

Monika Baldes

Interkultureller Kompetenzerwerb im Alpentourismus

Handlungspotentiale
und Entscheidungshilfen



Springer VS

Interkultureller Kompetenzerwerb im Alpentourismus

Monika Baldes

Interkultureller Kompetenzerwerb im Alpentourismus

Handlungspotentiale
und Entscheidungshilfen

 Springer VS

Monika Baldes
Tholey, Deutschland

ISBN 978-3-658-11289-9 ISBN 978-3-658-11290-5 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-11290-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	IX
Tabellenverzeichnis.....	XI
Anhangverzeichnis.....	XIII
1 Einleitung.....	1
1.1 Hinführung zum Thema.....	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	7
1.3 Vorgehensweise und Schwerpunktsetzung.....	8
2 Der Alpenraum.....	13
2.1 Abgrenzung der Alpen.....	13
2.2 Wirtschaftliche Entwicklung in den Alpen.....	15
2.3 Bevölkerung, Sprache und Tradition im Alpen- raum.....	22
2.4 Alpenkultur im touristischen Kontext	27
2.5 Non-Profit-Organisationen im Alpenraum.....	34
3 Kulturerfassungsansätze.....	39
3.1 Begriffsbestimmungen.....	39
3.2 Standards zu Modellen kultureller Unterschiede.....	51

3.2.1	Die Kulturdimension von E.T. Hall und M.R. Hall..	51
3.2.2	Die Kulturdimensionen von Geert Hofstede.....	54
3.2.3	Das Kulturstandardmodell nach Alexander Thomas.....	60
3.2.4	Das Vier-Kulturen-Modell nach Marion Thiem.....	65
4	Empirische Untersuchung.....	73
4.1	Zielsetzung.....	73
4.2	Entwicklung und Gestaltung der Experten- interviews.....	75
4.3	Auswahl der Interviewpartner und Probleme.....	83
4.4	Ergebnisteil.....	85
4.4.1	Befragungsergebnisse und Interpretationen zu Fragebogen I.....	87
4.4.2	Befragungsergebnisse und Interpretationen zu Fragebogen II.....	113
5	Fazit.....	127
5.1	Interkultureller Kompetenzerwerb im Alpen- tourismus.....	127
5.2	Kulturtransfer durch Kulturkontakt.....	135
	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	141

Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
IDV	Individualism versus Collectivism
IVR	Indulgence versus Restraint
k.A.	keine Angaben
LTO	Long-term versus Short-term Orientation
MAS	Masculinity versus Feminity
PDI	Power Distance Index
S.	Seite
u.a.	unter anderem
UAI	Uncertainty Avoidance
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Die traditionelle Verbreitung der Sprachgruppen in den Alpen.....	24
Abbildung 2	Dreisprachiger Wegweiser am Ortseingang von Corvara.....	25
Abbildung 3	Infobroschüre zur Zugspitze, Titelseite....	32
Abbildung 4	Funktionen von Kultur.....	41
Abbildung 5	Das Vier-Kulturen-Modell nach Thiem...	65
Abbildung 6	Modell der interkulturellen Kompetenzen	222

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Auswertung zu Fragebogen I, Teil B, Frage 8...	95
Tabelle 2	Auswertung zu Fragebogen I, Teil B, Frage 9...	97

Anhangverzeichnis

Anhang I	Anschreiben Fragebogen I	157
Anhang II	Anschreiben Fragebogen II und III	158
Anhang III	Fragebogen I	159
Anhang IV	Fragebogen II	170
Anhang V	Fragebogen III	173
Anhang VI	Auswertung Fragebogen I	179
Anhang VII	Auswertung Fragebogen II	203
Anhang VIII	Antworten zu Fragebogen III	214
Anhang IX	Ausgewählte Kulturdimensionen von Hofstede als Datenbasis	220
Anhang X	Handlungsleitfaden	221

1 Einleitung

In der Einleitung wird zunächst der Gegenstand der Arbeit vorgestellt. Gleichzeitig wird der Zusammenhang zwischen interkultureller Kommunikation und Alpentourismus hergeleitet und kurz erläutert; dazu gehört auch eine Einordnung in die wissenschaftliche Diskussion. Darüber hinaus soll eine genauere Eingrenzung des Themas der Arbeit erfolgen, als es im Titel möglich ist. Abschließend wird mit einem Überblick über das methodische Vorgehen auf die Schwerpunktsetzung der Arbeit eingegangen.

1.1 Hinführung zum Thema

Durch die großen gesellschaftlichen Veränderungen in den vergangenen 50 Jahren im Zuge der anhaltenden Globalisierung ist das Thema der interkulturellen Kommunikation als besondere Form der Kommunikation im 21. Jahrhundert besonders aufgrund der zunehmenden Internationalisierung des Wirtschaftslebens in vielfacher Hinsicht in der Wissenschaft behandelt worden. Diese Arbeiten befassen sich vorwiegend mit interkulturellen Belangen

im allgemeinen Geschäftsleben und thematisieren daher überwiegend ausgewanderte Berufstätige, die in einem neuen kulturellen Umfeld Fuß fassen möchten. Ebenso sind interkulturelle Belange in Bezug auf internationale Fusionen und Partnerschaften immer wieder ein Thema. Dabei wird darauf eingegangen wie Arbeitsverhalten, Geschäftsbräuche, Organisation und Management in der internationalen und interkulturellen Geschäftswelt erfolgreich gehandhabt werden sollten.

Aber auch das Reisen und somit der Tourismus beinhaltet unweigerlich die Begegnung von Kulturen – die der Reisenden und die der Bereisten. Über interkulturelle Begegnungen mit „Land und Leuten“ in Zusammenhang mit Urlaubsreisen gibt es jedoch bislang vergleichsweise wenig Literatur. Im übergeordneten Bereich der interkulturellen Kommunikation sind einige Standardwerke der Kulturwissenschaft und Anthropologie zu finden, die sehr hilfreiche Zugänge zum Phänomen Kultur sowie deren unterschiedlichen Facetten und Auswirkungen liefern. Sie eröffnen auch Räume, kulturelle Merkmale zu beschreiben sowie Hilfestellungen und Ansatzpunkte aufzeigen, wie kulturelle Differenzen überwunden werden können und so zu einem besseren gegenseitigen Verständnis führen.

In dieser Arbeit soll der Alpentourismus im Zentrum stehen. Touristen strömen dabei mittlerweile nicht nur aus den Nachbarländern sondern aus allen Teilen der Erde in die Alpen. Je ferner und fremder die beteiligten Kulturen sind, desto gravierender sind die kulturellen Unterschiede. Sie können zu zahlreichen Problemen

und Konflikten zwischen Reisenden und Bereisten führen. Denn auch die Reisenden selbst bringen, willentlich oder nicht, ihre eigene Heimatkultur in die Ferienregion mit, während sich die Bereisten den wachsenden Anforderungen einer touristischen Inszenierung der kulturellen Eigenarten in ihrer Ferienregion stellen müssen. Durch die Beschäftigung mit interkultureller Kommunikation im touristischen Kontext rücken damit nicht nur die Touristen ins Blickfeld der Arbeit, sondern auch die Einwohner der Alpenregion.

Wenn verschiedene kulturelle und religiöse Anschauungen aufeinander treffen, haben die eigenen vertrauten Codes plötzlich keine Gültigkeit mehr. Die Handlungen des Gegenübers scheinen kaum Sinn zu geben und die eigenen Ausdrucksmöglichkeiten verfehlen das Ziel. Solange keine Abstimmung aufeinander möglich ist, können leicht Missverständnisse entstehen; Stresssituationen und Fettnäpfchen sind vorprogrammiert. Will man Vorurteile und Grenzen zwischen den einzelnen Gruppen abbauen, muss man durch Verständigung, Begegnung und interkulturellen Kompetenzerwerb kulturellen Austausch ermöglichen. Der Bereich des Alpentourismus stellt somit ein interessantes Terrain für die interkulturelle Kommunikationsforschung dar.

Die Folgen des Tourismus, sein Nutzen als auch seine Schattenseiten, sind im Alpenraum vielfältig und komplex. Ökonomisch kommt dem Tourismus eine zentrale Bedeutung für Einkommen und Beschäftigung zu. In vielen ländlichen und hochalpinen Gebieten ist er der wichtigste Wirtschaftszweig und hat die Arbeits- und

Lebensbedingungen für viele Bewohner nachhaltig verändert. Damit hat er in vielen Bergdörfern zwar Wohlstand gebracht, aber auch ökonomische Abhängigkeiten geschaffen. Mit ca. fünf Millionen Ferienbetten, 500 Millionen Übernachtungen und 120 Millionen Feriengästen sind die Alpen eine der größten Tourismusregionen der Welt.¹

Da für die Touristen oft eine entsprechende Infrastruktur errichtet werden muss, können in den bereisten Gebieten Naturerhaltung, Kultur und traditionelle Strukturen zu kurz kommen. Besonders deutlich wird dies mit dem fortschreitenden Ausbau der Verkehrswege und der touristischen Infrastruktur wie Hotelanlagen, Freizeitzentren, Parkplätzen, Liftanlagen, Beschneiungsanlagen, Bergbahnen oder Aussichtsplattformen. Die damit einhergehenden Veränderungen werden von euphorischer Zustimmung über stille Akzeptanz und Duldung bis hin zu vehementer Ablehnung begleitet.

Eines der stärksten Reisemotive stellt neben dem Naturerlebnis nach wie vor das Kennenlernen fremder und möglichst authentischer Destinationen dar.² Touristen suchen das Heimische, das Unverwechselbare, das Authentische. Unter dem Druck der Globalisierung verflachen jedoch Einzigartigkeiten und menschliche Qualitäten wie Gefühle, Gastfreundschaft, Empathie und Herzlichkeit. Die meisten Touristen lernen dann nur die Dienstleistungskultur mit der für den Tourismus geschaffenen Infra-

¹ Vgl. Bätzing (1997) S.239.

² Vgl. Hennig (1997) S. 96 ff.

struktur kennen, aber nicht die echte Kultur des Gastlandes. Durch die häufig kurze Aufenthaltsdauer und die Trennung der Kulturen durch abgeschottete Ferienanlagen ist der Austausch der Kulturen im Sinne einer Völkerverständigung zusätzlich eingeschränkt.

Ein viel diskutiertes Problem sind die ökologischen Auswirkungen des alpinen Massentourismus. Die negativen Folgen reichen von erhöhtem Ressourcenverbrauch an Fläche, Energie und Wasser, der Produktion von Abwasser und Abfall bis hin zur Veränderung oder Zerstörung von natürlichen Lebensräumen und dem damit verbundenen Verlust an biologischer Vielfalt.³ Die hohe Verkehrsbelastung durch die anreisenden Touristen ziehen Luftverschmutzung und Lärmbelästigung nach sich und übertreffen in Stoßzeiten sogar die Messwerte in den Städten. Unberührte Natur und traditionelle Kulturlandschaften fallen dem Bau von touristischer Infrastruktur zum Opfer und hinterlassen lange sichtbar bleibende Narben in Boden und Vegetation. Der Einsatz künstlicher Beschneigung nimmt rasant zu. Aber auch durch die Abdeckung von Gletscherflächen mit reflektierenden Plastikfolien, um das Abschmelzen des Eises zu verhindern, wird in die Natur eingegriffen. Der Spagat zwischen Kommerz und vielfältigen, abwechslungsreichen Naturräumen als attraktiven touristischen Zielen gelingt nicht immer.

Nach Auffassung vieler Alpenforscher bergen aber auch die sozialen und kulturellen Probleme, die mit dem Tourismus

³ Vgl. Engels/ Job-Hoben (2009) S. 7-25.

verbunden sind, ein hohes Konfliktpotential.⁴ Durch die Kaufkraft der Touristen steigen die Preise für Grundbesitz, Miete und Lebensmittel und tragen so zu einer Abwanderung der alpinen Bewohner bei. Die Schere zwischen arm und reich nimmt in den Tourismusgemeinden zu. Während sich verhältnismäßig wenig Einheimische im Tourismusgeschäft behaupten können, sinken andere auf das Niveau von Hilfskräften herab.

Das Aufeinanderprallen von traditionellen, bäuerlichen Werten und den Interessen einer städtischen Erlebnis- und Freizeitgesellschaft, vielmals geprägt von Individualismus und einer hedonistischen Grundhaltung, stimmt manche Bergbewohner besorgt, weil sie den Verlust ihrer kulturellen Identität fürchten.

Selbst in der Interaktion der Touristen mit dem Servicepersonal sind das Bewusstsein und die Beachtung kultureller Unterschiede von Bedeutung. Nicht nur durch sprachliche Barrieren kann die Verständigung zwischen Gastgeber und Gast, zwischen Einheimischen und Touristen mühevoll sein, sondern auch dann, wenn die kulturellen Besonderheiten nicht beachtet werden und es dadurch zu unangenehmen Situationen zwischen Gast und Gastgebern kommt. Die Begegnung unterschiedlicher Kulturen kann somit auf beiden Seiten ein Gefühl der Hilflosigkeit, der Verunsicherung, der Angst und der Aggression sowie alle möglichen Arten von Irritationen, Erschrecken und Abwehr hervorrufen.

⁴ Vgl. Bachleitner R., Egger R., Haid H., Herdin T., Luger K.

Der Alpenraum ist somit ein interessantes Gebiet der interkulturellen Begegnung und Kommunikation. Menschen unterschiedlichster Kulturen treffen aufeinander und haben die Möglichkeit, andere Kulturen, Gewohnheiten und Lebensumstände kennenzulernen – denn Reisen bieten die Möglichkeit, Fremdes aus erster Hand kennenzulernen und in direkten Kontakt mit der ansässigen Bevölkerung zu treten. Diese interkulturellen Begegnungen können positiv verlaufen und als angenehm und bereichernd empfunden werden; sie können aber auch ungünstig verlaufen oder sogar zu Missverständnissen führen und Ängste und Vorbehalte schüren.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

In dieser Arbeit soll dargelegt werden, wie die einzelnen Akteure im Alpentourismus von einem besseren gegenseitigen Verständnis profitieren könnten und mithilfe welcher konkreten Maßnahmen und Strategien dies umgesetzt werden kann.

Um daraus einen praktischen Nutzen ableiten zu können, soll ein schematischer Handlungsleitfaden erarbeitet werden, der der einheimischen Bevölkerung im Allgemeinen, aber auch alpinen Non-Profit-Organisationen und touristischen Gastgebern die Kommunikation mit Reisenden aus den unterschiedlichsten Kulturen erleichtern soll.

Damit drängen Fragen der kulturellen Identität und ihres drohenden Verlustes ebenso wie Fragen der sozialen und kulturellen Verträglichkeit des Tourismus in das Blickfeld der

Untersuchung, aber auch Fragen nach den Wirkungen des Tourismus auf die beteiligten Kulturen sowie Fragen nach Chancen und Gefahren für Kulturbegegnungen und nach kultureller Offenheit durch Tourismus. Folglich werden in der Arbeit auch Bereiche gestreift, die aufzeigen, welche Veränderungen der Alpentourismus in der alpenländischen Kultur bewirkt und wie sich dies auf die Bewohner und deren Verhalten gegenüber Touristen auswirkt. Wie gehen die Menschen im Alpenraum mit den teils heftigen Widersprüchen zwischen traditionellen und modernen Werten um? Gelingt es ihnen, aus der Verbindung dieser Werte eine neue, lebenswerte Identität auszubilden? Inwieweit kann der Tourismus als Möglichkeit zur Völkerverständigung gesehen werden? Findet tatsächlich auch ein Austausch zwischen den Kulturen im Sinne eines Kulturtransfers statt?

1.3 Vorgehensweise und Schwerpunktsetzung

Die interkulturelle Begegnung im Alpentourismus bildet den Schwerpunkt der Arbeit. Es gilt dabei, sowohl herauszuarbeiten, welche Hemmfaktoren eine interkulturelle Begegnung scheitern lassen oder verhindern können, aber auch, wie interkulturelle Begegnungen zu einem besseren Verständnis des Gegenübers führen können. Dabei sollen genauere Informationen und ein tiefer gehender Einblick in die Prozesse der interkulturellen Kommunikation speziell für den Alpentourismus zeigen, welche Besonderheiten es hier zu beachten gilt.

Die Fragestellung wird von einer Literaturrecherche begleitet, deren Basis ausgewählte Theorien und Konzepte der interkulturellen Kommunikation bilden und sowohl die Komplexität der interkulturellen Begegnung aufzeigen als auch dazu beitragen die kulturellen Stolpersteine, Missverständnisse, Hemmnisse besser einzuordnen. Zusätzlich fließt in diese Arbeit auch touristische Fachliteratur mit ein, um den Alpentourismus als Schauplatz interkultureller Kommunikation besser zu beschreiben. Die Besonderheiten im Alpentourismus werden dabei von einer eigenen empirischen Untersuchung anhand qualitativer Experteninterviews untermauert, deren Erarbeitung, Auswertung und Interpretation im Zentrum der Arbeit steht. Um dabei eine möglichst ganzheitliche Betrachtung dieses Bereichs zu ermöglichen und die vielfältigen Aspekte zu würdigen, müssen neben den sozialen und kulturellen auch die ökonomischen und ökologischen Auswirkungen des Alpentourismus Erwähnung finden. Die Arbeit bewegt sich somit zwischen Tourismusforschung und interkultureller Kommunikation und gliedert sich in fünf Abschnitte.

Zunächst wird der Gegenstand der Arbeit genauer eingegrenzt sowie der Zusammenhang zwischen interkultureller Kommunikation und Alpentourismus hergeleitet und kurz erläutert.

Schließlich wird das Phänomen Tourismus und seine Auswirkungen im Alpenraum erläutert. Dabei wird die Region geographisch eingeordnet, die Geschichte des Alpentourismus und seine Entwicklungen kurz skizziert, Zusammenhänge zwischen den

aus dem Tourismus resultierenden ökonomischen und ökologischen Folgen hergeleitet sowie Kultur und Sprache des Alpenraumes anhand ausgewählter Beispiele vorgestellt. Dabei soll auch ein Einblick gegeben werden, wie sich die Alpenregion in der Tourismuswerbung präsentiert und sich so auf die unterschiedlichen kulturellen Touristengruppen einstellt.

Ausgehend von einer kurzen Definition zentraler Begriffe, wird in einem weiteren Teil auf die theoretischen Grundlagen der interkulturellen Kommunikation eingegangen. Die vorgestellten Konzepte für Kulturdimensionen und Kulturstandards sollen dazu beitragen, die kulturelle Vielfalt zu systematisieren und eine Orientierung zu geben. Den Schwerpunkt bilden dabei die Kulturdimensionen von Geert Hofstede (2001) und Hall (1990) sowie das Kulturstandardmodell von Alexander Thomas (2009). Wie gelungen diese Konzepte sind und welche Gefahren sie bergen, wird abschließend erläutert. Zur Darstellung der grundsätzlichen Wirkungsmechanismen und der Bedeutung des Tourismus für die Kultur der touristischen Zielgebiete wird außerdem auf das Vier-Kulturen-Modell von Marion Thiem (1994) Bezug genommen und so auch der Aspekt der kulturellen Identität berücksichtigt.

Der nächste Teil bildet den Kern der Arbeit. Unter Bezug auf die vorgestellten Theorien und Konzepte werden die Ergebnisse der für diese Arbeit durchgeführten Experteninterviews vorgestellt. Neben der Vorgehensweise bei der Datenerfassung werden auch Ziel, Aufbau und gewählte Forschungsmethode der empirischen

Untersuchung beschrieben. Auf die teilweise enormen Probleme bei der Erhebung der empirischen Basis wird in diesem Teil ebenfalls eingegangen. Die Experteninterviews wurden anhand eigens entwickelter Fragebögen durchgeführt und in verschiedenen Fassungen an Tourismusfachleute und an engagierte ehrenamtlich oder hauptberuflich Tätige in Heimat-, Alpen- und Non-Profit-Organisationen verschickt. Sie enthielten unter anderem Fragen nach dem Charakter der Begegnung, wie stark die fremde Sprache, die festgelegten Rollen, Unsicherheit und Angst, Stereotype, die Ablehnung der Einheimischen oder das Verhalten der Touristen selbst einen Austausch hemmen und welche Rahmenbedingungen und Faktoren die Bedingungen für einen interkulturellen Austausch verbessern.

Im letzten Teil der Arbeit sollen die Ergebnisse der Arbeit zusammengefasst werden. An erster Stelle soll die Arbeit Handlungspotentiale aufzeigen und Informations- und Entscheidungshilfen geben, um Bedingungsfaktoren für interkulturelle Begegnung und interkulturellen Kompetenzerwerb auf Seiten touristischer Gastgeber zu verbessern. Aber auch der einheimischen Bevölkerung und alpinen Non-Profit-Organisationen können diese Erkenntnisse von Nutzen sein, um die Kommunikation mit Reisenden aus den unterschiedlichsten Kulturen zu erleichtern oder zu verbessern.

Informationen über die Rahmenbedingungen für interkulturelle Begegnungen sind eine wichtige Voraussetzung, Maßnahmen zur Qualifizierung und Verbesserung von interkulturellen Begegnun-

gen im Alpentourismus vornehmen zu können. Sie zeigen auf, welche Veränderungen der Alpentourismus in der alpenländischen Kultur bewirkt und wie sich dies auf die Bewohner und deren Verhalten gegenüber Touristen auswirkt. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse soll ebenfalls kurz skizziert werden, inwiefern der Tourismus in den Alpen als Möglichkeit zur Völkerverständigung gesehen werden kann und ob tatsächlich auch ein Austausch zwischen den Kulturen im Sinne eines Kulturtransfers stattfindet. Schließlich soll auch ein Fazit gezogen werden, ob es trotz oftmals ungünstiger Ausgangslage zu einer interkulturellen Begegnung kommen kann, die mehr als nur ein oberflächliches Aufeinandertreffen von Touristen und einheimischer Bevölkerung ist.

2 Der Alpenraum

2.1 Abgrenzung der Alpen

Der Alpenraum ist einer der vielfältigsten europäischen Großräume. Er erstreckt sich von den Seenlandschaften der Voralpen über Wein- und Obstanbaugebiete als auch über die typischen Berglandwirtschaftsgebiete und ausgedehnte Waldlandschaften bis hin zu den kargen Hochgebirgslandschaften der Zentralalpen. Die Alpen sind das höchste europäische Gebirge.⁵ Sie erstrecken sich auf einer Fläche von rund 193.000 km². Diese teilen sich acht Staaten mit folgenden prozentualen Anteilen:

Österreich (28,5%), Italien (27,2%), Frankreich (20,7%), Schweiz (13,9%), Deutschland (5,6%), Slowenien (4,0%) sowie die Fürstentümer Lichtenstein (0,08%) und Monaco (0,01 %).⁶

Die Alpen erstrecken sich in einem rund 1.000 km langen und zwischen 150 und 250 km breiten Bogen zwischen dem Apennin im Westen und dem Wiener Becken im Osten. Die Alpen fallen im

⁵ Vgl. Bätzing (1997) S. 23.

⁶ Vgl. Bätzing (2005) S. 23 und S. 364.