

## INHALT

Abbildungen und Tabellen.....	IV
Exkurse .....	VI
Abkürzungen .....	VII

### **Teil I – Einführung in die Thematik**

#### *Von Unternehmen, ihrer Verantwortung und der Rolle der Geographie.*

Ausgangslage und Problemstellung.....	11
Zentrale Fragestellungen und Zielsetzung .....	12
Thematische Einordnung und geographische Relevanz .....	15
Aufbau der Arbeit .....	17
1. Verantwortung wahrnehmen .....	20
1.1 Verantwortung – eine begriffliche Annäherung.....	20
1.2 Die Rolle von Unternehmen im Verantwortungsdiskurs .....	24
2. Region entwickeln.....	28
2.1 Region als Untersuchungskategorie und im Kontext von Gebirgsraum.....	28
2.2 Die Bedeutung von Unternehmen für die Regionalentwicklung .....	30
3. Verantwortung für die Region entwickeln: Ein Entwurf geographischer Verantwortungsforschung .....	32

### **Teil II – Theoretisch-konzeptionelle Reflexionen**

#### *Über die Wechselbeziehung zwischen Unternehmen und ihrer Umwelt, veränderte Erwartungshaltungen und die Förderung von Verantwortungsbewusstsein.*

4. „Alles ist Wechselwirkung“ – Humboldt’s Erkenntnis übertragen auf Seilbahnunternehmen und ihre Umwelt.....	39
4.1 Umweltdienstleistungen: Gebirgsökosysteme als Nutzenstifter .....	39
4.2 Globaler Wandel im Gebirgsraum: Die Auswirkungen klimatologischer Veränderungen .....	40
4.3 Eingebettet und verflochten in der Region: Der <i>Embeddedness-Ansatz</i> und das <i>Modell der Außenverflechtungen</i> .....	44
5. Unternehmen im Wandel von Politik und gesellschaftlicher Wahrnehmung: Hintergründe und aktuelle Tendenzen .....	46
5.1 Die Entstehung eines Umweltbewusstseins: Von den <i>Grenzen des Wachstums</i> zum Leitbild <i>Nachhaltige Entwicklung</i> .....	46
5.2 Die Position der Unternehmen im Nachhaltigkeitsdiskurs: Neue Anforderungen und Erwartungshaltungen .....	52

5.3	Über die Relevanz von internationalen Konferenzen und die Bedeutung von Leitbildern.....	57
6.	Nachhaltigkeit in der Region: Konzepte und Strategien .....	59
6.1	Die Idee der <i>nachhaltigen Regionalentwicklung</i> .....	59
6.2	<i>Corporate Citizenship</i> und <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	61
6.3	Aspekte einer <i>Corporate Regional Responsibility</i> .....	64
7.	Altruismus oder Kalkül? – Über die Motive unternehmerischen Engagements und das Spannungsfeld zwischen Wachstum und Moral.....	66
8.	Zwischenfazit.....	69

### **Teil III – Empirische Befunde**

#### *Regionale Verantwortung von Seilbahnunternehmen in Tirol: Wahrnehmungen, Motive und das Spannungsfeld zwischen Naturnutzung und -schutz.*

9.	Forschungsdesign.....	73
9.1	Methodische Vorgehensweise.....	73
9.2	Analytische Herangehensweise.....	76
9.3	Ein Verantwortungskonzept für Seilbahnen.....	77
9.4	Auswahl der Untersuchungsregion und der Fallstudien.....	86
9.5	Über die Gewährleistung von Objektivität und die Grenzen einer Nachhaltigkeits- und Verantwortungsforschung.....	87
10.	Tourismus Macht Raum: Über die Bedeutung und Auswirkungen des Fremdenverkehrs in Tirol.....	89
10.1	<i>Das Heute verstehen</i> – ein geschichtlicher Abriss der touristischen Entwicklung .....	89
10.2	Sozioökonomische und räumliche Effekte.....	102
10.3	Akteursnetzwerke und Machtbeziehungen.....	106
10.4	Entwicklungstendenzen und Herausforderungen .....	109
11.	Regionale Verantwortung von Seilbahnunternehmen: Muster, Typen und Rahmenbedingungen.....	113
11.1	Seilbahn-Umwelt-Beziehung als Ausgangslage: Realitäten und Wahrnehmungen.....	113
11.1.1	<i>Seilbahnen und ihre soziale Umwelt</i> .....	113
11.1.2	<i>Seilbahnen und ihre natürliche Umwelt</i> .....	116
11.2	Unternehmens- und Verantwortungsverständnisse: Von der unternehmensfixierten zur regionalen Perspektive.....	118
11.3	Verantwortungsräume und -grenzen.....	125

11.4	Vier Fallstudien im Vergleich: Die Beispiele Fiss, Lermoos, Stubai und Fieberbrunn .....	131
11.4.1	Geschäfts- und Anteilsstrukturen.....	131
11.4.2	Das Verantwortungskonzept im Praxistest .....	133
12.	Seilbahnwirtschaft und Naturschutz – ein überwindbares Spannungsfeld? .....	140

## **Teil IV – Theoriegeleitete Re-Interpretation**

*Eine Verknüpfung zwischen wissenschaftlicher Abstraktion und gelebter Praxis.*

13.	Nachdenkliches zur Nachhaltigkeit: Über Zeithorizonte, Wachstumsdenken und die Frage nach Alternativen .....	145
14.	Relevanz theoretischer Erklärungsansätze .....	148
14.1	Seilbahnen – eingebettet in der Region .....	148
14.2	Regionale Verbundenheit und gesellschaftliche Akzeptanz – Motive einer <i>Corporate Regional Responsibility</i> .....	148
14.3	Seilbahnunternehmerisches Engagement und seine Bedeutung für die Regionalentwicklung .....	149
14.4	Der informierte und sensible Bürger – veränderte gesellschaftliche Erwartungshaltungen .....	150
15.	Abschließende Synthese .....	151
16.	Literaturverzeichnis.....	154
Anhang	.....	167
1:	Fragebogen.....	167
2:	Ausgewählte Interviewpartner .....	173
3:	Tabellen und Abbildungen .....	174
4:	Fragebogenauswertung (Auszug).....	175