lokalen Bevölkerung bei zukünftig grösseren Eingriffen in das Dorfbild, evtl. verbunden mit architektonischen Führungen etc. Erarbeitung eines Konzeptes für architektonische Anforderungen an Projekte im Dorfkern
<b>Beteiligte</b>	Gemeinde Andermatt, kantonale Verwaltung (Denkmalpflege und Ortsbildschutz), Fachpersonen, interessierte Personen aus Andermatt
<b>Zeitplan</b>	In Abstimmung mit dem baulichen Zeitplan und bei Bedarf.
<b>Finanzierung und Kosten</b>	Gemeinde Andermatt, evtl. Eigentümer Kosten für allfällige Moderationen oder Veranstaltungen: ca. CHF 10'000
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung</b>	Erhaltung des Dorfbildes, fördert und festigt die Identität der Andermatter Bevölkerung. Qualitätsvolle Weiterentwicklung im Dorfkern

<sup>40</sup> Das Ortsbild von Andermatt ist gemäss dem Bundesinventar der schützenswerten Ortsbilder der Schweiz ISOS, als Ortsbild von nationaler Bedeutung eingestuft

Mittelfristige Massnahme a): Entwicklung eines massgeschneiderten Integrationskonzepts für Andermatt

<b>Ziele</b>	Bevölkerung und betroffene Fachpersonen (z.B. Lehrpersonen) sind auf die zukünftigen Anforderungen im Hinblick die Integration vorbereitet (Umgang mit kulturellen Unterschieden, Integrationsbedarf in Schulen etc.)
<b>Verantwortlich</b>	Gemeinde Andermatt
<b>Vorgehen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Eruieren des zukünftigen Integrationsbedarfs (welche Gruppen müssen wie integriert werden, welche Institutionen werden wie betroffen sein, wie können interkulturelle Begegnungen gefördert werden usw.</li> <li>•Entwicklung eines Integrationskonzepts, welches sich spezifisch an der Resortentwicklung und den damit verbundenen Veränderungen ausrichtet</li> <li>•Entwicklung und Umsetzung von Projektideen in verschiedenen Bereichen</li> </ul>
<b>Beteiligte</b>	Integrationsdelegierte Kanton Uri; Fachpersonen, Interessierte Personen aus Andermatt
<b>Zeitplan</b>	Ab 2012
<b>Finanzierung und Kosten</b>	Kanton Uri, Bundesamt für Migration, je nach Anlage: Forschungsförderung der Hochschule Luzern CHF 50'000
<b>Gewinn für die lokale Bevölkerung</b>	Durch die frühzeitige Auseinandersetzung mit den zu erwartenden Veränderungen sind Bevölkerung und Verantwortliche besser vorbereitet. Späteren Spannungen kann präventiv begegnet werden. Ein konstruktiver Umgang mit Interkulturalität wird gefördert, die sich bietende Chance der grösseren kulturellen Vielfalt lässt sich besser wahrnehmen.

## 6. Ergebnisse der regionalökonomischen Erhebung

Die Erhebungen im Rahmen der ersten Teilstudie bilden die Referenz für den Vergleich und die Analyse der Entwicklungen über die Zeit bzw. über die verschiedenen Bau- und Betriebsphasen des Tourismusresorts Andermatt.

Da der Fokus der ökonomischen Analysen nicht auf der Beschreibung des Ist-Zustandes, sondern auf Beschreibung und Analyse von zeitlichen Veränderungsprozessen liegt, werden die relevanten Ergebnisse erst nach der zweiten (oder allenfalls dritten) Erhebung vorliegen. Aus diesem Grund werden im Folgenden nur einige ausgewählte Ergebnisse der ersten Erhebung im Rahmen des quantitativen Strangs präsentiert.

### 6.1. Sektoranteile

Auf die Wiedergabe der absoluten Zahlen zu Beschäftigten, Vollzeitäquivalenten und Betriebsstätten wird an dieser Stelle verzichtet. Tabelle 6-1 zeigt vielmehr die aus den drei erhobenen Kennzahlen ermittelten sektoralen Anteile, d.h. die relative Bedeutung der drei Sektoren Landwirtschaft, Industrie und Dienstleistungen. Für den Kanton Uri sind die Daten auch auf Gemeindeebene ausgewiesen; für die Regionen Surselva, Goms und die Region Tre Valli/Bellinzona auf Bezirksebene.<sup>41</sup>

Die Analyse zeigt, dass sich die allgemeinen Trends in der sektoralen Entwicklung, d.h. abnehmende Bedeutung der Landwirtschaft, mehr oder weniger konstante Bedeutung der Industrie und zunehmende Bedeutung des Dienstleistungssektors, auch im Gotthardraum zeigen, zumindest auf Bezirks- bzw. Kantonsebene. Eine Ausnahme bildet die Surselva: Hier hat der Dienstleistungssektor gemessen an den Beschäftigten bzw. Vollzeitäquivalente zwischen 2005 und 2008 etwas an Bedeutung verloren. Auf Gemeindeebene zeigen sich teilweise ähnliche Entwicklungen. Für kleinräumliche Analysen auf Gemeinde- und Bezirksebenen sind solche Entwicklungen aber nicht erstaunlich, da Einzelereignisse die Ergebnisse stark beeinflussen können.

Da es sich bei der Gotthardregion um eher ländliche Gebiete handelt, ist die Bedeutung der Landwirtschaft und des Industriesektors im Vergleich zum schweizerischen Durchschnitt deutlich höher, während der Dienstleistungssektor eine geringere Rolle spielt. Ausnahmen bilden städtische Regionen und Orte, bei denen der Tourismus eine wichtige Rolle spielt. Hier liegt die Bedeutung des Dienstleistungssektors über dem schweizerischen Durchschnitt (beispielsweise Bezirk Bellinzona oder die Gemeinden Andermatt und Realp).

Alles in allem sind aber keine besonderen Auffälligkeiten festzustellen. Interessant wird sein, ob und wie sich die sektoralen Anteile während des Untersuchungszeitraums verändern. Wird sich eine deutliche Veränderung ergeben? Sind vor allem Andermatt und die Nachbargemeinden betroffen oder wirkt sich das Tourismusresort auf weitere Gebiete des Gotthardraumes aus?

### 6.2. Daten zur wirtschaftlichen Leistung auf Gemeinde- und Bezirksebene

Da auf Gemeinde- und/oder Bezirksebene keine offiziellen Daten zur wirtschaftlichen Leistung der ansässigen Betriebe ausgewiesen werden, wurde für die Analyse der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Gotthardregion ein entsprechendes Mass konstruiert (siehe Abschnitt 3.2.1.1.1. auf Seite 17).<sup>42</sup> Tabelle 6-2 gibt einen Überblick für die Gemeinden des Kantons Uri sowie die anderen Regionen des Gotthardraums (auf Bezirksebene) für die Jahre 2005 und 2008 sowie die sich ergebenden durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Erhoben sind die Daten für alle Regionen auf Gemeindeebene.

<sup>42</sup> Das konstruierte Mass ist vergleichbar mit dem Bruttoinlandprodukt bzw. dem Volkseinkommen, auch wenn die Daten nicht eins zu eins verglichen werden sollten.

<sup>43</sup> Erhoben sind die Daten für alle Regionen auf Gemeindeebene.

	Arbeitsstätte						Beschäftigte						Vollzeitaquivalente					
	Landwirtschaft		Industrie		Dienstleistungen		Landwirtschaft		Industrie		Dienstleistungen		Landwirtschaft		Industrie		Dienstleistungen	
	2005	2008	2005	2008	2005	2008	2005	2008	2005	2008	2005	2008	2005	2008	2005	2008	2005	2008
CH-Durchschnitt	14.8%	13.8%	17.2%	17.2%	68.0%	69.0%	4.8%	4.2%	25.2%	25.3%	70.0%	70.5%	3.8%	3.3%	28.4%	28.5%	67.8%	68.2%
Kanton Uri	34.7%	32.9%	14.9%	15.1%	50.4%	52.0%	11.4%	10.6%	32.3%	32.5%	56.3%	56.9%	7.3%	7.2%	37.8%	38.0%	54.8%	54.9%
Altdorf	9.1%	8.4%	14.4%	14.2%	76.6%	77.5%	2.1%	1.9%	32.1%	35.8%	65.8%	62.3%	1.5%	1.4%	36.7%	40.8%	61.9%	57.8%
Andermatt	19.5%	19.8%	12.4%	14.0%	68.1%	66.1%	6.9%	6.4%	12.3%	14.5%	80.8%	79.1%	4.3%	4.3%	13.8%	15.1%	81.9%	80.6%
Aatinghausen	60.3%	58.6%	13.7%	12.9%	26.0%	28.6%	30.4%	32.7%	24.8%	23.9%	44.8%	43.4%	22.1%	25.1%	31.3%	30.4%	46.6%	44.5%
Bauen	44.4%	38.9%	16.7%	16.7%	38.9%	44.4%	23.9%	20.0%	10.4%	8.9%	65.7%	71.1%	13.1%	10.4%	12.2%	9.8%	74.7%	79.8%
Bürglen	52.9%	52.4%	13.4%	13.4%	33.6%	34.2%	21.6%	18.7%	22.4%	28.3%	56.0%	53.0%	14.6%	13.4%	28.0%	35.1%	57.4%	51.5%
Ersfeld	27.5%	25.3%	22.2%	21.6%	50.3%	53.1%	7.3%	7.3%	39.4%	32.6%	53.3%	60.1%	5.0%	5.1%	43.9%	36.2%	51.0%	58.7%
Flüelen	17.6%	17.2%	20.9%	19.4%	61.5%	63.4%	6.4%	9.4%	37.3%	30.9%	56.3%	59.8%	3.9%	5.6%	43.2%	36.0%	52.9%	58.4%
Göschenen	32.3%	28.1%	12.9%	12.5%	54.8%	59.4%	16.6%	11.1%	36.6%	38.9%	46.8%	50.0%	9.2%	6.5%	41.0%	41.5%	49.7%	52.0%
Gurtellen	61.3%	57.1%	6.5%	7.1%	32.3%	35.7%	26.1%	33.0%	21.7%	26.2%	52.2%	40.8%	16.0%	26.0%	25.4%	30.3%	58.6%	43.7%
Hospental	34.8%	26.3%	8.7%	10.5%	56.5%	63.2%	35.8%	26.0%	7.5%	10.0%	56.6%	64.0%	33.3%	23.5%	8.5%	12.6%	58.2%	63.9%
Isenthal	67.1%	66.2%	8.6%	9.9%	24.3%	23.9%	55.5%	58.7%	10.5%	8.7%	34.0%	32.5%	49.7%	52.5%	15.5%	13.2%	34.8%	34.4%
Realp	23.8%	11.1%	0.0%	0.0%	76.2%	88.9%	11.3%	8.7%	0.0%	0.0%	88.7%	91.3%	8.5%	3.4%	0.0%	0.0%	91.5%	96.6%
Schattdorf	26.6%	24.4%	23.9%	23.9%	49.5%	51.8%	4.8%	5.2%	52.0%	43.9%	43.3%	50.9%	2.8%	3.3%	58.0%	49.9%	39.2%	46.8%
Seedorf	25.3%	23.6%	26.7%	27.8%	48.0%	48.6%	16.2%	8.2%	44.3%	52.2%	39.5%	39.6%	12.7%	6.4%	48.9%	59.9%	38.4%	33.6%
Seelisberg	46.3%	43.8%	13.4%	18.8%	40.3%	37.5%	29.9%	26.8%	11.6%	19.2%	58.5%	54.0%	23.7%	22.1%	12.9%	22.6%	63.4%	55.3%
Silenen	48.0%	47.6%	12.8%	14.3%	39.2%	38.1%	28.4%	28.1%	23.5%	28.1%	48.1%	43.7%	19.1%	20.5%	31.1%	36.2%	49.9%	43.3%
Sisikon	37.5%	33.3%	12.5%	13.3%	50.0%	53.3%	19.2%	21.6%	8.8%	9.9%	72.0%	68.5%	13.9%	13.2%	10.8%	12.2%	75.3%	74.6%
Springen	76.5%	76.6%	7.0%	5.6%	16.5%	17.8%	62.6%	61.4%	12.3%	11.9%	25.2%	26.7%	49.3%	53.3%	19.2%	17.8%	31.5%	28.9%
Unterschächen	72.9%	67.1%	5.7%	8.2%	21.4%	24.7%	65.4%	62.7%	3.3%	4.7%	31.3%	32.6%	49.9%	47.7%	4.8%	7.3%	45.3%	45.0%
Wassen	41.9%	45.2%	16.3%	11.9%	41.9%	42.9%	21.7%	22.5%	17.2%	21.6%	61.1%	55.9%	18.6%	19.5%	21.5%	25.6%	59.9%	54.9%
Bezirk Goms	27.7%	26.7%	14.9%	15.0%	57.4%	58.3%	14.2%	11.7%	20.3%	21.4%	65.6%	66.8%	11.1%	9.1%	22.9%	23.9%	66.0%	67.0%
Bezirk Surselva	36.6%	34.6%	14.6%	14.6%	48.9%	50.8%	17.8%	16.6%	22.0%	24.9%	60.2%	58.6%	13.9%	12.9%	26.1%	29.5%	60.0%	57.6%
Distretto di Bellinzona	6.2%	5.6%	16.8%	16.5%	77.0%	77.8%	2.3%	2.2%	18.2%	18.4%	79.4%	79.4%	1.9%	1.8%	19.9%	20.3%	78.2%	77.9%
Distretto di Blenio	38.5%	36.4%	20.0%	18.3%	41.5%	45.3%	22.4%	21.0%	30.3%	30.2%	47.3%	48.8%	17.1%	15.6%	36.1%	36.9%	46.7%	47.5%
Distretto di Leventina	21.9%	19.7%	18.1%	19.4%	60.0%	60.9%	9.5%	8.2%	41.2%	40.5%	49.3%	51.3%	6.2%	5.6%	46.5%	44.9%	47.3%	49.6%
Distretto di Riviera	11.6%	11.1%	26.7%	25.9%	61.7%	63.0%	4.4%	3.8%	37.2%	34.6%	58.4%	61.7%	2.8%	2.4%	41.9%	38.7%	55.3%	58.9%

Quelle: Betriebszählungen 2005 und 2008, Bundesamt für Statistik; eigene Berechnungen

Tabelle 6-1: Sektoranteile nach Arbeitsstätten, Beschäftigten und Vollzeitaquivalenten, 2005 und 2008

Wirtschaftliche Leistung in Mio CHF.																	
Wirtschaftliche Leistung in Mio CHF.																	
Total alle Sektoren				Landwirtschaft				Industrie				Dienstleistungen					
2005		2008		Wachstumsrate pro Jahr		2005		2008		Wachstumsrate pro Jahr		2005		2008		Wachstumsrate pro Jahr	
Kanton Uri	1419.8	1502.1	1.9%	38.3	39.4	1.0%	681.3	723.9	2.0%	700.2	738.8	1.8%	700.2	738.8	1.8%	700.2	738.8
Altdorf	571.7	666.4	5.2%	2.8	3.0	2.8%	265.2	331.4	7.7%	303.7	332.0	3.0%	303.7	332.0	3.0%	303.7	332.0
Andermatt	65.9	79.6	6.5%	1.1	1.3	5.0%	15.9	20.0	7.8%	48.8	58.4	6.1%	48.8	58.4	6.1%	48.8	58.4
Attinghausen	23.1	23.2	0.1%	2.2	2.4	2.8%	11.0	11.4	1.3%	9.9	9.4	-1.9%	9.9	9.4	-1.9%	9.9	9.4
Bauen	4.1	5.0	6.5%	0.3	0.3	-0.6%	0.8	0.8	0.0%	3.0	3.9	8.8%	3.0	3.9	8.8%	3.0	3.9
Bürglen	94.8	117.8	7.5%	5.8	6.1	1.8%	30.6	48.9	16.9%	58.4	62.8	2.4%	58.4	62.8	2.4%	58.4	62.8
Erstfeld	151.7	139.1	-2.9%	2.9	2.5	-4.2%	70.3	57.2	-6.6%	78.6	79.3	0.3%	78.6	79.3	0.3%	78.6	79.3
Flüelen	61.3	57.2	-2.3%	0.9	1.3	12.7%	33.3	26.6	-7.2%	27.1	29.2	2.6%	27.1	29.2	2.6%	27.1	29.2
Göschenen	23.9	23.1	-1.1%	0.7	0.5	-11.0%	14.1	13.9	-0.5%	9.1	8.8	-1.3%	9.1	8.8	-1.3%	9.1	8.8
Gurtellen	25.5	15.6	-15.2%	1.7	1.8	3.5%	8.7	7.8	-3.5%	15.2	5.9	-26.8%	15.2	5.9	-26.8%	15.2	5.9
Hospental	2.6	2.4	-2.3%	0.5	0.3	-14.7%	0.5	0.6	9.2%	1.5	1.4	-2.7%	1.5	1.4	-2.7%	1.5	1.4
Isenthal	8.4	7.7	-2.9%	2.5	2.6	1.1%	2.3	1.9	-5.7%	3.6	3.2	-3.9%	3.6	3.2	-3.9%	3.6	3.2
Realp	3.4	3.8	3.5%	0.2	0.1	-24.8%	0.0	0.0	0.0%	3.2	3.7	4.6%	3.2	3.7	4.6%	3.2	3.7
Schattdorf	260.8	222.6	-5.1%	2.6	2.8	2.5%	178.8	135.1	-8.9%	79.3	84.6	2.2%	79.3	84.6	2.2%	79.3	84.6
Seedorf	32.3	45.3	11.9%	1.6	1.0	-13.4%	19.4	31.7	17.7%	11.3	12.6	3.8%	11.3	12.6	3.8%	11.3	12.6
Seelisberg	11.9	13.6	4.4%	1.7	1.6	-1.7%	2.4	4.7	24.8%	7.8	7.2	-2.4%	7.8	7.2	-2.4%	7.8	7.2
Silenen	36.4	36.2	-0.2%	2.8	3.0	1.7%	16.7	18.6	3.7%	16.9	14.6	-4.7%	16.9	14.6	-4.7%	16.9	14.6
Sisikon	7.2	6.6	-3.0%	0.6	0.5	-5.2%	1.1	1.1	0.1%	5.6	5.0	-3.4%	5.6	5.0	-3.4%	5.6	5.0
Spiringen	11.8	12.3	1.3%	3.7	4.3	5.2%	3.6	3.6	-0.5%	4.6	4.5	-0.7%	4.6	4.5	-0.7%	4.6	4.5
Unterschächen	7.6	8.1	1.7%	2.6	2.6	0.2%	0.6	1.0	16.6%	4.4	4.5	0.1%	4.4	4.5	0.1%	4.4	4.5
Wassen	15.2	16.5	2.8%	1.2	1.3	4.0%	5.9	7.4	8.0%	8.1	7.8	-1.5%	8.1	7.8	-1.5%	8.1	7.8
Bezirk Goms	176.5	181.7	1.0%	8.6	7.1	-6.1%	55.7	57.1	0.8%	112.3	117.5	1.5%	112.3	117.5	1.5%	112.3	117.5
Bezirk Surselva	764.4	822.1	2.5%	45.1	44.8	-0.2%	276.7	319.1	4.9%	442.6	458.2	1.2%	442.6	458.2	1.2%	442.6	458.2
Distretto di Bellinzona	2379.7	2494.1	1.6%	15.7	15.5	-0.4%	531.1	572.5	2.5%	1832.9	1906.1	1.3%	1832.9	1906.1	1.3%	1832.9	1906.1
Distretto di Blenio	129.0	129.3	0.1%	9.4	8.7	-2.8%	61.0	60.7	-0.2%	58.6	59.9	0.8%	58.6	59.9	0.8%	58.6	59.9
Distretto di Leventina	379.8	379.6	0.0%	9.1	7.9	-4.4%	212.7	207.4	-0.8%	158.0	164.3	1.3%	158.0	164.3	1.3%	158.0	164.3
Distretto di Riviera	377.6	386.7	0.8%	3.8	3.4	-3.4%	189.4	177.3	-2.2%	184.4	206.0	3.8%	184.4	206.0	3.8%	184.4	206.0

Quellen: Betriebszählungen 2005/2008 und Arbeitsproduktivitäten, Bundesamt für Statistik; eigene Berechnungen

Tabelle 6-2: Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit im Gotthardraum<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Werte in Mio. CHF; Wachstumsrate: durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2005 – 2008.

Die ausgewiesenen absoluten Zahlen für den Kanton Uri stimmten verhältnismässig mit den vom Bundesamt für Statistik veröffentlichten Zahlen zum Volkseinkommen überein (Volkseinkommen Kanton Uri 2005 gemäss BfS: CHF 1'584 Mio.). Es kann somit davon ausgegangen werden, dass das konstruierte Mass seinen Zweck erfüllt, zumal nicht die absoluten Werte interessieren, sondern die Veränderungen.

Aufgrund der kleinräumlichen Analyse sind die grossen Unterschiede bei den jährlichen Wachstumsraten nicht erstaunlich. An dieser Stelle sollen vor allem die Werte für alle Sektoren zusammen auf Kantons- bzw. Bezirksebene interpretiert werden. Es zeigt sich, dass sowohl der Kanton Uri als auch das Goms, die Surselva und die Region Tre Valli/Bellinzona weniger stark gewachsen sind als der schweizerische Durchschnitt; der entsprechende Wert für die Schweiz liegt bei 3.1%, .

Für Andermatt selbst kann ein beachtliches Wachstum von 6.5% festgehalten werden, wobei alle drei Sektoren ihren Beitrag dazu geleistet haben. In Realp ist das Wachstum von 3.5% vor allem auf den Zuwachs im Dienstleistungssektor zurückzuführen. Für Hospental resultiert ein Rückgang um 2.3%. Hauptgrund hierfür ist ein starker Rückgang in der Landwirtschaft.

Ziel für die späteren Erhebungen wird es sein, die dank des Tourismusresorts Andermatt erwarteten ökonomischen Entwicklungen zu identifizieren und zu analysieren, in welchem geographischen Perimeter innerhalb des Gotthardraumes die Auswirkungen spürbar sind.

### 6.3. Pendlerverflechtungen

Die nachfolgenden Ausführungen und Daten basieren auf der Pendlerstatistik des Bundesamts für Statistik, die aufgrund der Volkszählung 2000 erstellt wurde (Bundesamt für Statistik 2010c). Neuere Daten sind nicht verfügbar.

	<b>Andermatt</b>	<b>Hospental</b>	<b>Realp</b>
<b>Zupendler</b>	229	13	20
<b>Wegpendler</b>	113	67	43
<b>Pendler total</b>	342	80	63
<b>Zupendler im Verhältnis zu den in der Region wohnhaften Erwerbstätigen und Schüler/Studenten<sup>45</sup></b>	27.3%	11.2%	23.3%
<b>Zupendler im Verhältnis zu den Erwerbstätigen und Schüler/Studenten in der Arbeits-/Schulregion<sup>46</sup></b>	24.0%	21.0%	31.7%
<b>Wegpendler im Verhältnis zu den in der Region wohnhaften Erwerbstätigen und Schüler/Studenten</b>	13.5%	58.8%	50.0%
<b>Wegpendler im Verhältnis zu den Erwerbstätigen und Schüler/Studenten in der Arbeits-/Schulregion</b>	11.8%	108.1%	68.3%
<b>Pendler Total im Verhältnis zu den in der Region wohnhaften Erwerbstätigen und Schüler/Studenten</b>	40.8%	69.0%	73.3%
<b>Pendler total im Verhältnis zu den Erwerbstätigen und Schüler/Studenten in der Arbeits-/Schulregion</b>	35.8%	129.0%	100.0%

Tabelle 6-3: Zu- und Wegpendler von Andermatt, Hospental und Realp

<sup>45</sup> Der Begriff "Region" bezieht sich hier auf die gerade betrachtete Gemeinde. Lesebeispiel: Für die Gemeinde Andermatt entspricht die Anzahl Zupendler einem relativen Wert von 27.3% der in Andermatt wohnhaften Erwerbstätigen und Schüler.

<sup>46</sup> Der Begriff "Arbeits-/Schulregion" bezieht sich hier auf die gerade betrachtete Gemeinde. Lesebeispiel: Für die Gemeinde Andermatt entspricht die Anzahl Zupendler einem relativen Wert von 24.0% der in Andermatt Erwerbstätigen und Schüler (jeweils unabhängig von deren Wohnsitz)

Auch wenn die absoluten Pendlerzahlen für die drei betrachteten Gemeinden relativ gering ausfallen, muss festgehalten werden, dass diese Pendlerzahlen, wenn man sie in Relation setzt zu den Erwerbstätigen und Schüler/Studenten in der Wohn- bzw. Arbeitsregion, relativ hohe Werte annehmen; siehe Tabelle 6-3. Dies ist aber keine aussergewöhnliche Erscheinung. Sogar wenn man kantonale Durchschnittswerte betrachtet, gibt es einige Kantone mit ähnlichen hohen Werten.

Aus den Daten ist auch sehr deutlich die Zentrumsfunktion von Andermatt ersichtlich. Einerseits sind die relativen Werte der Wegpendler im Verhältnis zur erwerbstätigen Wohnbevölkerung bzw. zur in der Region Beschäftigten (jeweils inkl. Schüler und Studenten) deutlich geringer als für die Nachbargemeinden Hospental und Realp. Andererseits sind die entsprechenden relativen Werte für die Zu- und Wegpendler (meist) leicht höher als für Hospental und Realp.

Die Pendlerverflechtung der drei Gemeinden Andermatt, Hospental und Realp zeichnen sich dadurch aus, dass Quell- und Zielgemeinden der Zu- und Wegpendler fast ausschliesslich Gemeinden des Kantons Uri sind (siehe Tabelle 6-4). Für die Gemeinde Andermatt beträgt der Anteil der innerkantonalen Pendler (Zu- und Wegpendler zusammen) rund 85%, für Hospental rund 88% und für Realp rund 75%. Die Pendlerströme in die anderen Regionen des Gotthardraums, d.h. die Surselva, das Goms und Tre Valli/Bellinzona, sind sehr gering und heben sich nicht deutlich von anderen Regionen der Schweiz ab. Da es sich hierbei aber um angrenzende Regionen handelt, ist diese Feststellung doch bemerkenswert. Tabelle 6-4 bietet noch einen detaillierten Überblick über die Quell- und Zielregionen der Pendler von Andermatt, Hospental und Realp.

	Andermatt			Hospental			Realp		
	Zu- pendler	Weg- pendler	Pendler total	Zu- pendler	Weg- pendler	Pendler total	Zu- pendler	Weg- pendler	Pendler total
<b>Kt. Uri</b>	87.3%	79.6%	84.8%	100%	85.1%	87.5%	55.0%	83.7%	74.6%
<b>Surselva</b>	2.2%	0.9%	1.8%	0%	1.5%	1.3%	5.0%	0.0%	1.6%
<b>Goms</b>	3.1%	0.9%	2.3%	0%	4.5%	3.8%	0.0%	2.3%	1.6%
<b>Tre Valli / Bellinzona</b>	2.2%	1.8%	2.0%	0%	1.5%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>Kt. Luzern</b>	0.9%	5.3%	2.3%	0%	4.5%	3.8%	5.0%	4.7%	4.8%
<b>Rest</b>	4.4%	11.5%	6.7%	0%	3.0%	2.5%	35.0%	9.3%	17.5%

Tabelle 6-4: Quell- und Zielregionen der Pendler von Andermatt, Hospental und Realp

Bei einer kleinräumlicheren Betrachtung auf Gemeindeebene kann festgestellt werden, dass für Hospental und Realp eigentlich nur Andermatt und allenfalls Altdorf als Quell- und Zielregionen von Pendlern von Bedeutung sind. Für Andermatt zeigt sich eine etwas weniger dominante Verteilung; hier sind die Gemeinden Hospental, Göschenen, Altdorf, Realp, Erstfeld und Silenen von Bedeutung.

Ausgehend von diesem Befund drängt sich die Frage auf, wie sich die Pendlerverflechtungen in den nächsten Jahren verändern werden. Wie stark können die umliegenden Gemeinden bzw. der ganze Kanton Uri von den in Andermatt entstehenden Arbeitsplätzen sowie als Wohngemeinde für die Arbeitskräfte profitieren. Und wird es auch vermehrt zu interkantonalen Pendlerbeziehungen kommen, insbesondere mit den anderen Regionen des Gotthardraumes.

Inwiefern diese Frage quantitativ beantwortet werden können, ist zurzeit noch schwer abschätzbar. Eine Pendlerstatistik im Detaillierungsgrad der früheren Statistiken, d.h. 1990 und 2000, wird es aufgrund der Konzeptänderung im Rahmen der Volkszählung 2010 in absehbarer Zeit nicht mehr geben.

#### 6.4. Preisentwicklungen

Im Rahmen des quantitativen Strangs des sozioökonomischen Teils wird eine Auswahl von Preisen regelmäßig erhoben und die Entwicklung analysiert (siehe Abschnitt 3.2.1.1.1. auf Seite 17). Als Bei-



spiele sollen hier die Preise für eine Hotelübernachtung in Andermatt bzw. für einen Kaffee Crème in einem örtlichen Restaurant exemplarisch dargestellt werden.<sup>47</sup>

	<b>Kaffee Crème</b>	<b>Hotelübernachtung</b>
<b>genauer Untersuchungsgegenstand</b>	Preis für eine Tasse Kaffee Crème in einem Restaurant in Andermatt (bisheriges Dorfgebiet)	Referenzpreis für eine Übernachtung in einem Hotel in Andermatt, pro Person, inkl. Frühstück, im Doppelzimmer <sup>48</sup>
<b>Anzahl Beobachtungen pro Erhebung</b>	5	13
<b>Erhebung durchgeführt am</b>	28.7.2010	Frühling 2010
<b>Durchschnittswert in CHF</b>	3.94	70.90 / 99.15 <sup>49</sup>
<b>Maximalwert in CHF</b>	4.00	100.00 / 140.00
<b>Minimalwert in CHF</b>	3.80	50.00 / 69.00
<b>Quelle der Erhebung</b>	eigene Erhebung vor Ort	offizielle Hotelliste von Andermatt Gotthard Tourismus

Tabelle 6-5: Preiserhebungen für Kaffee Crème und Hotelübernachtung

Aus dem Datenmaterial (Tabelle 6-5 und hier nicht dargestellte weitere Erhebungen) können zum jetzigen Zeitpunkt noch keine für die zu untersuchenden Fragestellungen (siehe Abschnitt 2.3. auf Seite 13) relevanten Aussagen abgeleitet werden. Erst nach einer zweiten (oder dritten) Erhebung lassen sich Aussagen über die Preisentwicklungen bzw. deren Tendenzen ableiten. Die erste Erhebung stellt somit den Referenzwert für die angedachten Analysen dar.

## 7. Ergebniskonferenz

Am 28. Mai 2010 fand unter Ausschluss der Medien die Ergebniskonferenz im grossen Saal des Bodenschulhauses in Andermatt statt. Die Veranstaltung hatte folgende Ziele:

- Die Ergebnisse der ersten Teilstudie der Bevölkerung in auch für Laien nachvollziehbarer Weise zu kommunizieren.
- Der Bevölkerung die Möglichkeit geben, die Ergebnisse der ersten Teilstudie untereinander zu diskutieren.
- Ideen für sich daraus ergebende Massnahmen zu sammeln und festzuhalten.
- Interessent/innen für Arbeitsgruppen zur Vertiefung und Umsetzung der Massnahmen zu gewinnen.

Rund 50 Andermatterinnen und Andermattler nahmen an der Veranstaltung teil. Leider war die jüngere Generation untervertreten, Jugendliche nahmen – trotz spezieller Einladung – keine teil.<sup>50</sup>

### 7.1. Ablauf

Als erstes präsentierte das Forschungsteam den Anwesenden das methodische Vorgehen und die Resultate der ersten Teilstudie. Anschliessend holte das Moderationsteam erste Reaktionen seitens der Anwesenden ein. Es ging darum, zu erfahren, ob die Resultate für die Anwesenden überraschend waren, ob neue Aspekte aufgezeigt wurden oder ob die Ergebnisse nichts Neues beinhalteten. Danach wurden an Themeninseln die Kernthemen unter der Leitung von Mitgliedern der lokalen Begleitgruppe vertieft diskutiert. Die Kernthemen wurden vom Forschungsteam vorgängig – aufgrund der Auswertungsergebnisse – definiert:

- Dialog und Umgang mit unterschiedlichen Meinungen

<sup>47</sup> Auf eine vollständige Wiedergabe der erhobenen Daten zur Preisentwicklung wird an dieser Stelle bewusst verzichtet. Erst nach der zweiten (oder dritten) Erhebung lassen sich Aussagen über Preisentwicklungstendenzen machen.

<sup>48</sup> Vergleichbare Erhebungen werden auch für Gasthäuser und Pensionen bzw. für die Gemeinden Hospental und Realp gemacht.

<sup>49</sup> Erster Wert für die Nebensaison, zweiter Wert für die Hauptsaison.

<sup>50</sup> Im Nachhinein müssen wir feststellen, dass für die Einladung der Jugendlichen nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft wurden. In der zweiten Teilstudie müssen die Jugendlichen noch spezifischer und mit Medien, die den Jugendlichen besser entsprechen wie bspw. Facebook, etc. angesprochen werden.

- Selbstbild, Zusammenleben und Umgang mit Wandel
- Umgang mit sozialen Veränderungen (mehr ausl. Arbeitskräfte im Dorf, mehr ausländische Kinder in der Schule, andere Gäste, etc.).
- Jugendliche
- Gewerbe
- Freie Themenwahl
- Separater Tisch für Gäste (Behördenvertreter/innen)

Folgende Leitfrage wurde von der Moderation für die Diskussion an den Thementischen vorgegeben: „Welche Bedeutung haben die gehörten Ergebnisse für uns als Bevölkerung von Andermatt und die weitere Entwicklung der Gemeinde?“ In einer zweiten Runde stellten die Diskussionsteilnehmer/innen der jeweiligen Themeninsel den Handlungsbedarf für ihr Thema fest und sammelten Ideen für Massnahmen. Die Diskussionen an den Thementischen wurden von Anwesenden des Forschungsteams protokolliert.

## 7.2. Ergebnisse

Rund die Hälfte der Anwesenden fühlte sich in ihrer Wahrnehmung durch die Ergebnisse der ersten Teilstudie bestätigt. Die Ergebnisse boten lediglich für einen kleinen Teil der Anwesenden Überraschungen. Besonders die kritischen Aussagen der Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen trugen zu engagierten Diskussionen bei. An Ideen für Massnahmen mangelte es den Diskussionsteilnehmer/innen nicht – im Gegenteil wurden zu allen Kernthemen eine Fülle von Empfehlungen und Massnahmen vorgeschlagen. Im Folgenden eine nach Bereichen geordnete Übersicht:

### Bereich Wohnungsbau und bauliche Infrastruktur

- Günstige und bezahlbare Wohnungen für Einheimische erhalten und realisieren (gemeinnütziger Wohnungsbau, kostendämpfende Massnahmen)
- Planung Wohnungsbau auf Entwicklung der Einwohnerzahl abstimmen
- Einfluss der Gemeinde bei erweiterten Bauzonen wahrnehmen
- Gute Lösungen für Unterkunft und Verpflegung der Bauarbeiter finden

### Bereich Wirtschaft und Arbeit

- Coaching und Beratung für Personen, die sich selbständig machen möchten
- Erschwingliche Preise für Einwohner/innen bei Freizeitanlagen
- Information über entstehende / geplante Arbeitsplätze (bspw. Plattform)
- Controlling gewährleisten (Schwarzarbeit, Mindestlöhne, Qualitätskontrolle)

### Bereich lokales Gewerbe

- Dialog und Zusammenarbeit untereinander verstärken; Kooperation mit wichtigen Partnern fördern
- Qualitätsentwicklung in eigenen Betrieben vorantreiben (Angebot, Personal, Know-how; Infrastruktur) → evtl. Beratung
- Zusammenschlüsse fördern (bspw. nur noch einen Tourismusverein, Mehrfachmitgliedschaften reduzieren)
- Coaching für Betriebe, um Herausforderungen bewältigen zu können

### Jugendliche

- Vermehrt in Resort- und zukünftige Entwicklung von Andermatt einbeziehen (Plattformen, Schule, Briefkasten, Projektwochen, Integration in lokale Begleitgruppe); dabei mit Schulen zusammenarbeiten
- Spezifische Freizeitbedürfnisse erheben, aktiv einbeziehen
- Lehrstellenangebot fördern und Anreize schaffen
- Zusätzliche Befragung der Jugendlichen

### Bereich Soziales, Integration und Bildung

- Vertretung der Jugendlichen in Lokaler Begleitgruppe
- Integrationsangebote schaffen (interkulturelle Begegnungsanlässe, Integrationsangebote für ausländische Arbeitskräfte, Schulen)
- Verantwortliche: Zu den Resultaten der Teilstudie Stellung nehmen
- Bildungsangebote für Einheimische (Sprachkurse, Umgang mit Veränderungen, Volkshochschule etc.)

#### Bereich Information/Kommunikation

- Verbesserung der Information: mehr Transparenz, Begründungen bei Veränderungen
- Austauschveranstaltungen zwischen ASA und Bevölkerung
- Möglichkeit, anonym Stellung zu beziehen (Briefkasten, geheime Abstimmungen)
- Verantwortliche: Zu den Resultaten der Teilstudie Stellung nehmen
- Weitere Zusammenarbeit mit Herrn Sawiris wie bisher gewährleisten

## 8. Zusammenfassende Empfehlungen und Ausblick

### 8.1. Empfehlungen für das weitere Vorgehen

In einem nächsten Schritt ist die Finanzierung der Sofortmassnahmen zu sichern. Anschliessend kann die Bevölkerung informiert und mit der Umsetzung der Projekte gemäss Massnahmenblatt gestartet werden (ca. 1. Quartal 2011). Ein besonderes Augenmerk ist auf den aktiven Einbezug der Bevölkerung zu legen. Weiter gilt es, Partner für die Umsetzung der Massnahmen zu gewinnen, inkl. die ASA. Wo nötig, ist der Beizug einer externen, professionellen Begleitung zu prüfen. Wichtig ist, dass über die Ergebnisse und die Weiterentwicklung der Projekte regelmässig und in geeigneter Form kommuniziert wird.

#### 8.1.1. Weiteres Vorgehen im sozioökonomischen Teil

##### 8.1.1.1. Sofortmassnahmen

Von den vorgeschlagenen Sofort- bzw. mittelfristigen Massnahmen (siehe Kapitel 5. auf Seite 38) betrifft in erster Linie die Sofortmassnahme "Coaching lokales Gewerbe" den sozioökonomischen Teil. Um diese Massnahme umzusetzen, wurde mit dem Institut für Nachhaltige Entwicklung der Zürcher Fachhochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) eine Zusammenarbeit vereinbart, um Synergien nutzen und Doppelspurigkeiten vermeiden zu können. Die angelaufene Studie "Standortpotenziale im Urserental" der ZHAW hat vor allem in Bezug auf die Initiierung eines Prozesses zur Erarbeitung von neuen Geschäftsideen eine ähnliche Ausrichtung wie die hier geplanten Massnahmen.<sup>51</sup>

Damit diese Massnahmen umgesetzt werden können, braucht es zusätzliche finanzielle Mittel. Der nächste Schritt wird deshalb sein, zusammen mit der ZHAW zuhanden des Kantons Uri einen konkreten Projekt- und Finanzierungsantrag auszuarbeiten. Das Projektgesuch an den Kanton Uri wurde per Ende November 2010 eingereicht. Start der Umsetzung erfolgt nach einer allfälligen Bewilligung der beantragten Mittel.

##### 8.1.1.2. Preisentwicklungen

Sofern sinnvoll und notwendig, werden auch nach Abschluss der ersten Teilstudie Daten zu den Preisentwicklungen (siehe Abschnitt 3.2.1.1.1. auf Seite 17) erhoben. Dies ist vor allem dann angezeigt, wenn keine nachträgliche Rekonstruktion der Preise möglich ist. Zudem muss verfolgt werden, ob sich bei den ausgewählten Gütern und Dienstleistungen qualitative Veränderungen ergeben, die eine Preisänderung rechtfertigen würden.

##### 8.1.1.3. Qualitativer Strang

Im Rahmen der ersten Teilstudie wurden in erster Linie die Fragestellungen des quantitativen Strangs des sozioökonomischen Teils der Studie bearbeitet. Wie in den Abschnitten 2.3 (siehe Seite 13) und

<sup>51</sup> Das Projekt "Standortpotenziale im Urserental" der ZHAW wird von Evelyn Kägi und Erich Renner bearbeitet bzw. geleitet.

3.2.1.2. (siehe Seite 19) dargelegt, umfasst der sozioökonomische Teil auch noch einen qualitativen Strang. Dieser Strang ist in erster Linie den Aspekten der Innovationstätigkeit und Wettbewerbsfähigkeit des lokalen Gewerbes gewidmet.

Das detaillierte Forschungsdesign für den qualitativen Strang wurde bei der Erarbeitung des Gesamtprojekts bewusst offen gelassen, um auf Ergebnisse der ersten Teilstudie reagieren zu können. Somit wird es in den nächsten Monaten darum gehen, das detaillierte Forschungsdesign vor dem Hintergrund der Ergebnisse der ersten Teilstudie zu erarbeiten und im Folgenden umzusetzen. Wo immer möglich, werden Synergien mit der geplanten Sofortmassnahme "Coaching lokales Gewerbe" genutzt. Geplant ist, das Forschungsdesign bis Ende Januar 2011 zu erstellen und der Projektsteuergruppe vorzulegen. Der Start der Umsetzung ist für das erste Quartal 2011 vorgesehen.

Während die bisherigen Arbeiten – vor allem in Bezug auf die Erhebung von Primärdaten – sich sehr stark auf den geographischen Perimeter Andermatt konzentriert haben, wird für den qualitativen Strang auch der übrige Gotthardraum im Fokus stehen.

## **8.2. Ausblick für die zweite Teilstudie**

Bevölkerung und Behörden haben in der ersten Teilstudie den Wert einer soziokulturellen Begleitstudie erkannt. Geplant ist, die zweite Teilstudie im November 2011 zu starten. Die zweite Teilstudie wird auf den Ergebnissen der ersten Studie aufbauen. Es wird wieder darum gehen, die Wahrnehmung der Bevölkerung sowie deren subjektiven Einschätzungen der Resortentwicklung bzw. des Alltagslebens in Andermatt zu erheben. Im Vorfeld gilt es in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Andermatt und der lokalen Begleitgruppe zu klären, welche Bevölkerungsgruppen in der zweiten Teilstudie zusätzlich befragt werden müssen.

## Literaturliste

- Andermatt Gotthard (2010). Unterkünfte/Alloggi/Logements/Accommodation. URL: <http://www.andermatt.ch/dateimanager/unterkunnftsliste2010.pdf> [Zugriff: 1. Mai 2010].
- Ap John (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research* 19. S. 665–690.
- Bachleitner, Reinhard / Penz, Otto (2000). Massentourismus und sozialer Wandel. *Tourismuseffekte und Tourismusfolgen in Alpenregionen*. München, Wien.
- Bachleitner Reinhard (2001). Alpentourismus: Bewertung und Wandel. In *Politik und Zeitgeschichte* B47/2001.
- Baumgartner, Christian (2000). Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismus. Grundlagen und Bestandesaufnahme. Institut für integrativen Tourismus und Freizeitforschung. Internetversion. URL: <http://www.respect.at/media/pdf/pdf203.pdf> [Zugriff: 16. Juni 2010].
- Baumgartner, Christian, Reeh, T. (2001): Erlebniswelten im ländlichen Raum – ökonomische und soziokulturelle Auswirkungen – mit Leitlinien zu einer ex-ante Bewertung, München.
- Baumgartner, Christian (2001). Operationalisierbares Meßsystem für Nachhaltigkeit im Tourismus. Kurzfassung. Institut für Integrativen Tourismus & Freizeitforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit.
- Bätzing, Werner (2003). *Die Alpen. Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft*. Verlag C.H. Beck. München.
- Best, Heinrich (2003). Der langfristige Wandel politischer Eliten 1867 – 2000. Auf dem Weg der Konvergenz? In S. Hradil u. P. Imbusch (Eds.), *Oberschichten – Eliten – herrschende Klassen* (pp. 369 - 399). Opladen: Leske + Budrich.
- Bieger, Thomas / Rütter, Heinz (2004). Nachhaltige Tourismusedwicklung im Alpenraum. Monitoring und Management. Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT-HSG) und Rütter und Partner, Rüschiikon.
- Bundesamt für Statistik (2008). *Freiwilligenarbeit in der Schweiz*.
- Bundesamt für Statistik (2010a). Betriebszählung (BZ). URL: <http://www.bz.bfs.admin.ch> [Zugriff: 1. März 2010].
- Bundesamt für Statistik (2010b). Nomenklaturen – Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige (NOGA). URL: [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/nomenklaturen/blank/blank/noga0/revision\\_noga\\_2007.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/nomenklaturen/blank/blank/noga0/revision_noga_2007.html) [Zugriff: 1. März 2010].
- Bundesamt für Statistik (2010c). Räumliches Informationssystem zu den Pendlern und Verkehrsmitteln, 1990 und 2000. URL: [www.pendlerstatistik.admin.ch](http://www.pendlerstatistik.admin.ch) [Zugriff: 28. Juli 2010].
- Dreesmann, Helmut / Kraemer-Fieger, Sabine (1994). *MOVING. Neue Managementkonzepte zur Organisation des Wandels*. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Frankfurt am Main.
- Ecoplan (2008). *Wirtschaftliche und gesellschaftliche Auswirkungen des Tourismusresorts Andermatt*. Hrsg. Urner Kantonalbank, Altdorf.
- ECOPLAN, Ernst Basler & Partner und Fahrländer Partner (2008). *Zukunft Uri. Studie über die wirtschaftlichen Effekte des Tourismusresorts*. Hrsg. Urner Kantonalbank, Altdorf.
- Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (2002): *Bericht. Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft*, Opladen: Verlag Leske Budrich.
- Ferrante, Claudio Luigi (1994). *Konflikt und Diskurs im Ferienort. Wirtschaftsethische Betrachtungen am Fallbeispiel Engelberg*. FIF Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Universität Bern.
- Johnson, Jerry D. / Snepenger, David J./ Akis, Sevin (1994). Residents' Perceptions of Tourism Development. *Annals of Tourism Research* 21. S. 629 - 642.

- King, Vera / Gerisch, Benigna (Hg.) (2009). Zeitgewinn und Selbstverlust. Folgen und Grenzen der Beschleunigung. Campus Verlag, Frankfurt a. M.
- Kluge, Susann (2000). Empirisch begründete Typenbildung in der qualitativen Sozialforschung. In: FQS: Forum qualitative Sozialforschung. Vol. 1, No. 1.
- Lamnek, Siegfried (2005). Gruppendiskussion. Theorie und Praxis. Beltz-Verlag. Weinheim und Basel.
- Lazarus, Richard / Folkman, Susan (1984). Stress, appraisal and coping. New York: Springer.
- Loos, Peter / Schäffer Burkhard (2001). Das Gruppendiskussionsverfahren. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendung. Opladen: Leske + Budrich.
- Lugner, Kurt / Herdin, Thomas (2001). Der eroberte Horizont. Tourismus und interkulturelle Kommunikation. In Politik und Zeitgeschichte B47/2001 (S. 6 - 9).
- Lüttringhaus, Maria / Richers, Hille (Hg.) (2007). Handbuch Aktivierende Befragung: Konzepte, Erfahrungen, Tipps für die Praxis. Verlag Stiftung Mitarbeit. Bonn.
- Mayring, Philipp (2008).: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz Verlag Weinheim und Basel.
- Merton, Robert K. (1995): Soziologische Theorie und soziale Struktur, Berlin, New York: Alter de Gruyter.
- Messerli, Paul (1989). Mensch und Natur im alpinen Lebensraum – Risiken, Chancen und Perspektiven. Haupt. Stuttgart.
- Müller, Hansruedi / Boess Martin (1995). Tourismusbewusstsein. Empirische Belege und Hintergründe. FIF, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Universität Bern.
- Putnam, R. und K. Goss (2001). Einleitung in Putnam, R. (Hrsg.), Gesellschaft und Gemeinsinn: Sozialkapital im Internationalen Vergleich. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung (18 - 43).
- Reason, Peter / Bradbury, Hilary (Hg.) (2008). Action research. Participative Inquiry and Practice, SAGE Publications, Los Angeles.
- Rückert-John, Jana (2005). Bürgerschaftliches (freiwilliges) Engagement. In: Handwörterbuch zur ländlichen Gesellschaft in Deutschland. (Hrsg. Stephan Beetz, S. 25 - 32).
- Thiem, Marion (2001). Tourismus und kulturelle Identität: In Politik und Zeitgeschichte. B 47/2001. S. 27 - 31.
- Thomas, William Isaac; Swaine, Dorothy: „The Child in America“.
- Schirmer, Dominique (2009). Empirische Methoden der Sozialforschung. UTB Verlag.
- Schütze, Fritz (1977). Die Technik des narrativen Interviews in Interaktionsstudien. Arbeitsberichte und Forschungsmaterialien Nr. 1 der Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie. Bielefeld.
- Schütze, Fritz (1976). Zur Hervorlockung und Analyse von Erzählungen thematisch relevanter Geschichten im Rahmen soziologischer Feldforschung. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hg.): Kommunikative Sozialforschung. München. S. 159 - 260.
- Silbereisen, Rainer K. / Pinguart, Martin (Hrsg.) (2008). Individuum und sozialer Wandel. Eine Studie zu Anforderungen, psychosozialen Ressourcen und individueller Bewältigung. Juventa Verlag Weinheim und München.
- Stadelmann-Steffen, Isabelle; Freitag, Markus; Bühlmann, Marc (2007): Freiwilligen-Monitor Schweiz 2007. Zürich: Seismo Verlag.
- Stadelmann-Steffen, Isabelle; Traunmüller, Richard, Gundelach, Birte, Freitag, Markus (2010): Freiwilligen Monitor Schweiz 2010, Zürich: Seismo Verlag.
- Weischer, Christoph (2007). Sozialforschung. UTB Verlag, Konstanz.

Wiesinger, Georg/ Machold, Ingrid (2001). Dörfliche Gemeinschaft und soziale Integration. URL: [www.cipra.org/alpknowhow/publications/ciprapublication.2005-10-20.0713982721/doerflicheGemeinschaft](http://www.cipra.org/alpknowhow/publications/ciprapublication.2005-10-20.0713982721/doerflicheGemeinschaft) [Zugriff: 11.08.2010].

## **Anhang 1**

- 1 a) Informationsschreiben betreffend Interview
- 1 b) Gesprächsleitfaden Einzelinterviews
- 1 c) Checkliste Einzelinterviews
- 1 d) Gesprächsleitfaden Gruppeninterview Jugendliche, inkl. Checkliste
- 1 e) Gesprächsleitfaden Gruppeninterview Gewerbe, inkl. Checkliste
- 1 f) Definierte Codes für die inhaltsanalytische Auswertung in Atlas.ti

## **Anhang 1a**

Hans Muster  
Gotthardstrasse  
6490 Andermatt

Werftstrasse 1, Postfach 2945, CH-6002 Luzern  
T +41 41 367 48 48, F +41 41 367 48 49  
www.hslu.ch

Luzern, 23. November 2009

### **Begleitende Studie zum Tourismusresort Andermatt „BESTander matt“: Anfrage für ein Einzelinterview**

Sehr geehrte

Sie haben es sicher schon gehört oder der Presse entnommen: Die Hochschule Luzern – Soziale Arbeit führt eine begleitende Studie zum Tourismusresort Andermatt durch. Dabei möchten wir als Forschungsteam in Erfahrung bringen, wie Sie als Einwohner/In von Andermatt die Veränderungen erleben, die der Bau des Tourismusresort mit sich bringt. Im Mittelpunkt der geplanten Studie stehen dabei Ihre persönlichen Eindrücke, die mit den baulichen und gesellschaftlichen Veränderungen im Dorf verbunden sind.

An zwei Veranstaltungen im vergangenen August und im Oktober haben wir ja bereits über das Forschungsprojekt und unsere Vorgehensweise informiert und in der Diskussion mit der Andermatt Bevölkerung wichtige Hinweise für diese mehrjährige Studie erhalten.

Wir sind auf Einwohnerinnen und Einwohner von Andermatt angewiesen, die bereit sind, uns in einem Gespräch ihre persönlichen Eindrücke und Erfahrungen mitzuteilen. Dafür wurden auch Sie in einem Zufallsverfahren ausgewählt. Wir sind Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns Zeit für ein Interview zur Verfügung stellen. Selbstverständlich werden Ihre Aussagen und Ihre persönlichen Daten anonym behandelt. Wir werden uns diesbezüglich in nächster Zeit gerne mit Ihnen telefonisch in Verbindung setzen. Dann können Sie uns mitteilen, ob Sie sich grundsätzlich für ein Gespräch (Dauer ca. 1,5 Stunden) bereit erklären und wir können gemeinsam das weitere Vorgehen besprechen.

Was geschieht mit den Interviewaussagen?

Die anonymisierten Ergebnisse und Interpretationen der Umfrage werden an einer öffentlichen Veranstaltung am Samstag 29. Mai 2010 vormittags in Andermatt präsentiert. Zu dieser Veranstaltung sind Sie herzlich eingeladen. Aufgrund der Resultate werden wir gemeinsam mit der Bevölkerung Ideen und allenfalls Massnahmen diskutieren und ausarbeiten. Damit soll gewährleistet sein, dass Andermatt seine heutigen Qualitäten erhalten und auch in Zukunft nach den Bedürfnissen seiner Einwohnerinnen und Einwohner gestaltet werden kann.

Vielen Dank für Ihre Zeit und Mitarbeit!



Freundliche Grüsse

Das Forschungsteam der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit:

Prof. Emanuel Müller, Projektleiter

Prof. Colette Peter

Bea Durrer Eggerschwiler

Reto Gassmann

Mario Störkle

Rike Stotten

## Leitfaden für die narrativen Interviews

### 1. Einstiegsfrage:

#### *Aufbau der Einstiegsfrage*

*In der Einstiegsfrage soll den Befragten **kurz** der Stand der aktuellen Resortentwicklung bewusst gemacht werden, sowie, dass wir davon ausgehen, dass das Resortprojekt das Leben in Andermatt verändern wird und dass wir interessiert sind, wie die Befragten die aktuelle Situation für sie persönlich aber auch für die Dorfgemeinschaft einschätzen. Anschliessend werden die Befragten aufgefordert zu erzählen, wie sie die bisherigen Entwicklungen erlebt haben und wie sie die Zukunft im Hinblick auf das soziale Zusammenleben einschätzen.*

„Vor einigen Wochen wurden die Bauarbeiten für das Hotel Chedi gestartet. Nun fängt das Resort an, Gestalt anzunehmen. Uns interessiert, wie die einheimische Bevölkerung die Entwicklungen in ihrer Gemeinde erlebt. Ich möchte Sie deshalb gerne bitten, mir von Ihren Erfahrungen und Beobachtungen zu erzählen, alle Ereignisse, die für Sie in diesem Zusammenhang wichtig sind seit Sie davon gehört haben, dass das Resort nach Andermatt kommt. Sie können sich soviel Zeit nehmen, wie Sie möchten. Ich werde Sie nicht unterbrechen, sondern mache mir allenfalls Notizen für Nachfragen.“

### 2. Immanente Nachfragen / „Checkliste“

**A: Immanente Nachfragen:** *Folgen der Erzählchronologie. Bsp. „Sie erwähnten die Situation xy. Könnten Sie mir noch mehr erzählen, wie das vor sich gegangen ist?“*

**B: „Checkliste“** siehe separates Blatt mit Aspekten, welche erfasst werden müssen

*Grundsätzlich geht es in diesem Fragebereich darum, alle sozialen und kulturellen Aspekte der erlebten, erhofften und befürchteten Veränderungen zu erfassen. Sowie zu erfahren, wie die Situation von den Befragten bewertet wird. Bereiche, die thematisiert (bzw. nachgefragt) werden sollten:*

### 3. Aktivierende Fragen

*In diesem Fragebereich ändert sich die Befragungsmethode in eine aktivierende Befragung. Die Befragten werden hier als mitgestaltende Akteure in der Resortentwicklung angesprochen, die Option, sich aktiv zu beteiligen wird aufgezeigt. Gleichzeitig soll die Mitarbeitsbereitschaft abgeklärt und das weitere Vorgehen bei der Studie aufgezeigt werden.*

*Bereiche, die thematisiert werden:*

„Uns ist es ganz wichtig, dass die Bevölkerung von Andermatt, das weitere Geschehen aktiv mit gestalten kann. Daher möchten wir Ihnen im Folgenden einige Fragen stellen, welche unter anderem Ihre aktive Teilnahme an weiterführenden Schritten der Studie betreffen“.

- 3.1 Die Ergebnisse der aktuellen Gespräche, an denen auch Sie teilnehmen, werden ausgewertet und bilden die Grundlage für die Entwicklung von Ideen und Vorschlägen. Die Ergebnisse werden am Freitag, 28. Mai 2010 am Abend der Bevölkerung vorgestellt und zusammen mit allen Interessierten diskutiert. Können Sie sich vorstellen, an dieser Diskussion teilzunehmen?



Ort des Interviews: \_\_\_\_\_

Sprache des Interviews: \_\_\_\_\_

Angaben zur befragten Person (Aussehen, sprachlicher Ausdruck, Besonderes)

Angaben zum Interview (Verlauf, Stimmung)

Allgemeine Bemerkungen und Beobachtungen, zusätzliche Informationen

## Checkliste Leitfaden Einzelinterview

- 2.1 Haben sich in Ihrem persönlichen **Alltagsleben** bereits Veränderungen ergeben, welche Sie mit den Planungs- bzw. Bauarbeiten am Tourismusresort in Verbindung bringen?  
*Nur falls ja* weiterfragen: Welche Veränderungen sind Ihnen aufgefallen? Können Sie diese beschreiben?
- 2.2 Haben sich die Planungs- bzw. Bauarbeiten am Resort in irgendeiner Weise auf Ihr **Familienleben /nahes Beziehungsnetz** ausgewirkt?  
*Nur falls ja:* Können Sie Veränderungen in ihrem **Familienalltag** beschreiben?
- 2.3. Was denken Sie: Wird sich das Vorhaben des Resorts auf ihre persönliche **Lebensgestaltung** und ihre **Zukunftspläne** auswirken?  
  
*Wenn ja, wie?* Haben sich diese in irgendeiner Form bereits verändert seit Bekanntmachung der Planungsarbeiten am Resort?
- 2.4 a) Welche **Hoffnungen** verbinden Sie persönlich mit dem Bau des Resorts?  
b) Haben Sie **spezielle Erwartungen**, was der Bau des Resorts mit sich bringen wird?  
c) Gibt es **Befürchtungen**, welche Sie im Zusammenhang mit dem Bau des Resorts haben?  
d) Gibt es **Fragen**, welche für sie im Zusammenhang mit dem Bau des Resorts noch offen sind
- 2.5 Wie ist ihr **persönliches Engagement im Dorfleben**? Wie würden Sie Ihr Engagement beschreiben?  
Wo engagieren Sie sich?
- Überleitend: Uns interessiert auch, wie Sie das Dorfleben wahrnehmen...*
- 2.6 Wie erleben Sie die **Dorfgemeinschaft in Andermatt** zum jetzigen Zeitpunkt?  
a) Wie würden Sie das **Zusammenleben beschreiben**? Wie aktiv ist z.B. das Vereinsleben?  
b) Wie sieht es mit der gegenseitigen Unterstützung aus?
- 2.7 Wie haben sich die bisherigen Planungs- und Bauarbeiten am Resort auf **das Dorfleben ausgewirkt**?  
a) Haben aus Ihrer Sicht Veränderungen stattgefunden? Wenn ja, welche?
- 2.8 Wie geht Ihrer Ansicht nach die Dorfgemeinschaft mit der aktuellen Situation um?  
  
a) Wo und wie wird beispielsweise über das **Projekt gesprochen**?  
b) Werden bei solchen Gesprächen **unterschiedliche Meinungen zum Projekt** geäußert? Falls ja, wie werden diese Meinungsunterschiede ausgeglichen?
- 2.9 Wie nehmen Sie die **Politiker/innen in** der aktuellen Situation wahr?  
a) Wie fühlen Sie sich mit Ihren Anliegen durch die **politisch Verantwortlichen in Andermatt und im Kanton Uri vertreten**?  
b) Welchen Eindruck haben Sie bezüglich der Belange der Bevölkerung; wie setzen sich die Politiker/innen dafür ein?
- 2.10 Wie nehmen Sie die **Resort-Verantwortlichen** wahr?  
a) Wie gehen die Verantwortlichen auf die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung ein?

## Leitfaden für Gruppeninterview Jugendliche

*Einstieg: Erklärung von Ablauf, Klären von Tonbandaufnahme etc.*

Wir möchten euch herzlich zu diesem Gruppengespräch begrüßen und danken euch, dass Ihr gekommen seid. Wie ihr wisst, führt die Hochschule Luzern - Soziale Arbeit eine Begleitstudie in Andermatt durch. Wir möchten erfahren, wie die Bevölkerung die Planung und den Bau des Tourismusresorts erlebt, wie sie die damit verbundenen Veränderungen wahrnimmt und damit umgeht. Dazu führen wir mit unterschiedlichsten Personen aus der Bevölkerung Einzelgespräche. Für euch als Jugendliche sind andere Aspekte wichtig als für Personen anderer Altersgruppen. Deswegen führen wir heute mit euch ein Gespräch. Damit wir die Gespräche richtig protokollieren können, sind wir sehr froh, wenn wir das folgende Gespräch auf Tonband aufnehmen können. Die Gesprächsprotokolle dienen uns als Grundlage für die Auswertung. Alle Aussagen werden selbstverständlich in den Auswertungen anonymisiert, sodass es nicht möglich sein wird, Rückschlüsse auf die Aussagen einzelner Personen zu ziehen. Ist es für alle in Ordnung, wenn wir das heutige Gespräch auf Tonband aufnehmen? Die Resultate der Auswertung werden durch uns aufbereitet und am Freitag, 28. Mai ab 18.30 Uhr an einer öffentlichen Veranstaltung der Bevölkerung vorgestellt. Die öffentliche Ergebniskonferenz bietet auch Gelegenheit miteinander Vorschläge und Ideen zu diskutieren.

Das Gespräch heute wird folgendermassen ablaufen: Ich werde das Gespräch moderieren. Ihr könnt euch Zeit nehmen, eure persönlichen Wahrnehmungen und Eindrücke zu schildern, untereinander nachzufragen, Meinungen zu ergänzen oder eine andere Sichtweise einzubringen. Es geht nicht um richtig oder falsch, jede Wahrnehmung, jeder Eindruck ist wichtig und interessiert uns. Herr Gassmann wird sich Notizen machen und mich ergänzen.

### 1. Einstiegsfrage:

*Aufbau der Einstiegsfrage*

*In der Einstiegsfrage soll den Befragten **kurz** der Stand der aktuellen Resortentwicklung bewusst gemacht werden, sowie, dass wir davon ausgehen, dass das Resortprojekt das Leben in Andermatt verändern wird und dass wir interessiert sind, wie die Befragten die aktuelle Situation für sie persönlich aber auch für die Dorfgemeinschaft einschätzen. Anschliessend werden die Befragten aufgefordert zu erzählen, wie sie die bisherigen Entwicklungen erlebt haben und wie sie die Zukunft im Hinblick auf das soziale Zusammenleben einschätzen.*

„Vor einigen Wochen wurden die ersten Arbeiten für das Hotel Chedi gestartet. Nun fängt das Resort langsam an, Gestalt anzunehmen. Uns interessiert, wie die einheimische Bevölkerung die Entwicklungen in ihrer Gemeinde erlebt. Ihr Jugendlichen habt sicher auch Einiges beobachtet und wahrgenommen, was momentan so abgeht in Andermatt. Ich bitte Euch deshalb in diesem Gruppengespräch miteinander eure Erfahrungen und Beobachtungen auszutauschen und zwar seit ihr zum ersten Mal von der Planung des Resorts gehört haben bis zum heutigen Tag. Alle Ereignisse, die für euch in diesem Zusammenhang wichtig sind, sind von Bedeutung. Ihr könnt frei miteinander sprechen und alle Gedanken einbringen, welche euch zu diesem Thema in den Sinn kommen. Wir werden euch vorerst nicht unterbrechen, sondern zuhören und uns Notizen machen für Nachfragen.“

### 2. Immanente Nachfragen / „Checkliste“

**A: Immanente Nachfragen:** *Folgen der Erzählchronologie. Bsp. „Sie erwähnten die Situation xy. Könnten Sie mir noch mehr erzählen, wie das vor sich gegangen ist?“*

**B: „Checkliste“ siehe separates Blatt mit Aspekten, welche erfasst werden müssen**

### 3. Aktivierende Fragen

*In diesem Fragebereich ändert sich die Befragungsmethode in eine aktivierende Befragung. Die Befragten werden hier als mitgestaltende Akteure in der Resortentwicklung angesprochen, die Option, sich aktiv zu beteiligen wird aufgezeigt. Gleichzeitig soll die Mitarbeitsbereitschaft abgeklärt und das weitere Vorgehen bei der Studie aufgezeigt werden.*

*Bereiche, die thematisiert werden:*

„Uns ist es ganz wichtig, dass die Bevölkerung von Andermatt die Studie aktiv mit gestalten kann. Daher möchten wir euch im Folgenden einige Fragen stellen, welche unter anderem eure aktive Teilnahme an weiterführenden Schritten der Studie betreffen“.

3.1 Die Ergebnisse der aktuellen Gespräche, an denen ihr auch teilnehmt, werden ausgewertet und bilden die Grundlage für die Entwicklung von Ideen und Vorschlägen. Die Ergebnisse werden am Freitag, 28. Mai 18.30 Uhr oder am Samstag, 29. Mai 2010 vormittags der Bevölkerung vorgestellt und zusammen mit allen Interessierten diskutiert. Könnt ihr Euch vorstellen, an dieser Diskussion teilzunehmen?

3.2 a) Falls an dieser Konferenz Ideen vorgeschlagen werden: Könnt ihr euch vorstellen, bei der Entwicklung und Umsetzung im Rahmen eurer Möglichkeiten aktiv mitzuarbeiten?

3.2. b) Was könnt oder möchtet ihr als Jugendliche dazu beitragen?

### Checkliste Gruppengespräch Jugendliche

*Grundsätzlich geht es in diesem Fragebereich darum, alle sozialen und kulturellen Aspekte der erlebten, erhofften und befürchteten Veränderungen zu erfassen. Sowie zu erfahren, wie die Situation von den Befragten bewertet wird. Bereiche, die thematisiert (bzw. nachgefragt) werden sollten:*

2.1 Haben sich in eurem persönlichen Alltagsleben bereits Veränderungen ergeben, welche Ihr mit den Planungs- bzw. Bauarbeiten am Tourismusresort in Verbindung bringt?  
**Nur falls ja** weiterfragen: Welche Veränderungen sind Euch aufgefallen? Könnt Ihr diese beschreiben?

2.2 Haben sich die Planungs- bzw. Bauarbeiten am Resort in irgendeiner Weise auf euer Familienleben /nahes Beziehungsnetz ausgewirkt?

**Nur falls ja folgende Frage stellen:** Könnt Ihr die Veränderungen in ihrem Familienalltag beschreiben?

2.3. Was denkt Ihr: Wird sich das Vorhaben des Resorts auf eure persönliche Lebensgestaltung und eure Zukunftspläne (Ausbildungs- und Berufsperspektiven) auswirken?

**Wenn ja, wie?**

➔ Falls bisher nicht erwähnt: Frage nach Hoffnungen, Erwartungen, Befürchtungen stellen

2.4 a) Welche Hoffnungen verbindet Ihr persönlich mit dem Bau des Resorts?

b) Habt ihr spezielle Erwartungen, was der Bau des Resorts mit sich bringen wird?

c) Gibt es Befürchtungen, welche ihr im Zusammenhang mit dem Bau des Resorts habt?

2.5 Wie ist ihr persönliches Engagement im Dorfleben? Wie würden Sie Ihr Engagement beschreiben?  
Wo engagieren Sie sich?

*Überleitend: Uns interessiert auch, wie ihr das Dorfleben wahrnehmt*

2.6 Wie erlebt ihr die Dorfgemeinschaft in Andermatt zum jetzigen Zeitpunkt?

a) Wie würdet ihr das Zusammenleben beschreiben?

Wie attraktiv ist z.B. das Vereinsleben für euch?

Wie engagiert ihr euch am Dorfleben?

2.7 Wie haben sich die bisherigen Planungs- und Bauarbeiten am Resort auf das Dorfleben ausgewirkt?

a) Haben aus eurer Sicht Veränderungen statt gefunden? Wenn ja, welche?

2.8 Wie geht Ihr als Jugendliche mit der aktuellen Situation um?

a) Wo und wie spricht ihr beispielsweise über das Projekt?

b) Sprecht ihr vor allem untereinander oder sprecht ihr auch in der Schule, am Arbeitsplatz oder im Familienkreis mit Erwachsenen darüber?

Werden bei solchen Gesprächen unterschiedliche Meinungen zum Projekt geäußert?

**Falls ja**, wie werden diese Meinungsunterschiede ausgetragen?

2.9 Wie nehmt Ihr die Politiker/innen in der aktuellen Situation wahr?

a) Wie fühlt Ihr Euch als Jugendliche mit euren Anliegen durch die politisch Verantwortlichen vertreten?

2.10 Wie nehmt ihr die Resort-Verantwortlichen wahr?

a) Wie gehen die Verantwortlichen der AADC auf die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung ein?

#### **4. Schlussfrage**

Haben wir etwas vergessen anzusprechen, das ihr in diesem Zusammenhang wichtig findet?

***Ganz herzlichen Dank für eure Mitarbeit!***



### Leitfaden für Gruppeninterview Gewerbe

*Einstieg: Erklärung von Ablauf, Klären von Tonbandaufnahme etc.*

Wir möchten Sie herzlich zu diesem Gruppengespräch begrüßen und danken Ihnen, dass Sie sich dafür Zeit nehmen. Wie Sie wissen, führt die Hochschule Luzern Soziale Arbeit eine Begleitstudie in Andermatt durch. Wir möchten erfahren, wie die Bevölkerung die Planung und den Bau des Tourismusresorts erlebt, wie sie die damit verbundenen Veränderungen wahrnimmt und damit umgeht. Dazu führen wir mit unterschiedlichsten Personen aus der Bevölkerung Einzelgespräche. Für sie als Vertreter/innen des Gewerbes sind noch andere Aspekte wichtig als für Privatpersonen. Deswegen führen wir heute Abend mit Ihnen ein Gespräch. Damit wir die Gespräche richtig protokollieren können, sind wir sehr froh, wenn wir das folgende Gespräch auf Tonband aufnehmen können. Die Gesprächsprotokolle dienen uns als Grundlage für die Auswertung. Alle Aussagen werden selbstverständlich in den Auswertungen anonymisiert, sodass es nicht möglich sein wird, Rückschlüsse auf die Aussagen einzelner Personen zu ziehen. Ist es für alle in Ordnung, wenn wir das heutige Gespräch auf Tonband aufnehmen? Die Resultate der Auswertung werden durch uns aufbereitet und am Samstag, 29. Mai an einer öffentlichen Veranstaltung der Bevölkerung vorgestellt. Die öffentliche Ergebniskonferenz bietet auch Gelegenheit miteinander Vorschläge und Ideen zu diskutieren.

Das Gespräch heute wird folgendermassen ablaufen: Ich werde das Gespräch moderieren. Sie können sich Zeit nehmen, ihre persönlichen Wahrnehmungen und Eindrücke zu schildern, untereinander nachzufragen, Meinungen zu ergänzen oder eine andere Sichtweise einzubringen. Es geht nicht um richtig oder falsch, jede Wahrnehmung, jeder Eindruck ist wichtig und interessiert uns. Herr Gassmann wird sich Notizen machen und mich ergänzen.

Bitte: Obwohl sie sich alle kennen, möchte ich sie bitten, sich kurz vorzustellen mit Namen und Betrieb, damit Herr Gassmann und ich uns auch ein Bild machen können.

#### 1. Einstiegsfrage:

*Aufbau der Einstiegsfrage*

*In der Einstiegsfrage soll den Befragten **kurz** der Stand der aktuellen Resortentwicklung bewusst gemacht werden und dass wir interessiert sind, wie die Befragten die aktuelle Situation für ihr Geschäft einschätzen und bewerten. Anschliessend werden die Befragten aufgefordert zu erzählen, wie sie die bisherigen Entwicklungen erlebt haben und wie sie die Zukunft im Hinblick auf die Entwicklung ihres Geschäftes bzw. ihrer Branche einschätzen.*

„Vor einigen Wochen wurden die ersten Arbeiten für den Bau des Hotel Chedi gestartet. Nun fängt das Resort langsam an, Gestalt anzunehmen. Uns interessiert, wie sie als Geschäftsleute die Entwicklungen in Andermatt im Hinblick auf Ihren Betrieb erlebt haben; und zwar seit sie zum ersten Mal von der Planung des Resorts gehört haben bis zum heutigen Tag. Alle Ereignisse, die für Sie als Geschäftspersonen bzw. für die Entwicklung ihres Geschäftes in diesem Zusammenhang wichtig sind, sind von Bedeutung. Sie können frei miteinander sprechen und alle Gedanken einbringen, welche ihnen zu diesem Thema in den Sinn kommen. Wir werden Sie vorerst nicht unterbrechen, sondern zuhören und uns Notizen machen für Nachfragen.“

## 2. Immanente Nachfragen /

**A: Immanente Nachfragen:** *Folgen der Erzählchronologie. Bsp. „Sie erwähnten die Situation xy. Könnten Sie mir noch mehr erzählen, wie das vor sich gegangen ist?“*

**B: „Checkliste“** siehe separates Blatt mit Aspekten, welche erfasst werden müssen

## 3. Aktivierende Fragen

*In diesem Fragebereich ändert sich die Befragungsmethode in eine aktivierende Befragung. Die Befragten werden hier als mitgestaltende Akteure in der Resortentwicklung angesprochen, die Option, sich aktiv zu beteiligen wird aufgezeigt. Gleichzeitig soll die Mitarbeitsbereitschaft abgeklärt und das weitere Vorgehen bei der Studie aufgezeigt werden.  
Bereiche, die thematisiert werden:*

„Uns ist es ganz wichtig, dass die Bevölkerung von Andermatt die Studie aktiv mit gestalten kann. Daher möchten wir Ihnen im Folgenden einige Fragen stellen, welche unter anderem Ihre aktive Teilnahme an weiterführenden Schritten der Studie betreffen“.

„Uns ist es ganz wichtig, dass die Bevölkerung von Andermatt, das weitere Geschehen aktiv mit gestalten kann. Daher möchten wir Ihnen im Folgenden einige Fragen stellen, welche unter anderem Ihre aktive Teilnahme an weiterführenden Schritten der Studie betreffen“.

3.1 Die Ergebnisse der aktuellen Gespräche, an denen auch Sie teilnehmen, werden ausgewertet und bilden die Grundlage für die Entwicklung von Ideen und Vorschlägen. Die Ergebnisse werden am Samstag, 29. Mai 2010 vormittags der Bevölkerung vorgestellt und zusammen mit allen Interessierten diskutiert. Können Sie sich vorstellen, an dieser Diskussion teilzunehmen?

3.2 a) Falls an dieser Konferenz Ideen vorgeschlagen werden: Können Sie sich vorstellen, bei der Entwicklung und Umsetzung im Rahmen ihrer Möglichkeiten aktiv mitzuarbeiten?

3.2. b) Was können oder möchten Sie als Geschäftsleute dazu beitragen?

## 4. Schlussfrage

Haben wir etwas vergessen anzusprechen, das Sie in diesem Zusammenhang wichtig finden?

## 5. Angaben für die Statistik

Die Angaben zur Statistik müssen für das Gruppengespräch Gewerbe im Voraus, d.h. wenn die Zusage per Telefon erfolgt einzeln eingeholt und notiert werden.

Geschlecht:  M  F      Alter in Jahren: \_\_\_\_\_ Wohnort: \_\_\_\_\_

Branche: \_\_\_\_\_

Betriebesgrösse: Anzahl Mitarbeitende: \_\_\_\_\_

Betrieb in Andermatt seit: \_\_\_\_\_

Filialen  nein  ja Standort der Filiale(n): \_\_\_\_\_

***Ganz herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!***

## Checkliste Gruppengespräch Gewerbe

*Grundsätzlich geht es in diesem Fragebereich darum, alle erlebten, erhofften und befürchteten Veränderungen, welche die Gewerbetreibenden betreffen, zu erfassen. Sowie zu erfahren, wie die Situation von den Befragten bewertet wird. Bereiche, die thematisiert (bzw. nachgefragt) werden sollten:*

2.1 Haben sich in ihrem Betrieb bereits Veränderungen ergeben, welche Sie mit den Planungs- bzw. Bauarbeiten am Tourismusresort in Verbindung bringen?

**Nur falls ja** weiterfragen:

a) Konnten Sie in Ihrem Geschäft neue Aufträge generieren, welche Sie mit dem Tourismusresort in Verbindung bringen?

b) Haben Sie selber aufgrund des Resorts Veränderungen in Ihrem Betrieb vorgenommen wie z.B. Strukturen angepasst, das Sortiment verändert, Investitionen in Renovationen oder Ausbauten getätigt, zusätzliches Personal angestellt?

**Falls nicht:** sind solche in nächster Zeit geplant?

c) Haben Sie innerhalb Ihrer Branche Veränderungen festgestellt, welche Sie mit dem Tourismusresort in Verbindung bringen?

2.2 a) Was erwarten Sie im Hinblick auf die Entwicklung Ihres Betriebes vom Resort?

2.2 b) Was erwarten Sie im Hinblick auf die Entwicklung Ihrer Branche vom Resort?

2.3. In Andermatt gibt es eine weit zurückreichende touristische Tradition. Mit der Eröffnung des Hotel Chedi und dem Resortaufbau wird ein neues Gästesegment nach Andermatt kommen. Was erwarten Sie von diesen neuen Gästen für Ihre Branche?

→ Falls bisher nicht erwähnt: Frage nach Hoffnungen, Erwartungen, Befürchtungen stellen

2.4 a) Welche Hoffnungen verbinden Sie im Bezug auf Ihren Betrieb mit dem Bau des Resorts?

b) Gibt es Befürchtungen, welche Sie im Zusammenhang mit dem Bau des Resorts im Bezug auf Ihr Geschäft haben?

*Überleitend: Uns interessiert auch, wie Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Betriebe im Urserental wahrnehmen.*

2.5 Wie würden Sie das branchenübergreifende Verhältnis der Betriebe im Urserental untereinander beschreiben?

a) Welche Formen der Zusammenarbeit bestehen?

b) Hat sich die Zusammenarbeit mit der Planung des Resorts verändert?

**Falls ja:** Wie hat Sie sich verändert?

*Überleitend: Weiter interessiert uns, wie Sie die Zusammenarbeit der Andermattter Betriebe überregional wahrnehmen:*

2.6 Findet eine überregionale Zusammenarbeit zwischen einzelnen Betrieben statt?

Falls ja:

- a) Mit welchen Regionen?
- b) Wie sieht diese Zusammenarbeit aus?

Sehen Sie für ihre Branche ein Potential für eine überregionale Zusammenarbeit?

**Falls ja:**

a) In welchen Bereichen sehen Sie ein Potential für eine überregionale Zusammenarbeit?

2.7 Wie nehmen Sie die Politiker/innen in der aktuellen Situation wahr?

- a) Wie fühlen Sie sich mit Ihren spezifischen Anliegen als Geschäftsleute durch die politisch Verantwortlichen vertreten?
- b) Welche Erwartungen haben sie an die politisch Verantwortlichen? Wie können /sollen sie sich für die Belange des Gewerbes einsetzen?

2.8 Wie nehmen Sie die Resort-Verantwortlichen wahr?

- a) Wie gehen die Verantwortlichen der AADC auf die Bedürfnisse und Anliegen des lokalen Gewerbes ein?

## **Codeliste der in Atlas.ti definierten Codes als Grundlage für die inhaltsanalytische Auswertung**

ANSPRUCH an Verantwortliche  
ANSPRUCH Einbezug der Bevölkerung  
AUSGANGSSITUATION Abwanderung  
AUSGANGSSITUATION Arbeitsplätze  
AUSGANGSSITUATION Infrastruktur  
AUSGANGSSITUATION Investitionen  
AUSGANGSSITUATION Rückzug Militär  
AUSGANGSSITUATION Tourismus  
BEFÜRCHTUNG Bauimmissionen  
BEFÜRCHTUNG der bisherigen Touristen  
BEFÜRCHTUNG Einheimische in Minderheit  
BEFÜRCHTUNG Grösse Resort  
BEFÜRCHTUNG hohe Lebensunterhaltskosten  
BEFÜRCHTUNG kalte Betten  
BEFÜRCHTUNG Konkurrenz (Gewerbe)  
BEFÜRCHTUNG Lohndumping  
BEFÜRCHTUNG Monopol Investor  
BEFÜRCHTUNG Natur-/ Umweltbelastung  
BEFÜRCHTUNG Spekulation  
BEFÜRCHTUNG unangenehme Gäste  
BEFÜRCHTUNG unvollendetes Resort  
BEFÜRCHTUNG Überforderung mit ausländ. Arbeitskräften  
BEFÜRCHTUNG Zunahme Kriminalität  
DIAGNOSE Auswärtige Profiteure  
DIAGNOSE Bautätigkeit  
DIAGNOSE Dorfbild  
DIAGNOSE Einstellung zum Resort  
DIAGNOSE Geschäftssituation (Gewerbe)  
DIAGNOSE Gewinner/Verlierer  
DIAGNOSE Liegenschafts- und Mietsituation  
DIAGNOSE Ohnmacht  
DIAGNOSE Standortfaktoren  
DIAGNOSE Zusammenarbeit (Gewerbe)  
ERWARTUNG Arbeitsplätze  
ERWARTUNG auswärtige Arbeitskräfte  
ERWARTUNG Dorfbild  
ERWARTUNG Gästesegment  
ERWARTUNG Infrastrukturausbau  
ERWARTUNG Zusammenarbeit  
HOFFNUNG Arbeitsplätze  
HOFFNUNG baldiger Baubeginn  
HOFFNUNG bleibende Normalität  
HOFFNUNG erschwingliches Preisniveau  
HOFFNUNG Impuls für Aufschwung  
HOFFNUNG kultureller Austausch  
HOFFNUNG mehr Gäste  
HOFFNUNG steigende Liegenschaftspreise  
HOFFNUNG Verjüngung der Bevölkerung  
INDIVIDUELLE SITUATION Einschätzung Zukunft

INDIVIDUELLE SITUATION Engagement  
INDIVIDUELLE SITUATION keine Veränderung  
INDIVIDUELLE SITUATION Umgang mit Wandel  
INDIVIDUELLE SITUATION Veränderung negativ  
INDIVIDUELLE SITUATION Veränderung positiv  
KOLLEKTIVE SITUATION Engagement  
KOLLEKTIVE SITUATION Gesprächskultur  
KOLLEKTIVE SITUATION Gewerbe  
KOLLEKTIVE SITUATION Konfliktpunkt  
KOLLEKTIVE SITUATION Projektbefürworter  
KOLLEKTIVE SITUATION Projektgegner  
KOLLEKTIVE SITUATION Stimmung  
KOLLEKTIVE SITUATION Umgang mit Wandel  
KOLLEKTIVE SITUATION Veränderung  
KOLLEKTIVE SITUATION Vereine  
KOLLEKTIVE SITUATION Zukunft ohne Resort  
MITARBEIT UMSETZUNG ja  
MITARBEIT UMSETZUNG nein  
NOCH UNSICHER besprechen im Team  
SITUATIONSBEWERTUNG Resort negativ  
SITUATIONSBEWERTUNG Resort neutral  
SITUATIONSBEWERTUNG Resort positiv  
VERUNSICHERUNG Realisierung  
VERUNSICHERUNG Situation Altersheim/Chedi  
VERUNSICHERUNG unspezifisch  
VERUNSICHERUNG Wohnsituation  
VERUNSICHERUNG Zugang Naherholungsgebiet (Golfplatz)  
WAHRNEHMUNG GEMEINDEPOLITIK negativ  
WAHRNEHMUNG GEMEINDEPOLITIK neutral  
WAHRNEHMUNG GEMEINDEPOLITIK positiv  
WAHRNEHMUNG INVESTOR negativ  
WAHRNEHMUNG INVESTOR neutral  
WAHRNEHMUNG INVESTOR positiv  
WAHRNEHMUNG KANTON negativ  
WAHRNEHMUNG KANTON positiv  
WAHRNEHMUNG MANAGEMENT ASA positiv  
WAHRNEHMUNG MANAGEMENT ASA Infopolitik  
WAHRNEHMUNG MANAGEMENT ASA negativ  
WAHRNEHMUNG Selbstbild Bevölkerung