

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT
INSTITUT FÜR UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN

Empfehlungen für Whale Watching- und Ökotourismuscamps in der Lagune San Ignacio, basierend auf einer Nachhaltigkeitsanalyse und der Befragung von Touristen



Abb. 1 Blick auf die Lagune San Ignacio. Quelle: Eigenes Foto

Bachelorarbeit

von

Wechsler Sky

Bachelorstudiengang 2016

Abgabedatum 24.10.2019

Studienrichtung Umweltingenieurwesen

Fachkorrektoren:
Harlinghausen, Daniela
ZHAW Life Sciences und Facility Management IUNR
Grüental, 8820 Wädenswil

Dr. Brenneisen, Stephan
ZHAW Life Sciences und Facility Management IUNR
Grüental, 8820 Wädenswil

Impressum

Autor

Wechsler Sky

Titelbild

Eigene Fotografie in San Ignacio, Aussicht vom Pachicos Camp

Keywords

Whale Watching, Ökotourismus, San Ignacio Lagune

Zitiervorschlag

Wechsler, S.; (2019). Empfehlungen an die Whale Watching- und Ökotourismuscamps in der Lagune San Ignacio, basierend auf den Bedürfnissen der Touristen und einer Nachhaltigkeitsanalyse.

Wädenswil: Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften.

Institut

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Department Life Sciences und Facility Management, Institut UNR

Gewählte Schreibweise

Der folgende Text meint Frauen und Männern gleichermassen.

Der englische Begriff von Walbeobachtung wurde weitgreifend ins Deutsche übernommen und wird deshalb in dieser Arbeit mit Whale Watching als Synonym verwendet.

Der Begriff Whale Watching wird, falls notwendig, mit WW abgekürzt.

Wädenswil, 24. Oktober 2019

Abstract

This bachelor thesis examines the whale watching and ecotourism offer of six camps in the San Ignacio Lagoon in Mexico. Four research questions are asked: First, which needs of the tourists coming to San Ignacio for whale watching are covered by the camps? Second, how is the offer of camps perceived by tourists? Since only ecotourism camps are offered in the San Ignacio Lagoon, a third research question is asked: What does the tourism form of "Ecotourism" in the Bay of San Ignacio contain? Fourth, what potential does environmental education have in San Ignacio Lagoon? Next to the research questions there are also three hypotheses: Hypothesis 1: «After whale watching, more than 50% of tourists surveyed would like more information about the whales and the San Ignacio area.» Hypothesis 2: «Less than 50% of the surveyed tourists say they are doing whale watching in San Ignacio because of the existing ecotourism in the lagoon.» Hypothesis 3: «The whale watching offerings of ecotourism camps in the San Ignacio Lagoon will only receive average value in the sustainability assessment.» The aim of the bachelor thesis is to develop recommendations for the whale watching and ecotourism camps in the San Ignacio Lagoon, based on the needs of the tourists and a sustainability analysis. To provide an overview of the equipment and offers of the six camps, a general SWOT analysis on the camps strengths, weaknesses, potential and risks were applied as for each camp received a profile. To test the hypotheses and answer the research questions, a quantitative survey and qualitative interviews were conducted with the whale watching tourists of the San Ignacio Lagoon. The examination method was based on a mixed methods approach. The results of the qualitative and quantitative surveys showed that the guests were very satisfied with the offer of the camps and the amount of information about the gray whales and the region. The distribution of answers to the different camps, however, showed that in two of the six camps more than half of the tourists wanted more information about the gray whales and the region. It can also be said that the majority of tourists went whale watching in the San Ignacio Lagoon for ecotourism and recommendations. In addition, touching the gray whales, which are called "friendly whales" by the tourists, was an important reason for the trip to the San Ignacio Lagoon. The hypotheses of this work had to be discarded. In general, the camps proved more ecological than expected with the hypotheses. Research questions I to III were successfully answered. The fourth research question remains unanswered because the potential could not be answered with the questions asked from the questionnaire. The surveyed tourists from the quantitative survey were very satisfied with the whale watching as well as the staff and the sustainable spirit. The qualitative interviews also revealed that all six interviewees for the whale watching and ecotourism services in the San Ignacio Lagoon would visit again. In conclusion, the camps are exemplary in terms of the use of renewable energy and the organization of whale watching. With the surveys, the needs of tourists were made visible and the sustainability analysis showed that the offered whale watching and ecotourism in the San Ignacio Lagoon is sustainable.

Zusammenfassung

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht das Whale Watching- und Ökotourismus-Angebot von sechs Camps in der Lagune San Ignacio in Mexiko. Dazu werden vier Forschungsfragen gestellt: Erstens, welche Bedürfnisse der Touristen, die wegen dem Whale Watching nach San Ignacio kommen, werden von den Camps gedeckt? Zweitens, wie wird das Angebot der Camps von den Touristen wahrgenommen? Da in der Lagune San Ignacio nur Ökotourismuscamps angeboten werden, wird eine dritte Forschungsfrage gestellt: Was beinhaltet die Tourismusform «Ökotourismus» in der Lagune von San Ignacio? Viertens, welches Potenzial hat Umweltbildung in der Lagune San Ignacio? Zu den Forschungsfragen wurden zudem drei Hypothesen aufgestellt. Hypothese 1: «Nach dem Whale Watching wünschen sich über 50% der befragten Touristen mehr Informationen über die Wale und die Umgebung von San Ignacio.» Hypothese 2: «Weniger als 50% der befragten Touristen geben an, wegen dem vorhandenen Ökotourismus in der Lagune das Whale Watching in San Ignacio zu machen.» Hypothese 3: «Die Whale Watching-Angebote der Ökotourismuscamps in der Lagune von San Ignacio werden bei der Nachhaltigkeitsbewertung lediglich einen durchschnittlichen Wert erhalten.»

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, Empfehlungen für die Whale Watching- und Ökotourismuscamps in der Lagune San Ignacio zu erarbeiten, basierend auf einer Befragung der Touristen und einer Nachhaltigkeitsanalyse. Um eine Übersicht über die Ausstattung und das Angebot der sechs Camps zu erarbeiten, wurde für jedes Camp ein Steckbrief sowie eine zusammenfassende SWOT-Analyse zu den Camps erstellt. Um die Hypothesen zu testen und die Forschungsfragen zu beantworten, wurden eine quantitative Umfrage und qualitative Interviews mit den Whale Watching-Touristen der Lagune San Ignacio durchgeführt. Die Untersuchungsmethode richtete sich nach einem Mixed Methods-Ansatz. Die Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Befragungen ergaben, dass die Gäste mit dem Angebot der Camps und der Menge an Informationen über die Grauwal und die Region sehr zufrieden waren. Die Verteilung der Antworten auf die unterschiedlichen Camps zeigte jedoch, dass bei zwei der sechs Camps mehr als die Hälfte der Touristen sich mehr Information zu den Grauwalen und der Region wünschen. Ausserdem kann festgehalten werden, dass sich die Mehrheit der Touristen spezifisch wegen dem Ökotourismus-Angebot und aufgrund von Empfehlungen für das Whale Watching in der Lagune San Ignacio entschieden haben. Zudem stellte das Anfassen der Grauwale, ein weiterer wichtiger Grund für die Reise in die Lagune dar. Die Hypothesen dieser Arbeit mussten allesamt verworfen werden. Die Forschungsfragen I bis III konnten erfolgreich beantwortet werden. Die vierte Forschungsfrage bleibt unbeantwortet, weil das Potenzial mit den gestellten Fragen aus dem Fragebogen nicht beantwortet werden konnten. Die quantitative Umfrage ergab, dass die Touristen mit dem Whale Watching, dem Personal und dem nachhaltigen Ambiente sehr zufrieden waren. Die qualitativen Interviews zeigten zudem, dass alle sechs Interviewpartner für das Whale Watching- und Ökotourismusangebot in die San Ignacio-Lagune zurückkehren würden oder bereits zurückgekehrt sind. Schlussfolgernd kann festgehalten werden, dass die Camps vorbildlich handeln, was die Nutzung erneuerbarer Energien und die Organisation des Whale Watching angeht. Mit den Befragungen konnten die Bedürfnisse der Touristen sichtbar gemacht werden. Zudem konnte mit der Nachhaltigkeitsanalyse aufgezeigt werden, dass der angebotene Whale Watching- und Ökotourismus in der Lagune San Ignacio nachhaltig ausgerichtet ist.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	7
1.1 Hypothesen und Forschungsfragen	8
2 Ökotourismus	9
2.1 Ursprung Terminus	9
2.2 Definition	9
2.3 Der Ökotourismus in der Lagune San Ignacio im Vergleich	11
3 Whale Watching in Baja California Sur	13
3.1 Definition	13
3.2 Whale Watching in der Lagune San Ignacio.....	13
3.2.1 Die Entwicklung zu einem geregelten Whale Watching-Angebot in der Lagune San Ignacio.....	14
3.2.2 Das aktuelle Whale Watching-Angebot in der Lagune San Ignacio.....	14
4 Methode und Datenanalyse der qualitativen und quantitativen Befragung	16
4.1 Methoden.....	16
4.2 Datenanalyse der quantitativen Umfrage	16
4.3 Datenanalyse der qualitativen Interviews mit Whale Watching-Touristen.....	18
5 Steckbriefe der sechs Camps in der San Ignacio-Lagune	21
5.1 Camp Pachico.....	21
5.2 Camp Antonio	23
5.3 Camp Kuyima	24
5.4 Camp Cortez.....	26
5.5 Camp Baja Expeditions	27
5.6 Camp Discovery	27
5.7 Fazit Steckbriefe.....	29
6 Situationsanalyse	30
6.1 SWOT-Analyse	30

Bachelorarbeit

6.2 Nachhaltigkeitsbewertung des Whale Watching-Angebots in San Ignacio	33
6.3 Handlungsfelder basierend auf den Erkenntnissen der Nachhaltigkeitsbewertung.....	38
7 Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Umfrage	40
7.1 Analyse der Beweggründe nach Baja California Sur zu reisen, um Whale Watching zu erleben	40
7.2 Analyse der Beweggründe nach San Ignacio zu reisen, um Whale Watching zu machen.....	41
7.3 Analyse zur Einstellung der Touristen bezüglich des Anfassens der Tiere	43
7.4 Analyse der Touristenmeinungen bezüglich der Informationsmenge zu den Grauwalen.....	45
7.5 Analyse zur Zufriedenheit der Whale Watching-Touristen	48
8 Diskussion	52
9 Schlussfolgerungen	59
10 Ausblick.....	60
11 Literaturverzeichnis.....	61

1 Einleitung

Baja California Sur ist ein mexikanischer Bundesstaat und macht den südlichen Teil der Halbinsel Niederkalifornien aus. Die Halbinsel grenzt im Westen an den Pazifik und an der Ostküste an den Golf von Kalifornien. Die Westküste der Halbinsel zieht mit seinen schützenden Lagunen entlang der Küste über 1000 migrierende Grauwale aus den polaren Gewässern an. Die Grauwale migrieren während den Monaten Dezember bis März in verschiedene Lagunen, wo sie sich fortpflanzen und ihre Kälber gebären und aufziehen. Seit dem Jahr 1988 gehören drei Lagunen in Baja California Sur dem grössten Biosphärenreservat von Mexiko an und zwei davon, die Ojo de Liebre und Lagune San Ignacio, wurden im Jahr 1992 als die wichtigsten Fortpflanzungs- und Nahrungsgründe für die Grauwale von der UNESCO in die Liste der Weltnaturerbstätten aufgenommen (Swartz & Ocean Foundation, 2014). Durch eine ungeplante Begegnung im Jahr 1972 zwischen zwei Fischern und einem zutraulichen Grauwal in der Lagune San Ignacio wurde das Potenzial des Whale Watching-Angebots mit «friendly whales» erkannt (Carwardine, 2017).

Heute sind sechs verschiedene Ökotourismuscamps an der Küste der Lagune San Ignacio vertreten, die den Touristen im Frühjahr Whale Watching anbieten. Seit den 2000er Jahren haben sich die Whale Watching- und Ökotourismuscamps mit verschiedenen Ejido Mitgliedern zusammengeschlossen. Die Ejidos stellen eine Besitzform dar, in der ein Landstück gemeinsame Grundbesitzer hat und individuell genutzt wird. Seither wurden Regelungen im Whale Watching-Angebot vereinheitlicht. Was unter dem angebotenen Ökotourismus in der Lagune zu verstehen ist, was er beinhaltet und wie die Touristen das Whale Watching- und Ökotourismus-Angebot wahrnehmen, wird mit dieser Bachelorarbeit untersucht.

Diesbezüglich werden Empfehlungen für die vorhandenen Whale Watching- und Ökotourismuscamps basierend auf den Resultaten einer Touristenbefragung und einer Nachhaltigkeitsanalyse erarbeitet. Mit der Nachhaltigkeitsanalyse wird das Whale Watching-Angebot auf dessen Nachhaltigkeit untersucht. Dabei werden Stärken wie auch mögliche Handlungsfelder des Angebots aufgedeckt. Aufgrund der Handlungsfelder werden Empfehlungen erstellt, die auf eine nachhaltige Weiterentwicklung des Ökotourismus zielen. Die Touristenbefragung wird anhand quantitativer und qualitativer Befragungsmethoden sowie eines Mixed Methods-Ansatzes durchgeführt. Mit den Ergebnissen der Befragungen werden die Hypothesen getestet und die Forschungsfragen beantwortet. Die Vorstellung der Hypothesen und Forschungsfragen erfolgt im folgenden Unterkapitel 1.1.

1.1 Hypothesen und Forschungsfragen

In dieser Bachelorarbeit werden drei Hypothesen behandelt, die Aufschluss über die Nachhaltigkeit des vorhandenen Ökotourismus- und Whale Watching-Angebots in der Lagune San Ignacio geben sollen. Zusätzlich werden vier Forschungsfragen gestellt. Sie entstammen der Grundfrage, wie sich der Ökotourismus in der San Ignacio Bucht in Bezug auf die Nachhaltigkeit weiterentwickeln kann, und werden im Kapitel 8 Diskussion beantwortet.

Hypothese 1 «Nach dem Whale Watching wünschen sich über 50% der befragten Touristen mehr Informationen über die Wale und die Umgebung von San Ignacio.»

Hypothese 2 «Weniger als 50% der befragten Touristen geben an, wegen dem vorhandenen Ökotourismus in der Lagune das Whale Watching in San Ignacio zu machen.»

Hypothese 3 «Die Whale Watching-Angebote der Ökotourismuscamps in der Lagune von San Ignacio werden bei der Nachhaltigkeitsbewertung lediglich einen durchschnittlichen Wert erhalten.»

Forschungsfragen:

- I. «Welche Bedürfnisse der Touristen, die wegen dem Whale Watching nach San Ignacio kommen, werden von den Camps gedeckt?»
- II. «Wie wird das Angebot der Camps von den Touristen wahrgenommen?»
- III. «Was beinhaltet die Tourismusform «Ökotourismus» in der Bucht von San Ignacio?»
- IV. «Welches Potenzial hat Umweltbildung in der San Ignacio Lagune?»

2 Ökotourismus

Aufgrund der enormen Verluste an Biodiversität in den tropischen Gebieten gewann der Naturschutz in den 1990er-Jahren stark an Bedeutung. Mit der Idee, Naturschutzgebiete als beliebte Tourismusdestinationen in Wert zu setzen, wurde das Konzept des Ökotourismus erarbeitet. Die Einnahmen durch die erhobenen Eintrittsgebühren für die Besucher sollten in den Naturschutz zurückfließen und durch eine geregelte Besucherlenkung sollte ein naturnahes, sozial und ökologisch verträgliches Angebot beibehalten werden. Hinter dem Ökotourismuskonzept standen primär Naturschutzorganisationen (Strasdas, 2015). Heute wird Ökotourismus verschieden interpretiert und nicht selten aus rein marketingtechnischen Gründen verwendet. Er ist im 21. Jahrhundert eine verbreitete Form des Tourismus und der am schnellsten wachsende Markt im Tourismussektor (Agrawal, 2015).

In diesem Kapitel wird der Ursprung des Terminus sowie die Definition von Ökotourismus behandelt. Das Verständnis von Ökotourismus in dieser Bachelorarbeit wird ebenfalls definiert und der Ökotourismus in der Lagune von San Ignacio vorgestellt.

2.1 Ursprung Terminus

Die Meinungen zum Ursprung des Begriffs «Ökotourismus» gehen auseinander, weshalb die Quelle zur Entstehung des Begriffs bis anhin nicht vollständig geklärt werden konnte. In gewissen literarischen Quellen wird Dr. Nicolas Hetzer als Begründer des Terminus verstanden (Kurte, 2002; Cini, Metastasio & Passafaro, 2017; Fang et al., 2018). Im Jahre 1965 veröffentlichte Hetzer einen Artikel über die Notwendigkeit einer neuen Tourismusform, welche Kultur, Bildung und Tourismus vereint. Er beschrieb als Erster einen verantwortungsbewussten „ökologischen Tourismus“ oder „Ökotourismus“, der sich aus vier Hauptpunkten zusammensetzt: 1) Die Umwelt soll minimalst beeinflusst werden. 2) Den Einheimischen einer Region eines Gebietes soll mit Respekt begegnet werden. 3) Es sollen maximale ökonomische Gewinne für die lokale Bevölkerung entstehen und 4) Eine maximale Erholung für den Besucher soll ermöglicht werden (Fang et al., 2018 ; Kurte, 2002).

Im Journal *World Leisure and Recreation* und unter dem Artikel «Ecotourism Development in Protected areas of Developing Countries» schrieb John Hummel, dass der Terminus «Ecotourism» von einem Costa-ricanischen Reiseführer verwendet und in verschiedenen Zeitungsartikeln benutzt wurde. Dabei sei Hector Ceballos-Luscurain, ein mexikanischer Architekt, einer der ersten Förderer des Terminus «Ökotourismus» im Jahre 1987 gewesen, weil er den bestehenden Begriff aus Costa Rica in das mexikanische Journal adaptierte und damit die Verbreitung auf internationaler Ebene förderte (Hummel, 1994). Ab den späten 1980er-Jahren wurde der Terminus im englischen Sprachraum und in der Wissenschaft verwendet und auf globaler Ebene verbreitet (Kurte, 2002).

2.2 Definition

Ökotourismus als Begriff wird vielseitig verwendet und kann verschiedene Bedeutungen haben. Zudem gibt es beschreibende und richtungsweisende Definitionen. Als Beispiel für eine beschreibende Definition wird in dieser Arbeit Hector Ceballos Luscurain, aus dem Jahr 1987 zitiert (Kurte, 2002).

„Reisen in relativ ungestörte Gebiete oder unverschmutzte natürliche Gebiete mit der bestimmten Zielsetzung, die Landschaft und ihre wilden Pflanzen und Tiere sowie vorhandene kulturelle Sehenswürdigkeiten (sowohl aus der Vergangenheit als auch aus der Gegenwart), die in diesen Gebieten gefunden werden, zu studieren, zu bewundern und zu geniessen“ (Kurte, 2002, S. 22)

Eine richtungsweisende Definition wird hier von «The International Ecotourism Society» (TIES) präsentiert, welche 1990 in den USA gegründet wurde. Das TIES hat das Ziel „den Tourismus zu einem Instrument für Naturschutz und nachhaltige Entwicklung zu machen“ (Kurte, 2002, S. 19) und hat eine Beratungsfunktion für Akteure im Naturschutz und Tourismus eingenommen. Die Organisation fordert vom Ökotourismus, dass:

- (1) physische, soziale und psychologische Auswirkungen auf eine Region minimal zu halten sind
- (2) das Bewusstsein für die Umwelt und die lokale Kultur gefördert und respektiert wird
- (3) positive Erlebnisse für die Besuchenden wie auch für die Gastgebenden zustande kommen
- (4) direkte finanzielle Leistungen in den Umweltschutz hineinfließt
- (5) finanzielle Vorteile für die lokale und private Industrie ermöglicht werden
- (6) eindruckliche Erlebnisse geboten werden, welche die Besucher auf die lokalen politischen, umwelt-technischen und sozialen Umstände sensibilisieren
- (7) Gebäude und ihre Infrastrukturen geringe Auswirkungen auf die Umwelt haben
- (8) die Rechte und der Glauben der vorhandenen indigenen Bevölkerungsgruppen anerkannt und durch eine Zusammenarbeit in ihrer Befähigung unterstützt werden

(Agrawal, 2015)

Laut Fischer (2014, S.35) ist Ökotourismus ein Tourismus „mit geringen negativen Auswirkungen, inspiriert in erster Linie von der natürlichen und kulturellen Geschichte einer Region. Dabei sollen die sozialen, kulturellen und Umweltschäden so gering wie möglich gehalten werden. Mit den Einnahmen trägt der Ökotourismus zu einem langfristigen Schutz einer Region und seiner Gemeinschaft bei und bietet Gelegenheiten des Lernens.“ Und Agrawal (2015) hält fest, dass der Ökotourismus teils als Unterkategorie des nachhaltigen Tourismus angesehen wird. Der nachhaltige Tourismus unterscheidet sich vom Ökotourismus, indem klare Regulierungen für die Industrie bestehen. Vorgegebene messbare Richtwerte sollen den Verbrauch von nicht nachwachsenden Rohstoffen und Umweltschäden minimieren, sowie den Beitrag des Tourismus an einer nachhaltigen Entwicklung einer Destination fördern. Laut der Hochschule Luzern (2015) müssen für eine nachhaltige Entwicklung die Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft gleichermassen gewichtet und berücksichtigt werden. Die Hochschule hat hierzu eine Grafik erstellt, welche die Dimensionen mit ihren Ansprüchen übersichtlich in der Abb. 2 darstellt.

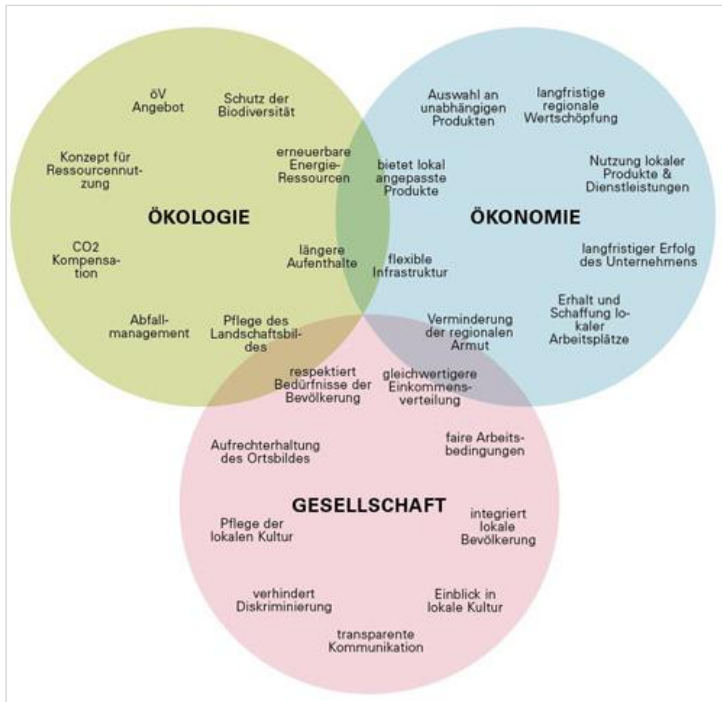


Abb. 2: Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus Quelle Hochschule Luzern (2015). Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Die Luzerner Perspektive

Obwohl die erwähnten Definitionen für Ökotourismus unterschiedlich sind, besteht der Kern vieler Definitionen aus den gleichen Elementen: Naturschutz, Förderung der lokalen ökonomischen Wertschöpfung, Respektierung der lokalen Kultur und ein bewusster Umgang mit den lokalen Ressourcen (Fischer, 2014; Kurte, 2002; Cini et al., 2017; Agrawal, 2015). Diese Bachelorarbeit stützt sich beim Ökotourismus-Begriff auf die Definition der TIES. Hier ist zu beachten, dass der Hauptfokus bei TIES, abgesehen von der ökonomischen Anforderung einer lokalen Wertschöpfung, grösstenteils auf den Dimensionen der Ökologie und Gesellschaft liegt. Weil die drei Dimensionen nicht gleich stark gewichtet werden wie beim nachhaltigen Tourismus, wird der Ökotourismus in dieser Arbeit als Teilbereich eines nachhaltigen Tourismus verstanden.

2.3 Der Ökotourismus in der Lagune San Ignacio im Vergleich

Der Ökotourismus erfüllt sechs von acht Anforderung der TIES. So sind ebenfalls Regulierungen vorhanden (vgl. Unterkapitel 3.2.2) um die Tiere zu schonen. Das Bewusstsein für die Umwelt und die lokale Kultur wird durch Präsentationen und Aktivitäten in der Region bei den Touristen gefördert (vgl. Kapitel 5). Das Whale Watching mit «friendly whales» ist ein einzigartiges Erlebnis. Eine Gebühr für den Naturschutz wird ebenfalls erhoben (vgl. Unterkapitel 3.2.2). Die Camps werden hauptsächlich von lokalen Akteuren geführt

und die Mehrheit der ansässigen Bewohner sind im Whale Watching und Ökotourismus angestellt. Die Unterkünfte sind einfach gehalten und die sanitären Anlagen sind überwiegend umweltschonend ausgestattet. Wird das Ökotourismus-Angebot in der Lagune San Ignacio mit der Attraktivität eines Ökotourismus-Angebots nach Strasdas (2105) verglichen, kann festgestellt werden, dass die Attraktivitäts-Faktoren, wie die Möglichkeit Tiere zu sichten, ein hohes Biodiversitätsvorkommnis, die Möglichkeit in der Natur sportliche Tätigkeiten auszuüben und vorhandene Grosstierarten zu erleben, im Ökotourismus enthalten sind. Das Ökotourismus-Angebot in der Lagune San Ignacio beinhaltet Whale Watching mit Grauwalen, hat mit der Lagune eine hohe Biodiversität zu bieten und befindet sich in einem Biosphärenreservat namens El Vizcaino. Das 1988 errichtete Biosphärenreservat El Vizcaino ist mit einer Fläche von 25.468 km² das grösste Schutzgebiet Mexikos und ist in der Abbildung 3 ersichtlich (Mayer, Job, & Deutsche Gesellschaft für Geographie, 2016).

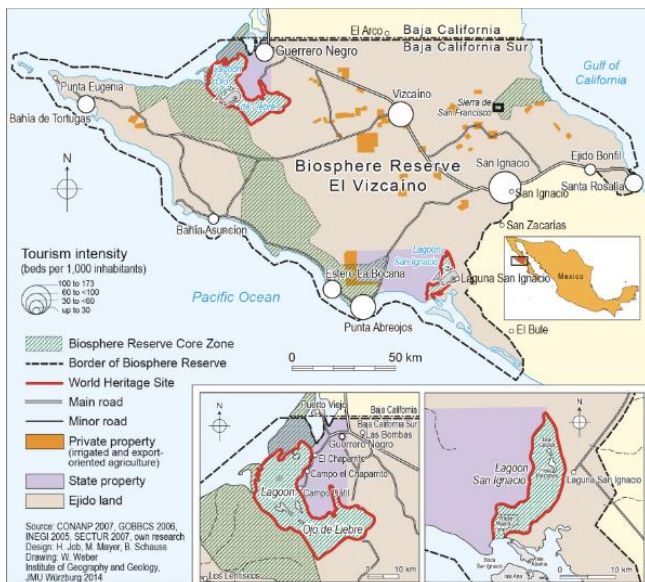


Abbildung 3: Das Biosphärenreservat El Vizcaino und die Lagunen.
 Quelle: <https://www.ak-tourismusforschung.org/de/1112-2/>

Die Lagune obliegt dem Leitbild des El Vizcaino Biosphärenreservats. Das Hauptziel besteht in der Förderung einer nachhaltigen Entwicklung einer Destination mit ihren sozialen wie ökologischen Systemen und dem Schutz der Biodiversität. Die Reservate bestehen aus drei zusammenhängenden Zonen. Die Kernzone ist komplett geschützt. In der Pufferzone hingegen sind ökologisch gereifte Aktivität durch den Menschen erlaubt und sollen einen Beitrag an die Wissenschaft oder Bildung leisten. In der Übergangszone sind die höchsten Aktivitäten der Menschen zugelassen. Dabei wird weiterhin eine nachhaltige Entwicklung im sozialen und ökologischen Bereich angestrebt (UNESCO, 2017) Im nächsten Kapitel wird ein Ökotourismus-Angebot, das Whale Watching, vorgestellt. Die genaue Definition wird behandelt und es wird erläutert, was das Whale Watching-Angebot beinhaltet.

3 Whale Watching in Baja California Sur

In diesem Kapitel wird der Terminus «Whale Watching» definiert, die Formen des Whale Watching erwähnt sowie die bekanntesten Whale Watching-Lagunen im Biosphärenreservat El Vizcaino näher erläutert. An-schliessend wird auf die Entstehung des Whale Watching-Angebots in der Lagune von San Ignacio näher eingegangen und das heutige Whale Watching-Angebot beschrieben.

3.1 Definition

Das «Whale Watching» bezeichnet eine Aktivität, in der Wale und Delfine in ihrem natürlichen Lebensraum beobachtet werden. Die Beobachtung von Delfinen wird ebenfalls als Whale Watching bezeichnet, weil sie der biologischen Ordnung der Wale (Latein.: Cetaceen, von cetus = Wal) angehören. Whale Watching kann auf verschiedene Weisen erlebt werden. Je nach Angebot können die Wale aus der Luft, vom Festland oder vom Boot beobachtet werden (Ritter, 2010).

3.2 Whale Watching in der Lagune San Ignacio

Die Grauwale migrieren ab dem späten Sommer von den arktischen Gewässern in verschiedene Lagunen an der Halbinsel von Baja California, um sich fortzupflanzen und Kälber zu gebären. Die am häufigsten aufgesuchten Winterreviere sind die Lagune Ojo de Liebre, Lagune Guerrero Negro, die Magdalena Bucht und die Lagune San Ignacio. Sie sind in der Abbildung 3 markiert.



Abb. 4: Baja California Sur mit den bekanntesten Whale Watching-Lagunen
Quelle: <https://journeynorth.org/tm/gwhale/Nurseries.html>

3.2.1 Die Entwicklung zu einem geregelten Whale Watching-Angebot in der Lagune San Ignacio

Um zu verstehen wie Whale Watching in der Lagune San Ignacio heute geregelt ist und wer es anbieten kann, sollte die jüngste geschichtliche Entwicklung der Lagune verstanden werden. Die Bewohner der Lagune San Ignacio lebten vor dem Whale Watching ausschliesslich vom Fischen und die Grauwale wurden stets sehr gefürchtet, weil sie den Ruf hatten Boote zu zertrümmern. Eines Morgens, im Februar 1972, tauchte ein Grauwal direkt neben einem Fischerboot auf und rieb sich daran. Zwei Fischer namens Jose Francisco «Pachico» Mayoral und Santa Luis Perez waren am Fischen, als der Grauwal auftauchte und sie mit seiner Anwesenheit in Angst versetzte. Das Tier war beinahe eine Stunde beim kleinen Boot geblieben, bis «Pachico» seine Angst überwand und das Tier anfasste. Das Tier blieb friedlich und liess die Berührung zu und setzte damit die Entwicklung des Whale Watchings in der Lagune San Ignacio in Gang. Im Jahre 1982 wurde auch in anderen Lagunen von den «friendly whales» berichtet. Neben Whale Watching-Begeisterten kamen externe Wissenschaftler hinzu um die zutraulichen Wale zu erleben und zu erforschen (Carwardine, 2017). Es kam zu Zusammenarbeiten zwischen Einheimischen und externen Wissenschaftlern, um die Erhaltung und Erforschung der Grauwale voranzutreiben, die bis heute anhalten. Im Jahr 1993 erliess der ehemalige mexikanische Präsident Carlos Salinas de Gortari ein neues Eigentumsrecht für die staatlichen Landteile von Mexiko. Das neue Gesetz ermöglichte die Auflösung der ursprünglich kommunal verwalteten Ejido-Ländereien. Neu konnten die Ejidos in private Parzellen umgewandelt werden und als alleinige Besitzer über die Verwendung des Grundstückes verfügen. Somit entstanden Interessenkonflikte zwischen Einheimischen und das Risiko für Parzellenverkäufe an ausländische Unternehmen stieg stark an. In den 2000er-Jahren gelang es schliesslich der Genossenschaft des Ejidos, Luis Echeverra Alvez und den Ökotourismus-Organisationen in der San Ignacio Lagune eine «Asociacion Rural de Interes Colectivo» (ARIC) zu formen und zusammenzuarbeiten. Es wurden ein Whale Watching-Managementplan erstellt, die Whale Watching-Preise vereinheitlicht und eine Regulierung der Whale Watching-Zonen erarbeitet.

3.2.2 Das aktuelle Whale Watching-Angebot! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden. bot in der Lagune San Ignacio

Das Whale Watching ist heute nur in der Pufferzone der Lagune erlaubt. Der Rest der Lagune ist Kernzone und darf von den Booten nicht befahren werden, sodass die Meerestiere sich jederzeit zurückziehen und den Booten mit Menschen ausweichen können. Beim Whale Watching in San Ignacio wurde zudem die Anzahl Boote reguliert. Es dürfen sich nur 16 Boote gleichzeitig in der Zone aufhalten. Um die Anzahl Boote zu kontrollieren und die Einhaltung der erlaubten Fahrtzone zu überwachen, ist eine zuständige Tagesbeaufsichtigung in der erlaubten Whale Watching-Zone mit einem Boot anwesend. Ein Whale Watching-Ticket beinhaltet eine Gebühr für das Biosphärenreservat und eine Aufenthaltsberechtigung in den Gewässern von 90 Minuten (Swartz & Ocean Foundation, 2014). Während der Walsaison von Dezember bis April ist der Tourismus in der San Ignacio-Bucht die Haupteinnahmequelle der meisten Küstenbewohner San Ignacios. Von den ca. 500 Bewohnern sind 175 Personen Berufsfischer. Während der Migrationszeit der Wale darf in der Lagune nicht gefischt werden. Deshalb überbrücken viele Fischer diese Zeit als Guides und Whale Watching-

Bootsfahrer mit ihren Pangas, den lokalen Fischerbooten. Die Pangas können bis zu 10 Touristen transportieren und sind ca. sieben Meter lang. Viele der Grauwale zeigen keine Scheu gegenüber den Booten, sind sogar interessiert und kommen ganz nahe an die Whale Watcher heran und lassen sich häufig berühren. In der Abbildung 5 ist ein Panga mit Whale Watchern und Bootsfahrer zu sehen („About the Lagoon“, 2013).



Abb. 5: Whale Watching in einem Panga in der San Ignacio-Lagune,
Quelle: <https://baja.ca/blog/page/18/>

Mit dem Hintergrundwissen zum Ökotourismus und dem Whale Watching soll im nächsten Kapitel die ausgewählte Methode für die qualitativen und quantitativen Befragung vorgestellt werden.

4 Methode und Datenanalyse der qualitativen und quantitativen Befragung

In diesem Kapitel wird die Methodenauswahl sowie das Vorgehen bei der Datenanalyse für die qualitativen und quantitativen Befragungen vorgestellt.

4.1 Methoden

Der **Untersuchungsstandort** war die San Ignacio Lagune im Staat Baja California, Mexiko. Der **Untersuchungszeitraum** lag zwischen Januar und März 2019 und entspricht der durchschnittlichen Whale Watching-Saison in San Ignacio. Der physische Aufenthalt am Standort dauerte drei Wochen. Der **Untersuchungsgegenstand** ist die Meinung der Whale Watching-Touristen. Die Touristenbefragung lieferte Informationen zu den sechs Camps und ihren Angeboten. Anhand dieser Daten werden die Hypothesen ([vgl. Abschnitt 1.1](#)) überprüft und Resultate für die Fragestellungen gewonnen. Die verwendeten **Untersuchungsinstrumente** waren eine quantitative Befragung der Whale Watching-Touristen in der Lagune sowie qualitative Interviews, um die quantitativen Ergebnisse zu unterstützen. Dieses **Untersuchungsdesign** wird Mixed Methods genannt und zielt darauf die verschiedenen Stärken der Methoden zu kombinieren (Kelle, 2019).

4.2 Datenanalyse der quantitativen Umfrage

Bei der Datenanalyse wird der komplette Vorgang der quantitativen Forschungsmethode dokumentiert, sodass der Versuch durch Drittpersonen wiederholbar wäre. Dieses Kapitel wurde in vier Teilschritte unterteilt und besteht aus der Planung, Erstellung, Datenerhebung und Auswertung der quantitativen Umfrage.

Planung der quantitativen Umfrage

Vor Ort wurden die Camps und die Gegend der San Ignacio-Lagune besichtigt. Die Observierung der Gegend diente der definitiven Festlegung der Untersuchungsthematik. Auf Grund der Observierung wurden die Hypothesen und Forschungsfragen für diese Bachelorarbeit formuliert. Die quantitative Umfrage wurde als passende Erhebungsmethode beschlossen.

Erstellung des Fragebogens

Während den drei Wochen in der Lagune wurden alle sechs Camps besucht und wichtige Kontakte geknüpft. Die zuständigen Camp-Leitenden wurden persönlich um eine Erlaubnis für die Durchführung einer quantitativen Umfrage gebeten, um die Meinungen der Whale Watching-Touristen zu den Camps und ihren Angeboten zu eruieren. Die Umfrage richtete sich an alle Personen, welche in der San Ignacio Lagune eine Whale Watching-Fahrt erlebt hatten. Nach erfolgter Erlaubnis durch die Camp-Leitenden wurden anhand der Literaturen von Stein & Franzen (2014) und Brake (2009) verschiedene Versionen des Fragebogens an Touristen getestet und weiter angepasst. Der fertig überarbeitete, standardisierte Fragebogen bestand aus 23 Fragen und vier Seiten und wurde auf Englisch und Spanisch erstellt. Die fertigen Versionen des Fragebogens wurden in der 1,5 Stunden entfernten Stadt San Ignacio 150 Mal auf Englisch und 50 Mal auf Spanisch vierseitig gedruckt

und von Hand geheftet. Der Fragebogen besteht aus verschiedenen Segmenten, auf die hier kurz eingegangen wird. Der gesamte Fragebogen ist im Anhang zu finden.

Die erste Abbildung 6 ist der ersten Seite des Fragebogens entnommen und zeigt die Einleitung, welche den Hintergrund der Umfrage und das Ziel des Fragebogens erläutert. In der darunter liegenden Tabelle geht es darum persönliche Angaben des Befragten zu erheben und einen angenehmen und einfachen Einstieg mit Fragen zur eigenen Person zu gewährleisten.

Survey - Whale tourism in San Ignacio

A Swiss student has developed this survey for her bachelor thesis. The bachelor thesis focuses on the Whale Watching - ecotourism in San Ignacio, focusing on the existing camping facilities and amenities and identifying enhancement options based on questioning tourists and providers. The obtained information will be used only for her bachelor thesis. The survey is voluntary and all participants will stay anonymous.

Age		Name of the camp	
Gender	female <input type="checkbox"/> * male <input type="checkbox"/> * other <input type="checkbox"/>	Nationality	
Date		Do you speak Spanish	Yes <input type="checkbox"/> * * No <input type="checkbox"/>

Abbildung 6: Einleitung des Fragebogens

Die Fragen bestehen aus dichotomen Variablen und sind als Einfachauswahl oder Mehrfachauswahl vorhanden wie in Abbildung 7 und Abbildung 8 zu sehen ist. Beide Grafiken werden anhand der Nominalskala ausgewertet. (Baur & Blasius, 2019). Zudem ist die Frage in der Abbildung 8 eine Hybridfrage mit Mehrfachauswahl, weil die Variable «other reason» eine offene Antwort zulässt. Es wurden auch Filterfragen wie in der Frage Abbildung 9 verwendet (Klößner & Friedrichs, 2019). Bei der letzten Frage in der Abbildung 10 handelt es sich um ordinale Variablen. (Baur & Blasius, 2019).

Is Whale Watching the main reason why you are here in Mexico?

Yes → → No

Abbildung 7: Fragebogenabschnitt mit Einfachauswahl und dichotomen Variablen, Quelle: Eigene Darstellung

Why are you doing the Whale Watching tour in the San Ignacio Bay? You can give more than one answer.

- * biosphere reserve
- * ecotourism
- * best offering of the travel agency
- * recommendation of someone
- * other reason.....

Abbildung 8: Hybridfrage mit Mehrfachauswahl, Quelle: Eigene Darstellung

Is it your first time in this camp? If it's not the first time coming here, how many times have you been here before?

Yes → No → How many times

→ →

Abbildung 9: Filterfrage mit offener Frage im Anschluss, Quelle: Eigene Darstellung

Was a close interaction with the whales important?

Extremely important → important → more or less important → not important

→ → → →

I'm not sure

Abbildung 10: Frage mit ordinalen Variablen, Quelle: Eigene Darstellung

Datenerhebung durch die quantitative Umfrage

Den Camps wurden die Umfragen und jeweils zwei Archivmappen mitgeliefert, um die leeren und ausgefüllten Fragebogen sortiert aufzubewahren. Die Camp-Leitenden berichteten ihren Gästen von den freiwilligen Umfragen und legten die Fragebögen an Camp spezifischen Orten auf, wo sich die Touristen gut bedienen konnten. Zudem wurden vielerorts die Angestellten ebenfalls informiert, um einen hohen Rücklauf zu fördern. Die quantitativen Umfragen wurden bis zum Ende der Whale Watching-Saison von den Camps und einem ZHAW-Studenten betreut. Nach der Walsaison wurden bei allen Camps die Umfragen eingesammelt und in die Schweiz gesandt.

Auswertung der quantitativen Umfragen

Die ausgefüllten Umfragen wurden als Erstes gezählt und durchnummeriert. Der Rücklauf betrug 78% und ergab 234 ausgefüllte Umfragen. Die Daten des Fragebogens wurden anhand eines erstellten Codebuches nach Lück & Landrock (2019) kodiert und sind im Anhang hinterlegt. Mit dem Codebuch wurde Jeder Antwortmöglichkeit der 23 Fragen ein festgelegter Wert zugeteilt. Danach wurden die kodierten Daten von Hand im Microsoft Excel Workbook Programm, Version 16.29, erfasst und strukturiert. Anschliessend wurde der Datensatz mittels Pivot-Tabellen analysiert. Beim Analysieren wurde der Fokus auf die Anzahl gleicher Antworten bezüglich eines ausgewählten Themas gelegt, um die Meinungen der Touristen kompakt wiederzugeben. Die Ergebnisse der quantitativen Umfrage werden in Form von Diagrammen grafisch dargestellt [Kapitel Ergebnisse](#) und im [Kapitel Diskussion](#) mit den Hypothesen und Forschungsfragen verglichen und diskutiert.

4.3 Datenanalyse der qualitativen Interviews mit Whale Watching-Touristen

Dieses Kapitel ist ebenfalls in vier Teile unterteilt und besteht aus der Planung, Erstellung, Datenerhebung und der Auswertung der qualitativen Interviews. Die qualitativen Interviews wurden anhand eines einheitlich erarbeiteten Leitfadens und basierend auf der Literatur des Handbuchs der empirischen Sozialforschung erstellt (Kuckartz & Rädiker, 2019; Lück & Landrock, 2019; Meyer & Meier zu Verl, 2019; Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2019). Die Antworten aus den Interviews dienen als ergänzende Information zu den standardisierten Antworten der quantitativen Umfrage. Im persönlichen Gespräch kann auf die befragte Person eingegangen

und die Meinungen und Motivationen der befragten Person gezielt ergründet werden. Die Antworten aus den Interviews sollen die Aussagen der quantitativen Ergebnisse ergänzen und werden für die Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesen verwendet. Die relevanten Antworten werden im ([vgl. Kapitel Ergebnisse](#)) unter Anwendung der Mixed Methods diskutiert. Die zusammengefassten Interviews sind im Anhang zu finden.

Planung der qualitativen Interviews

Für die qualitativen Interviews wurde zuerst verschiedene Literatur zusammengetragen, um die Erstellung des Interviewleitfadens zu planen und einen Überblick zum Vorgehen zu erarbeiten.

Erstellung des qualitativen Interviews

Nach der Fertigstellung der quantitativen Umfrage konnte der Leitfaden für die qualitativen Interviews aufgebaut werden. In Anlehnung an die standardisierten Fragen der quantitativen Umfrage geht der Leitfaden bei gewissen Themen in die Tiefe und lässt eine detailliertere Betrachtung zu (Kelle, 2019). Der Leitfaden ist im Anhang zu finden.

Datenerhebung der qualitativen Interviews

Für die Interviews wurden Interviewpartner gesucht, welche schon mindestens einmal ein Whale Watching in der San Ignacio Bucht erlebt hatten. Ansonsten gab es keine Auswahlkriterien zu erfüllen. Die Interviewpartner wurden dementsprechend zufällig ausgewählt und persönlich angefragt. Die Befragten waren hauptsächlich Gäste des Kuyima Camps, weil die Organisation der Fahrten in die anderen Camps aufwändig gewesen wäre und der geeignete Zeitpunkt für eine Befragung nicht gut abschätzbar war. Eine interviewte Person war vom Antonio Camp. Die Gäste standen häufig kurz vor einer WW-Bootsfahrt oder kamen soeben von einer Bootsfahrt zurück. Die Touristen, welche zurückkamen, zogen sich häufig in ihre Hütten oder Zelte zurück oder standen vor dem nächsten Programmpunkt und hatten deshalb keine Zeit. Es wurden schliesslich sechs Interviewpartner gefunden. Die Interviews wurden an einem möglichst ruhigen Ort durchgeführt. Die Einführung des Interviewgespräches fing mit der persönlichen Vorstellung und dem Ziel des Interviews an. Zudem wurden mehr Hintergrundinformationen zur Bachelorarbeit und dem Institut der ZHAW geteilt. Die Interviews dauerten zwischen 30 und 55 Minuten und wurden anhand eines Diktiergerätes aufgezeichnet.

Auswertung der qualitativen Interviews

Die Interviews wurden zusammengefasst und im Sinne der Mixed Methods als Ergänzung zu den quantitativen Umfragen und deren Ergebnissen bei passenden Abschnitten miteinbezogen. Die qualitativen Interviews sind nicht repräsentativ, da die Interviewpartner mehrheitlich aus dem Camp Kuyima und dem Antonio stammen und somit nur beschränkt Aufschluss über die restlichen Camps geben.

Bachelorarbeit



Die Resultate der qualitativen und quantitativen Umfrage bilden zusammen mit einem Nachhaltigkeitscheck und den erarbeiteten Handlungsfeldern ([vgl. Kapitel Nachhaltigkeitsanalyse](#)) die Grundlage für die Beantwortung der Hypothesen und Forschungsfragen im Kapitel 8 Diskussion. Zuerst werden jedoch die Camps anhand erstellter Steckbriefe im nächsten Kapitel vorgestellt.

5 Steckbriefe der sechs Camps in der San Ignacio-Lagune

Die Steckbriefe dienen der Übersicht und Veranschaulichung der sechs Camps und ihren Angeboten während der Whale Watching-Saison. Die Informationen basieren auf Interviews mit den jeweiligen Camp-Leitenden, auf Informationen von den besuchten Internetseiten der Camps und Beobachtungen. Die Steckbriefe werden bei der SWOT-Analyse Kapitel 6.1 als Grundlage dienen. Die Reihenfolge der Steckbriefe entspricht der örtlichen Lage der Camps bei der Anreise aus der Stadt San Ignacio in die Lagune San Ignacio.

5.1 Camp Pachico

Tabelle 1: Steckbrief von Camp Pachico



			
<p>Abbildung 11: Hütten mit Toilettenanlage, Quelle: Eigenes Foto</p>		<p>Abbildung 12: Rezeption mit recycelten Elementen im Palapa, Quelle: Eigenes Foto</p>	
Unterkunft	7 Kabinen und Camping ist verfügbar		
Räumlichkeit	Hauptgebäude ist nach dem «Earthship»-Model erbaut.		
Gäste	14-18 Gäste. Sie sind häufig aus Westeuropa, Mexiko oder Amerika.		
Reisepakete	Tagesausflüge, verschiedene Übernachtungspakete. Campieren mit eigenem Material ist ebenfalls möglich.		
Personal	Grösstenteils lokale Angestellte		
Whale Watching	Ein WW-Guide ist immer auf dem Boot dabei.		
Aktivitäten	Birdwatching, Wanderungen, Schildkrötenprojekt		
Duschen	Propangas für Warmwasser, biologisch abbaubares Duschmittel		
Toiletten	Komposttoiletten mit „Sägemehl-Spülung“		
Energie	Photovoltaik und Generator		
Recycling	Das Hauptgebäude besteht aus gebrauchten Gegenständen aus der Region, wie Fahrzeugreifen, Altglas etc.		
Kompostierung	Toiletten		
Küchen	Lokales Menü		
Biologische Abfälle	Unbekannte Verwertung/Entsorgung		

Zertifikation	Keine vorhanden
Anderes	In Zukunft werden sie in der Nebensaison Birdwatching-Exkursionen anbieten. Kleine Bibliothek, Internet und Gift Shop vorhanden.
Webseite	http://www.pachicosecotours.mx

Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Camp Antonio

Tabelle 2: Steckbrief von Camp Antonio

			
<p>Abbildung 13: Hütten mit Grauwalskelet im Vordergrund, Quelle: Eigenes Foto</p>		<p>Abbildung 14: Palapa von drinnen, Quelle: Eigenes Foto</p>	
Unterkunft	12 Kabinen und ein Palapa-Hauptgebäude		
Räumlichkeit	1 Strandhaus und Kabinen		
Gäste	24 Gäste. Die Gäste sind international.		
Reisepakete	WW-Tagesausflüge und Übernachtungspakete		
Personal	Familienbetrieb, lokale Köche und lokale Angestellte		
Whale Watching	Bootsfahrer und Pangas		
Aktivitäten	Vollmond-Exkursionen an einen der Salzseen, Wüstenpflanzen-, Birdwatching- und Mangroven-Exkursionen		
Duschen	Solar duschen mit herkömmlichen Duschköpfen		
Toiletten	Salzwasser-Evaporation		
Energie	Solarbetrieben		
Recycling	Kein Recycling		
Kompostierung	Komposttoiletten		
Küchen	Lokales Essen		
Biologische Abfälle	Unbekannt		
Zertifizierung	Keine vorhanden		
Anderes	Internet, Bücher zur Region und Gift Shop vorhanden		
Webseite	https://cabanassanignacio.com		

Quelle: Eigene Darstellung

5.3 Camp Kuyima

Das Kuyima besteht aus zwei verschiedenen Bereichen, die sich im Angebot unterscheiden. In einem eher abgeschiedenen Bereich werden mehrtägige Übernachtungspakete in Kabinen angeboten. Es hat ein Palapa (Hauptgebäude) und sanitäre Anlagen, die ausschliesslich für die Gäste der Kabinen sind. Im anderen Camp-Bereich wird in eigenen oder gemieteten Zelten campiert. In diesem Bereich gibt es keine Mindestaufenthaltspakete, weshalb Tagestouristen in diesem Teil des Camps das Whale Watching-Angebot ebenfalls machen können. Nebst der sanitären Infrastruktur hat dieses Camp ebenfalls ein Palapa (Hauptgebäude), das gleichzeitig ein öffentliches Restaurant ist. Der Steckbrief bezieht sich auf das Camping in Zelten, weil der Aufenthalt und das Angebot in diesem Bereich erlebt wurde.

Tabelle 3: Steckbrief von Camp Kuyima, Camping Bereich



Abbildung 15: Grosse Zelte im Camping Bereich, Quelle: Eigenes Foto

Abbildung 16: Palapa mit Restaurant, Quelle: Eigenes Foto

Unterkunft	Campingplätze
Räumlichkeit	Zelt, ein Palapa-Hauptgebäude, das auch ein Restaurant ist
Gäste	8 Zelte stellt das Camp zur Verfügung und weitere Campingplätze stehen für eigene Zelte zur Verfügung
Reisepakete	WW-Tagesausflug oder Übernachtungen im Zelt oder eigenem Campingfahrzeug mit frei wählbarer Aufenthaltsdauer
Personal	Lokale Angestellte
Whale Watching	Bootsfahrer und Pangas
Aktivitäten	Whale Watching und Camping
Duschen	Solarthermie für warmes Wasser und ein Eimer mit Plastiktasse zum Wasserschöpfen
Toiletten	Salzwasser mit chemischen Reinigungsmitteln und Komposttoiletten
Energie	Solar- und windbetrieben, Batterien als Reserve
Recycling	Trennsystem im Restaurant vorhanden
Kompostierung	Gewisse Toiletten sind Komposttoiletten, Kompost geht an privaten Haushalt mit Garten

Küchen	Fisch kommt von einer lokalen Fischergemeinschaft. À-la-Carte-Menü vorhanden
Biologische Abfälle	Trennsystem im Restaurant vorhanden
Zertifikation	Im Jahr 2007 wurde ein Umweltzertifikat für die Whale Watching- und Höhlenmalerei-Exkursionen von Green Globe 21 earthcheck ausgestellt. Der Link und Eintrag ist auf der Eearthcheck-Webseite nicht mehr abrufbar (https://earthcheck.org/advice-house/Default.aspx).
Anderes	Kleine Bibliothek und Gift Shop vorhanden
Webseite	http://www.kuyima.com/eco/index.html

Quelle: Eigene Darstellung

5.4 Camp Cortez

Tabelle 4: Steckbrief von Camp Cortez.

	
<p>Abbildung 17: Hütten mit Solarpanels, Quelle: Eigenes Foto</p>	<p>Abbildung 18: Palapa von Camp Cortez, Quelle: Eigenes Foto</p>
<p>Unterkunft</p>	<p>16 Kabinen und ein Palapa-Hauptgebäude</p>
<p>Räumlichkeit</p>	<p>Kabinen mit kleiner PV-Anlage für Licht</p>
<p>Gäste</p>	<p>Bis zu 33 Gäste. Die meisten sind Amerikaner.</p>
<p>Reisepakete</p>	<p>Pakete mit mindestens 2 Übernachtungen vorgegeben, Hauptangebot: Mehrtagespakete mit 5 - 6 Aufenthaltstagen in der Lagune</p>
<p>Personal</p>	<p>Es ist ein Familienbetrieb, die Köchin ist extern und angestellt</p>
<p>Whale Watching</p>	<p>Ein WW-Guide ist immer auf dem Boot dabei.</p>
<p>Aktivitäten</p>	<p>Kayaking, Birdwatching, nächtliche Präsentationen im Palapa, Tortilla-Kurse, Ebbe- und Mangroven-Exkursionen</p>
<p>Duschen</p>	<p>Solarbetrieben</p>
<p>Toiletten</p>	<p>Salzwasser-Evaporation</p>
<p>Energie</p>	<p>Solar- und windbetrieben</p>
<p>Recycling</p>	<p>Recycling-Container</p>
<p>Kompostierung</p>	<p>Kompost-Container</p>
<p>Küchen</p>	<p>Lokales Essen. Menü ist festgelegt.</p>
<p>Biologische Abfälle</p>	<p>Schweinemast in der Nähe von San Ignacio Stadt</p>
<p>Zertifikation</p>	<p>Im Jahre 2006 Ökotourismus-Zertifikation vom mexikanischen Institut für Standardisierung und Zertifizierung erhalten</p>
<p>Anderes</p>	<p>Walknochen-Friedhof, kleine Bibliothek mit Büchern und Videos und ein Gift Shop vorhanden</p>
<p>Webseite</p>	<p>https://www.bajaecotours.com</p>

Quelle: Eigene Darstellung

5.5 Camp Baja Expeditions



Tabelle 5: Steckbrief von Camp Baja Expeditions

			
<p>Abbildung 19: Zelte von Camp Baja Expedition, Quelle: Eigenes Foto</p>		<p>Abbildung 20: Hauptzelt mit Esstischen und Stühlen, Quelle: Eigenes Foto</p>	
Unterkunft	12 Zelte und ein Hauptzelt		
Räumlichkeit	Zelte		
Gäste	Bis zu 24 Gäste, meistens Englisch sprechend		
Reisepakete	Pakete mit mindestens 2 Übernachtungen vorgegeben, Hauptangebot: Mehrtagespakete mit 5 - 6 Aufenthaltstagen in der Lagune		
Personal	Unbekannt		
Whale Watching	Ein WW-Guide ist immer auf dem Boot dabei.		
Aktivitäten	Kayaking, Birdwatching, nächtliche Präsentationen im Hauptzelt, Tamales.Kochkurs bei lokaler Person, Mangroven-Exkursionen		
Duschen	Propangas		
Toiletten	Komposttoiletten		
Energie	Solar- und windbetrieben		
Recycling	Recycling-Container		
Kompostierung	Komposttoiletten. Kompost wird nicht gebraucht, wird vom Wind abgetragen.		
Küchen	Ein lokaler Fischer bringt Tagesfang. Das Essen ist mexikanisch und international.		
Biologische Abfälle	Keine Informationen vorhanden		
Zertifikation	Keines vorhanden		
Anderes	Muschelmuseum, kleine Bibliothek, alle Zelte und Materialien werden nach der Saison abgebaut und das Gelände freigegeben, kleine Bibliothek und Gift Shop vorhanden		
Webseite	https://bajaex.com/pacific-gray-whales		

Quelle: Eigene Darstellung

5.6 Camp Discovery

Tabelle 6: Steckbrief von Camp Discovery

			
Abbildung 21: Zelte des Camps Discovery. Quelle: Eigenes Foto		Abbildung 22: Hauptzelt mit Esstischen und Stühlen. Quelle: Eigenes Foto	
Unterkunft	14 Zelte und ein Hauptzelt		
Räumlichkeit	Es handelt sich um Low Impact Safaristyle Zelte		
Gäste	24 Gäste		
Reisepakete	Es gibt nur ein 5-Tagespaket zu buchen		
Personal	Die Angestellten sind lokal und werden von Kuyima zur Verfügung gestellt		
Whale Watching	Ein WW-Guide ist immer auf dem Boot dabei		
Aktivitäten	Kayaking, Birdwatching, Ebbe- und Flut-, Flora- und Fauna-Exkursionen		
Duschen	Solartaschen werden an einer dunkel gestrichenen Wand aufgehängt und das Wasser darin an der Sonne erwärmt		
Toiletten	Meereswasser-aseptische Spülung		
Energie	Solar- und batteriebetrieben		
Recycling	Unbekannt		
Kompostierung	Unbekannt		
Küchen	Lokales Essen, keine Fischerkooperation		
Biologische Abfälle	Unbekannt		
Zertifikation	Keine vorhanden		
Anderes	Alle Zelte und Materialien werden nach der Saison abgebaut und das Gelände frei gegeben, kleine Bibliothek und Gift Shop vorhanden, das Camp wird nach der Walsaison abgebaut		
Webseite	http://www.bajadiscovery.com		

Quelle: Eigene Darstellung

5.7 Fazit Steckbriefe

Die Camps bieten Übernachtungen in Zelten und/oder Kabinen an. Sie alle bieten den Gästen mit den Palapas gemeinsame Aufenthaltsräume, wo zusammen gegessen, gespielt und diskutiert wird. Der Aufenthaltsraum vom Camp Pachico ist nach einem Earthship-Modell erbaut, welches das Verwenden von gebrauchten Materialien vorsieht („Pachico’s Eco Tours“, 2015).

Die Camps machen sich die vorhandenen, erneuerbaren Energiepotentiale in der Wüste zunutze und decken den Strombedarf für die Camp-Anlagen grösstenteils durch Solar- und/oder Windenergie. Bei den Duschen wird hauptsächlich Solarenergie für die Erwärmung des Duschwassers verwendet, wie die Solartaschen oder die Solarthermie. Die Camps Baja Expeditions und Pachico greifen bei der Erwärmung des Duschwassers auf Propangas zurück.

Die Camp-Anlagen in der San Ignacio Bucht sind eher rustikal und einfach gehalten. Trotzdem werden diese gepflegt und die Palapas einladend mit informativen Plakaten und Fotos gestaltet. Alle Camps sind mit einer kleinen Bibliothek und einem Giftshops ausgestattet. Die Whale Watching-Touren unterscheiden sich nicht stark voneinander, da alle Camps an die strikte Einhaltung der Whale Watching-Regelungen gebunden sind. Bei allen Camps mit Kabinen ist ein lokaler Guide während der Whale Watching-Touren mit an Bord. Bei Ausflügen von Gästen des Campingbereichs des Kuyima fahren jedoch keine Guides mit. Die Übernachtungsmöglichkeiten der Camps unterscheiden sich preislich und in der Länge des Aufenthalts, die meisten haben jedoch pauschale Übernachtungspakete, wobei das Kuyima im Campingbereich überwiegend Individualreisende und Tagestouristen beherbergt. Bei den pauschalen Übernachtungspaketen werden Abendprogramme und verschiedene Aktivitäten nebst dem Whale Watching vor Ort angeboten. Sie bieten beispielsweise Mangrovenwälder- und Salzseebesichtigungen, Birdwatching und verschiedene Exkursionen an. Aufgrund des unterschiedlichen Vorhandenseins von Guides, Abendprogrammen und Aktivitäten wird zwischen zwei Whale Watching-Angeboten unterschieden: dem Whale Watching-Tages- und -Mehrtagesangebot.

Cortez und Kuyima sind die einzigen Camps, die sich zertifizieren liessen. Es ist jedoch unklar, ob die Zertifikate im Jahre 2019 noch gültig sind, da sie in den Jahren 2006 und 2009 ausgestellt wurden. Die Camps Discovery und Baja Expeditions bauen ihre Zelte nach der Walsaison komplett ab und lassen nichts in der Natur zurück.

Wie die allgemeine Ausgangslage der Whale Watching-Camps in der San Ignacio-Lagune aussieht und wie das Whale Watching-Angebot bezüglich Nachhaltigkeit abschliesst, wird im nächsten Kapitel behandelt.

6 Situationsanalyse

In diesem Kapitel wird mit Hilfe einer SWOT-Analyse die allgemeine Ausgangslage der Camps in der San Ignacio-Lagune erfasst und dabei die Stärken, Schwächen, Potenziale und Risiken identifiziert. In dieser Arbeit dient die SWOT-Analyse jedoch einzig einer systematischen Erfassung des schon vorhandenen Whale Watching-Angebots und ihrer Ausgangssituation. Zusätzlich wird im [Kapitel 6.2](#) die Nachhaltigkeit des Whale Watching-Angebots anhand eines Nachhaltigkeitschecks gemäss dem Leitfaden von Weber & Taufer (2016) überprüft. Das Nachhaltigkeitstool ist ein elektronisches Formular und wird mit Hilfe von Excel und definierten Nachhaltigkeitsindikatoren zur Auswertung des Angebots verwendet. Die SWOT-Analyse und die Nachhaltigkeitsbewertung haben gemeinsam, dass sie auf den subjektiven Beobachtungen, Steckbriefen und Informationen aus Gesprächen mit den jeweiligen Camp-Leitenden vor Ort gründen, und deshalb unter dem Titel Situationsanalyse präsentiert werden.

6.1 SWOT-Analyse

Anhand von Informationen von Camp-Leitenden, Mitarbeitenden und den erstellten Steckbriefen wurde eine allgemeine Ausgangssituation in Form einer SWOT-Analyse erstellt. Hierzu werden die vier Aspekte Stärken, Schwächen, Potenzial und Risiken aus subjektiver Sicht erarbeitet. Die Stärken und Schwächen in Tab. 7 beziehen sich auf innere Faktoren wie Kernkompetenzen, Image, Personal, Fähigkeiten, interne Abläufe und Angebote. Die externen Faktoren bestehen aus den Potenzialen und Risiken und beziehen sich auf Themen wie Trends, Technologien, Wettbewerbe, Politik etc. Die SWOT-Analyse wurde anhand der Vorgaben von Dr. Waldemar Pelz (2018) erstellt und wird auf der nächsten Seite anhand der Tabelle 7 präsentiert.

Tab. 7: SWOT-Analyse zu den Camps der San Ignacio Lagune

<p>Stärken</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vorhandene lokale Ressourcen werden genutzt, bspw. Sonnenenergie, lokale Angestellte, Flora und Fauna in Wert gesetzt - Das nahe Erleben der Grauwale - Gut organisiertes Whale Watching - Die Fahrer der Whale Watching-Boote kennen die Lagune sehr gut, weil sie Fischer sind. - Das Personal ist sehr freundlich und unkompliziert. - Die sehr natürliche Landschaft ohne grosse Gebäude und Lichtverschmutzung, abseits der Zivilisation - Durch die Ejidos ist die Lagune von externen Investoren grösstenteils geschützt. - Die Liebe zum Detail bei der Infrastruktur und Unterhaltungsmöglichkeiten für die Touristen - Sehr kundenorientiert
<p>Schwächen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Umweltbelastung durch Transport von Touristen mit Flugzeug, PW oder Reisebus - Gas und Benzin wird für Verschiedenes gebraucht, wie Boote oder die Erwärmung des Duschwassers. - Kein einheitliches Nachhaltigkeitsmanagement - Ob regelmässig recycelt wird ist nicht klar - Die Förderung des Austausches zwischen der lokalen Bevölkerung und Touristen ist nicht ersichtlich - Der Informationsgehalt zur Region und den Grauwalen vor dem Whale Watching fällt nicht in allen Camps gleich aus.
<p>Potenzial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Zertifizierung für Ökotourismus - Die Umwelt und der Klimawandel sind im Trend und könnten die Nachfrage nach Ökotourismus stärken. - Partizipative Aktivitäten und Umweltbildung mit den Touristen und Bewohnern, bspw. bei Mangroven-Aufforstung oder aktiven Kontakten mit der lokalen Bevölkerung - Effizientere Speichermöglichkeiten für erneuerbare Energie für umweltfreundliche Mobilität fördern - Ökotourismusprinzipien weiter umsetzen auf allen Ebenen
<p>Risiken</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wegen dem abgelegenen Standort der Lagune ist es ein weiter Weg für die Touristen. - Die Camps sind von den Grauwalen und ihrem Erscheinen abhängig. - Die Pangas werden mit fossilem Rohstoff betrieben. - Korruption im Land könnte Besucher abschrecken. - Menge an Tagestouristen könnte zu einer Massenabfertigung ohne Wertschöpfung in der Gemeinde werden.

	<ul style="list-style-type: none">- Asphaltierte Strassen bis in die Bucht könnten zu mehr Touristen und Fahrzeugen führen.- Süsswasser muss von der Stadt in die Lagune transportiert werden.- Falls die Landschaft von den Bewohnern und den WW-Anbietern nicht gepflegt wird, könnte die Destination an Attraktivität verlieren.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Quelle: Eigene Darstellung

Die Camps in der San Ignacio Lagune haben sehr viele Stärken vorzuweisen. Eine der grössten Stärken der Camps und ihrer Whale Watching-Angebote sind die zutraulichen und nahbaren Grauwale. Als Schwäche wird das Verwenden von fossilen Brennstoffen bei den Transportmitteln angesehen, da umweltschädliche Emissionen wie CO₂ verursacht werden und damit zum Klimawandel beigetragen wird. Viel Potenzial könnte eine einheitliche Zertifizierung des angebotenen Ökotourismus in der San Ignacio-Lagune haben ([vgl. Kapitel Diskussion](#)). Die Lagune könnte mit dem konsequenten Ökotourismus-Image eine Vorbildrolle in Bezug auf nachhaltigen Tourismus einnehmen. Zurzeit scheint das Whale Watching die Hauptattraktion in der Lagune zu sein und lässt die Camps zu einem gewissen Masse von den Grauwalen abhängig wirken. Deshalb wird die Abhängigkeit vom Erscheinen der Grauwale als ein mögliches Risiko betrachtet. In einem weiteren Schritt könnten die Stärken und Chancen miteinander verglichen und neue Strategien und Angebotskonzepte erarbeitet werden.

Im nächsten Kapitel wird das bestehende Whale Watching-Angebot aus Sicht der Nachhaltigkeit betrachtet und bewertet, mit dem Ziel potenzielle Handlungsfelder aufzuzeigen sowie die schon existierenden Stärken des Angebots hervorzuheben.

6.2 Nachhaltigkeitsbewertung des Whale Watching-Angebots in San Ignacio

Während des Untersuchungszeitraums in der Lagune wurde das Whale Watching ausschliesslich vom Kuyima Camping und als Tagesangebot erlebt, weshalb nur das Tagesangebot systematisch auf die Nachhaltigkeit überprüft werden kann. Im Anschluss werden ausgehend vom Tagesangebot Ableitungen auf das Mehrtagesangebot gemacht und ebenfalls dargestellt in der Abb 24.

Um die Nachhaltigkeit des Whale Watching-Angebots zu eruieren, wurden ein Nachhaltigkeitswerkzeug, der Nachhaltigkeitscheck, aus dem Leitfaden von Weber & Taufer (2016) verwendet. Der Leitfaden orientiert sich an zwölf Nachhaltigkeitskriterien, die das Grundgerüst der Bewertung darstellen (vgl. Abb. 23). Das Verständnis der Autoren von einem nachhaltigen Angebot beinhaltet, dass in den Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales möglichst keine oder geringe negative Auswirkungen stattfinden und dass das Angebot einen aktiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung einer Destination beiträgt. Für die systematische Integration der Nachhaltigkeit wird als vierte Dimension das Management und somit eine notwendige Steuerung des Angebots miteinbezogen. Anhand der zwölf Nachhaltigkeitskriterien und dem Nachhaltigkeitscheck sowie unter Verwendung von Excel wurde das Whale Watching-Tagesangebot ausgewertet und in Form eines Spinnendiagramms siehe Abbildung 23 dargestellt.

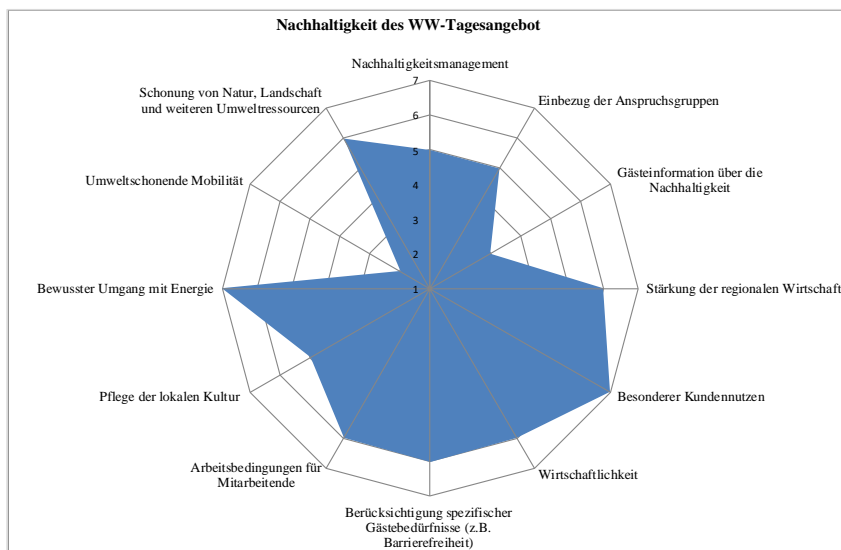


Abb. 23: Nachhaltigkeitsbewertung des WW Tagesangebot

Basierend auf dem Erfüllungsgrad des jeweiligen Nachhaltigkeitskriteriums wurden Punkte zwischen 1 und 7 vergeben. Danach wurden alle vergebenen Punkte zu einer Endsumme addiert und einer Nachhaltigkeitskategorie zugeordnet. Das Whale Watching-Angebot erhielt eine Gesamtpunktzahl von 5,25 und gehört zur zweitbesten Nachhaltigkeitskategorie gemäss Weber & Taufer, welche für hohe Berücksichtigung der

Nachhaltigkeitskriterien steht. In der Bewertungstabelle 8 sind die verschiedenen Nachhaltigkeitsstufen nach Weber & Taufer (2016) aufgeführt.

Tabelle 8: Bewertungstabelle für den Nachhaltigkeitscheck

Nachhaltigkeitskategorie	Punktezahl	Beschreibung der Kategorie
A	6 - 7	«Herausragendes nachhaltiges Angebot - Keine wesentlichen negativen Auswirkungen in den drei Dimensionen und Nachhaltigkeitsaspekte werden systematisch berücksichtigt»
B	4.5 - 5.99	«Nachhaltigkeitskriterien werden zu einem hohen Grad berücksichtigt»
C	3 - 4.49	«Angebote weisen in mehreren Kriterien noch grosses Potenzial auf»
D	1 - 2.99	«Nachhaltigkeitsaspekte werden noch überhaupt nicht berücksichtigt»

Quelle: Eigene Darstellung

In diesem Abschnitt werden die Nachhaltigkeitskriterien und ihre Anforderungen an ein nachhaltiges Angebot vorgestellt. Die 12 kursiv geschriebenen Abschnitte legen die subjektive Einschätzung des aktuellen Whale Watching- und Ökotourismus-Angebots dar:

1) Nachhaltigkeitsmanagement (5 Punkte)

Der Nachhaltigkeitsgedanke ist im Angebot verankert. Nachhaltigkeitsaspekte werden systematisch berücksichtigt. Das Angebot wird regelmässig evaluiert, die Wirkung wird gemessen und Verbesserungen werden abgeleitet.

Die Natur und die Tiere werden als wichtige Ressource verstanden, die es zu schützen gilt. Die Auswirkungen des Tourismus sollen möglichst geringgehalten werden. Die Touristen werden zur Einsparung von Ressourcen aufgefordert. Das Angebot wird jedoch nicht regelmässig evaluiert und die Wirkungen gemessen. Der Nachhaltigkeitsgedanke im Angebot ist nicht sofort erkennbar.

2) Einbezug der Anspruchsgruppen (5 Punkte)

Mit allen direkt (Angebotspartnern) und indirekt (Bauern, Einheimische, Anwohner etc.) Beteiligten wird der Austausch aktiv gesucht und ein regelmässiger Dialog gepflegt. Bedürfnisse und Bedenken werden entgegen genommen und bei der Ausgestaltung des Angebots berücksichtigt.

Es findet ein Austausch mit Organisationen wie Pro Natura statt, Ejidos und den anderen Camps sowie mit den Bewohnern, welche häufig bei den Camps während der Whale Watching Saison angestellt sind. Die Regelmässigkeit des Austausches ist hier nicht klar.

3) Gästeinformation über die Nachhaltigkeit (3 Punkte)

Gäste werden aktiv und prominent über Nachhaltigkeitsaspekte informiert und in Bezug auf Möglichkeiten sensibilisiert, einen eigenen Beitrag zu leisten. Alle Mitarbeitenden wurden gebrieft und können kompetent über die Nachhaltigkeitsaspekte Auskunft geben.

Die Gäste werden nicht gezielt über die Nachhaltigkeitsaspekte informiert. Es gibt einige kleine A4-Posters mit Informationen zu den Kojoten, dem Wasserverbrauch und der Materialtrennung im Restaurant. Die persönliche Kommunikation zu Nachhaltigkeitsaspekten fehlt hier grösstenteils.

4) Stärkung der regionalen Wirtschaft (6 Punkte)

Das Angebot berücksichtigt ausschliesslich lokale und regionalen Produkte und Dienstleister und fördert das lokale Gewerbe. Lokale Ressourcen und Sehenswürdigkeiten werden in Wert gesetzt.

Nicht alle Produkte werden regional bezogen (bspw. Fleisch), aber es werden lokale Produkte wie Fisch und Muscheln von den lokalen Fischern bezogen und diese damit unterstützt. Die Frauen des Dorfes fertigen Souvenirs von Hand. Die lokalen Ressourcen wie die vorhandene Flora und Fauna werden in Wert gesetzt mit Exkursionen und dem Tourismus.

5) Besonderer Kundennutzen (7 Punkte)

Das Angebot ermöglicht dem Kunden attraktive Erfahrungen und Erlebnisse. Es hat dank der hohen Qualität, der Einzigartigkeit, des Innovationsgehalts und/oder des expliziten Bezugs zur Region einen besonders hohen Kundennutzen.

Das Whale Watching ist sehr speziell in San Ignacio wegen den «friendly whales». Weil die Touristen mit den Pangas so nahe bei den grossen Tieren sein können, ist ein eindrückliches Erlebnis gegeben. Die Region mit ihrer Biodiversität und ihrer Abgeschiedenheit von der Zivilisation, die einfach gehaltenen Unterkünfte und Sanitäreanlagen und das lokale Essen stellen einen hohen Kundennutzen dar.

6) Wirtschaftlichkeit (6 Punkte)

Der Aufwand für Entwicklung und Unterhalt des Angebots steht in einem positiven Verhältnis zu den angestrebten wirtschaftlichen Effekten. Das Angebot generiert direkt oder indirekt Wertschöpfung und/oder steigert die Aufenthalts-Attraktivität für die Gäste.

Das Angebot des Camps generiert direkte Wertschöpfung für das Biosphärenreservat El Vizcaino durch die Eintrittsgebühr und für die Angestellten, welche meistens die Bewohner der Lagune sind. Das Angebot lockt die Touristen überhaupt in die Lagune und ist für die Aufenthalts-Attraktivität der Gäste verantwortlich.

7) Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse (6 Punkte)

Auf Gäste mit spezifischen Bedürfnissen (z.B. barrierefrei, familienfreundlich, seniorenfreundlich, Lebensmittelunverträglichkeiten etc.) wird eingegangen. Entsprechende Informationen sind transparent verfügbar.

Die Gäste können ihre Bedürfnisse beim Buchen des Angebots Whale Watching anbringen. Es gab im Restaurant für laktoseintolerante Gäste eine Frühstücksalternative. Es stand eine barrierefreie Toilette zur

Verfügung und das Angebot ist familien- und seniorenfreundlich. Die Informationen sind auf der Homepage nicht vorhanden.

8) Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende (6 Punkte)

Die Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden sind fair und attraktiv: z.B. Lohngleichheit, Sicherheit, Gesundheit, Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Förderung der Diversität.

Die Mitarbeitenden erhalten Aus- und Weiterbildungen und haben Chancen, um eine interne Karriere zu machen. Die Löhne sind fair. Im Camp wird versucht Mitarbeitenden mit einem Suchtproblem zu helfen, indem sie wieder in den Arbeitsmarkt eingegliedert werden.

9) Pflege der lokalen Kultur (4 Punkte)

Die lokale Kultur wird thematisiert, gepflegt und gefördert (z.B. Brauchtum, regionale Materialien). Das Angebot trägt zur Erhaltung und Verbesserung des kulturellen Angebots der Region bei. Es wirkt authentisch und steht in Einklang mit den lokalen kulturellen Begebenheiten. Der Austausch zwischen Gästen und Einheimischen wird gefördert.

Der Austausch zwischen Gästen und Einheimischen wird wenig gefördert. Abgesehen von den Mitarbeitenden besteht fast kein Kontakt mit Einheimischen. Die Kabinen und das Campinggebiet bestehen aus regionalem Material. Die Begegnung mit der lokalen Fischerkultur könnte viel stärker gefördert werden.

10) Bewusster Umgang mit Energie (7 Punkte)

Es gibt einen bewussten Umgang mit Energie (z.B. Energieverbrauch, -effizienz, Ökostrom) sowie Massnahmen zur Einsparung von Energie und zur Vermeidung von CO₂-Emissionen. Es wird eine Energiebuchhaltung geführt und regelmässig ausgewertet.

Durch die geographische Lage werden vor allem erneuerbare Energien genutzt. Die Energieproduktion hängt vor allem von der Menge an vorhandener Sonnenenergie ab. Der bewusste Umgang mit der vorhandenen Energie wird auch den Touristen kommuniziert. Es wird keine Energiebuchhaltung geführt.

11) Umweltschonende Mobilität (2 Punkte)

Den Gästen wird umweltschonende Mobilität für die Anreise ermöglicht und aktiv kommuniziert (z.B. Gästeteinformation, Abholservice). Es bestehen entsprechende Anreize für die Gäste. Das Angebot enthält ausschliesslich umweltfreundliche Verkehrsmittel.

Das Angebot enthält keine umweltfreundlichen Transportmittel. Die Touristen können sich von der Stadt in die Lagune chauffieren lassen, allerdings in Dieselfahrzeugen. Die Pangas benötigen ebenfalls Diesel. Die Touristen können auch mit dem Flugzeug direkt in die Lagune anreisen.

12) Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen (6 Punkte)

Mit Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen wird schonend umgegangen (z.B. geringer Bodenverbrauch, rücksichtsvoller Umgang mit der Landschaft und der Biodiversität), jegliche Beeinträchtigungen werden verhindert/vermindert. Die Erhaltung, Pflege und Aufwertung der Natur- und Kulturlandschaft werden direkt oder indirekt unterstützt. Für das Angebot notwendige Einrichtungen (Signalisation, Tafeln, Bauten u.a.) werden unter Berücksichtigung des natürlichen, landschaftlichen und architektonischen Umfelds erstellt. Es gibt Massnahmen zum Gewässerschutz, zum sparsamen Umgang mit Wasser sowie zur Vermeidung, Verminderung, Trennung sowie Verwertung und Entsorgung von Abfall.

Die Umweltressourcen werden im Kuyima Camp durch ihr sehr rustikale und einfach gehaltene Infrastruktur und Energiegewinnungsarten grundsätzlich versucht zu schonen. Es wird ein sparsamer Umgang mit Wasser angestrebt wie bspw. bei den Duschen, die nur mit einem Eimer voll Wasser und Becher ausgestattet sind. In die Landschaft wird investiert, bspw. mit einem Projekt, das sich der Mangroven-Aufforstung widmet. Die Trennung der Abfälle findet statt, es wird jedoch kaum recycelt und ein effizientes Abfallmanagementsystem fehlt. Die Toilettenspülung besteht aus einem chemischen Salzwassergemisch und fließt in eine unterirdische Mulde. Ob es Gewässerschutzmassnahmen gibt, ist nicht bekannt.

Das Whale Watching-Tagesangebot von Kuyima schneidet bezüglich der Nachhaltigkeit gut ab. Aus der Bewertung kann schlussfolgernd festgehalten werden, dass drei Viertel der Nachhaltigkeitsindikatoren eine fünf oder eine höhere Punktezahl erhalten haben.

Das Mehrtagesangebot wurde mangels direkten Erlebens keinem direkten Nachhaltigkeitscheck unterzogen. Dennoch kann basierend auf der Bewertung des Tagesangebots eine Aussage zur Nachhaltigkeit gemacht werden, da die Ausgangslage des Angebots die gleiche ist. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass beim Indikator Gästeinformationen die Mehrtagesangebote besser abschneiden, da das Mehrtagesangebot mehrere informationsreiche Präsentationen für die Gäste beinhaltet und die Whale Watching-Touren von Guides begleitet werden. Das Spinnendiagramm des Mehrtagesangebots sähe darum abgesehen von dem einen Nachhaltigkeitsindikator dem Tagesangebot sehr ähnlich (vgl. Abb 24). Das Endergebnis würde sich auf 5.42 Punkte belaufen und würde ebenfalls der Kategorie B zugeteilt werden.

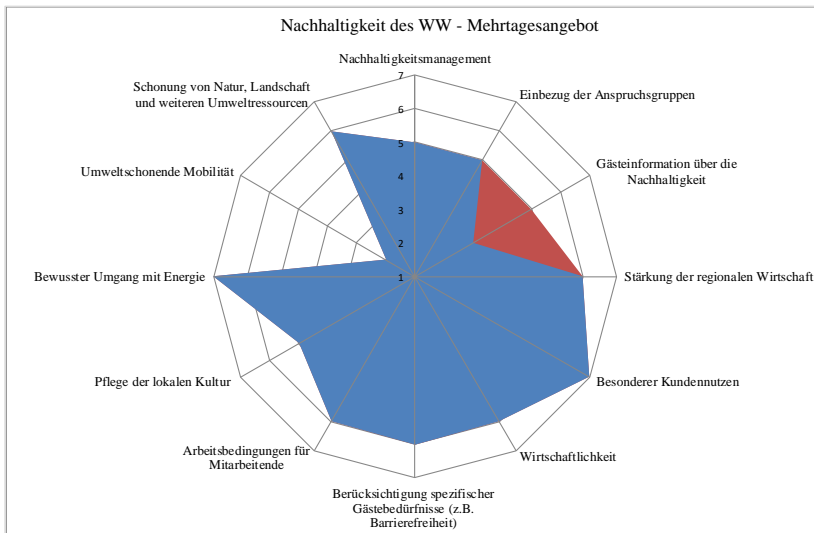


Abb 24: Nachhaltigkeitsbewertung des WW Mehrtagesangebot. Quelle: <https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/institute/itw/tourismus/tourismus-und-nachhaltige-entwicklung/projekt-nachhaltige-tourismusangebote/>

6.3 Handlungsfelder basierend auf den Erkenntnissen der Nachhaltigkeitsbewertung

Eine klare Stärke des Whale Watching-Tagesangebot im Kuyima ist der besondere Kundennutzen. Mit dem Whale Watching wird ein attraktives Erlebnis und eine einmalige Erfahrung mit den Grauwalen ermöglicht. Eine weitere Stärke ist der bewusste Umgang mit Energie und der Fokus auf erneuerbare Energiegewinnung. Die Nachhaltigkeitsindikatoren mit einer Punktzahl von fünf oder tiefer werden in diesem Abschnitt als Handlungsfelder aufgeführt und besprochen. Nachhaltigkeitsindikatoren mit einer Punktzahl von fünf und höher gelten als sehr gut und werden deshalb in der späteren Diskussion nicht weiter behandelt. In der Diskussion werden lediglich die Handlungsfelder mit einer tieferen Punktzahl als fünf diskutiert und für Empfehlungen verwendet (vgl. [Kapitel Diskussion](#)).

Ein Handlungsfeld liegt im Bereich umweltschonende Mobilität mit zwei von sieben Punkte. Beim Tagesangebot erfolgt die Anreise in der Regel auf dem Landweg, entweder durch selbständige Anreise im Privatauto oder durch einen Abholservice ab San Ignacio Stadt mit Fahrzeugen für bis zu zwölf Personen. Beim Mehrtagesangebot ist das Flugzeug ein häufiges Transportmittel und abhängig vom Standort des Camps ist eine Bootsfahrt notwendig. Die Lage der Lagune trägt zur Begrenzung von nachhaltigen Transportmitteln bei. Es werden alle angebotenen Transportmittel mit fossilen Rohstoffen betrieben und dementsprechend werden keine umweltfreundlichen Verkehrsmittel angeboten. Der Einsatz von nachhaltigeren Transportmitteln sollte überprüft und, falls vorhanden, aktiv kommuniziert werden.

Ein weiteres Handlungsfeld beim Tagesangebot liegt in der Gästeinformation über die Nachhaltigkeit. Hier wäre eine aktivere und klarere Kommunikation zur Positionierung des Camps bezüglich der nachhaltigen Ausrichtung gefragt. Die Gäste werden zwar mit kleinen Postern auf ein umweltfreundliches Campingverhalten

aufmerksam gemacht, die Poster sind jedoch inhaltlich nicht sehr informativ. Im [Kapitel Ergebnisse](#) wird das Thema Informationsgehalt (vgl. Abbildung 33) weitergeführt und aus der Sicht der Touristen behandelt.

Beim Handlungsfeld Nachhaltigkeitsmanagement ist der Nachhaltigkeitsgedanke des Angebots nicht sofort erkennbar und betrifft beide Angebotsformen. Hier ist unklar, inwiefern ein solches Management vorhanden ist und in welchen Abständen Massnahmen ergriffen werden. Die Kommunikation bezüglich des Nachhaltigkeitsmanagements sollte aktiver und transparenter ausfallen.

Ein weiteres Handlungsfeld besteht in der Pflege der lokalen Kultur. Der Austausch zwischen Touristen und Einheimischen wird beim Whale Watching-Tagesangebot wenig gefördert. Die meisten Einheimischen sind in den Ökotourismus-Camps angestellt, weshalb der Austausch zwischen Gästen und Einheimischen sporadisch stattfinden kann, jedoch nicht direkt gefördert wird. Hier wird vermutet, dass das Mehrtagesangebot gleich oder ein wenig besser in der Nachhaltigkeit abschliessen würde, da sporadische Aktivitäten wie das Kochen von lokalen Spezialitäten oder ein Besuch des nahgelegenen Fischerdorfs angeboten werden.

Der Einbezug der Anspruchsgruppen wird ebenfalls als ein Handlungsfeld betrachtet, weil die Regelmässigkeit des Austausches nicht bekannt ist unklar bleibt, inwiefern auf Bedürfnisse und Bedenken von direkten Anzebotspartnern eingegangen wird. Die Camps engagieren sich für den Erhalt der Lagune und arbeiten dafür mit Naturschutz Organisationen zusammen und haben die ARIC ([vgl Kapitel 3](#)) gebildet. Verschiedene Camps arbeiten mit Wissenschaftlern zusammen, welche die Grauwale oder andere Tiere observieren und das Verhalten der Tiere in der Lagune erforschen.

Zu einem späteren Zeitpunkt könnte das Whale Watching-Tagesangebot des Camps nochmals mit dem gleichen Nachhaltigkeitscheck überprüft und verglichen werden, um mögliche Veränderungen zu identifizieren. Das Mehrtagesangebot müsste selbst erlebt werden, damit aussagekräftige Aussagen möglich würden. Um eine Verfälschung der Resultate zu verhindern, müsste die gleiche Person den Nachhaltigkeitscheck ausführen, da die Bewertung auf der Grundlage einer subjektiven Wahrnehmung basiert. Zusätzlich könnten andere Nachhaltigkeitstools ausprobiert werden, wie die Checkliste zur Überprüfung der Nachhaltigkeit des Angebotes im Handbuch von Foster et al. (2011) oder die «Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations» (GSTC-D), welche speziell für Destinationen entwickelt wurde, die in Stradas (2015) näher beschrieben werden.

Die Handlungsfelder bilden einen Teil der Grundlagen für die Empfehlungen für die Camps und ihr Ökotourismusangebot. Den anderen Teil bilden die Umfrage- und Interviewergebnisse und werden im nächsten Kapitel Ergebnisse präsentiert.

7 Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Umfrage

In diesem Kapitel werden die quantitativen Umfrage- und qualitativen Interviewergebnisse, welche für die Fragestellungen und Hypothesen relevant sind, präsentiert. Es wurden sechs Personen zu den gleichen Fragen wie in der quantitativen Umfrage interviewt. Die Ergebnisse werden als ergänzende Informationsquelle bei den jeweiligen Unterkapiteln in kursiver Schrift präsentiert. Die Interviews sind **im Anhang** zu finden. Die quantitative Umfrage wurde auf Englisch verfasst, um einen grösstmöglichen Rücklauf an Antworten zu erzielen. Es wurde davon ausgegangen, dass die Mehrheit der Gäste Englisch sprechen können, ausgehend von der Nähe zur amerikanischen Grenze. Die daraus resultierenden Ergebnisse in Form von Graphiken wurden zwecks Vereinheitlichung ebenfalls auf Englisch formuliert.

Der Rücklauf betrug 78% und die Umfrage wurde von 234 Gästen ausgefüllt. Von den 234 Gästen waren 147 Frauen und 76 Männer, wobei sich 11 Gäste enthielten. 85% der Befragten waren Amerikaner, 7% waren Mexikaner, weitere 7% waren aus Westeuropa und 1% aus Südamerika. Die Umfrage behandelte vier Hauptthemen: Die Beweggründe für den gewählten Aufenthalt in der Lagune San Ignacio, das Whale Watching und die Einstellung der Touristen bezüglich des Anfassens der Tiere, die Menge an Informationsgehalt zu den Grauwalen und der Region und die gesamthafte Zufriedenheit der Whal Watching-Touristen.

7.1 Analyse der Beweggründe nach Baja California Sur zu reisen, um Whale Watching zu erleben

Mit der Frage Q5 wurden die Beweggründe für das Whale Watching in Baja California Sur erhoben. Hierbei konnte nur eine Antwortoption ausgewählt werden. Die Frage wurde 234 Mal beantwortet. 130 Befragte gaben an Whale Watching-Fans zu sein. 45 Personen gaben an Ferien in Mexiko zu machen. Niemand gab den Grund an «Kostet weniger als in anderen Ländern». Dafür hatten 59 Personen eine individuelle Antwort gegeben. Die Antworten wurden in der darauffolgenden Abb. 25 kategorisch aufgeschlüsselt und dargestellt.

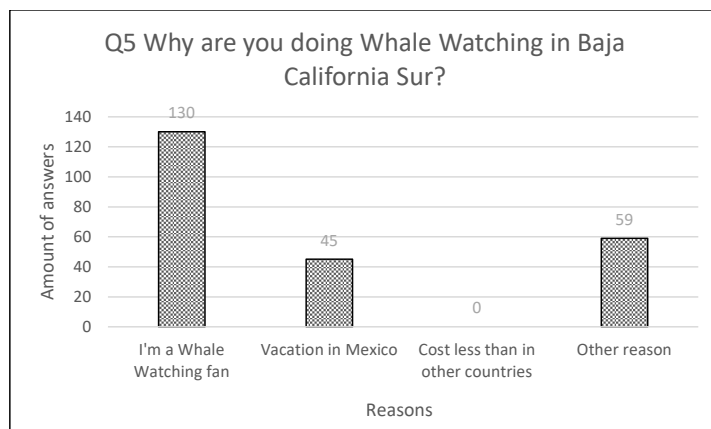


Abbildung 25: Weshalb die Touristen Whale Watching in Baja California Sur machen, Quellen: Eigene Darstellung

In der nachfolgenden Frage Q5.1 und somit der Abb. 26 wird auf jene Personen näher eingegangen, welche in Frage Q5 «Anderer Grund» geantwortet hatten. Von den 59 Personen, welche eine individuelle Antwort niedergeschrieben haben, konnten folgenden Kategorien festgestellt werden: Die Möglichkeit «den Tieren nahe zu sein» gaben 25 Personen als Grund für das Whale Watching in Baja California Sur an. 6 Personen gaben die Arbeit als Grund an. Zudem gaben 2 Personen die Natur und 2 Personen die Camps und die Mitarbeitenden als Grund an. Für 2 Personen war ihre persönliche „bucket list“ (eine Liste mit persönlichen Zielen, die vor einem gewissen Alter versucht werden zu erreichen.) der Grund. Insgesamt 10 Personen gaben Freunde oder Empfehlungen als Grund an. 12 Personen hatten ganz individuelle Gründe, weshalb diese zur Kategorie «Anderer Grund» zusammengefasst wurden.

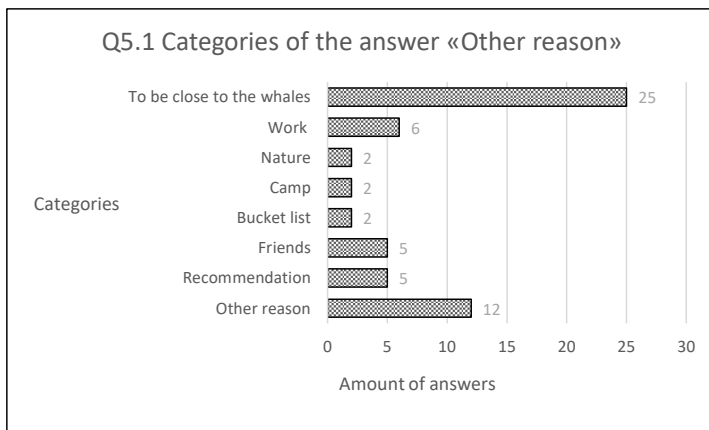


Abbildung 26: Kategorien für die Antwort «Anderer Grund», Quellen: Eigene Darstellung

In den Interviews gaben zwei Interviewpartner die Empfehlung von Freunden als Grund an nach Baja California Sur zu reisen. Die eine Person ergänzte, dass sie einen Baby-Grauwal anfassen und, wenn möglich, küssen wolle. Bei der anderen interviewten Person war die Hauptmotivation für die Reise nach Baja California Sur die Begegnung mit den Grauwalen und der schönen Umwelt und das Bedürfnis ihrer Familie die sanften Grauwale zu zeigen.

7.2 Analyse der Beweggründe nach San Ignacio zu reisen, um Whale Watching zu machen

Mit der Frage Q7 sollte herausgefunden werden, weshalb die Touristen das Whale Watching in der San Ignacio-Bucht auswählten. Bei der Frage sieben waren mehrere Antworten erlaubt. Die Umfrage zeigt, dass mit 132 Mal die Auswahl «Ökotourismus» von den Touristen am häufigsten angekreuzt wurde. Die zweithäufigste Antwort war «Empfehlungen», die 108 Mal angekreuzt wurde. Die Antwort «Biosphärenreservat» wurde 97

Mal angekreuzt und liegt auf dem dritten Platz der häufigsten gewählten Antworten. 11 Mal wurde der Grund «Bestes Angebot» angekreuzt und 70 Mal wurde als Antwort «Anderer Grund» angegeben.

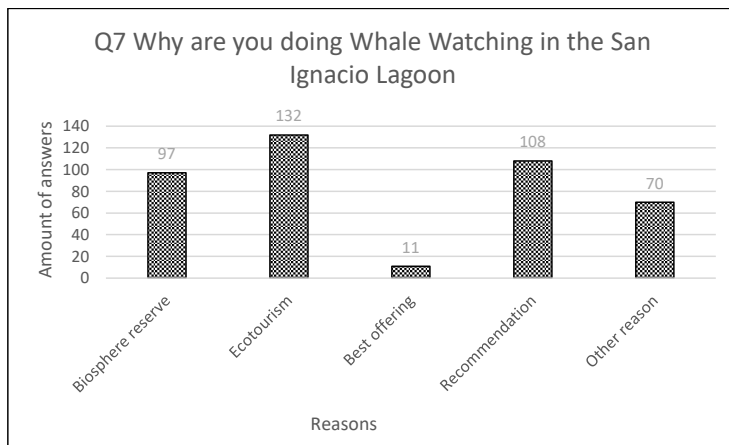


Abbildung 27: Der Grund für das Whale Watching der Lagune San Ignacio
Quelle: Eigene Darstellung

Aus der Frage Q7.1 wurde die Antwort «Anderer Grund» näher betrachtet und die individuellen Antworten der Touristen verschiedenen übergreifenden Kategorien zugeteilt. Es wurden sechs Kategorien identifiziert, die in Abbildung 29 dargestellt sind. 20 Antworten beziehungsweise ein knappes Drittel der Antworten sind der Kategorie «Nahe Begegnung mit den Grauwalen» zuzuteilen. Geringer ist die Anzahl Antworten in den Kategorien «Wiederkehren», «Reisegruppe» und «Bester Ort für Whale Watching» mit 3 bis 6 Antworten. 10 Antworten betrafen die Kategorie "Mitarbeitende und Camps". Die grösste Kategorie mit 26 Meinungen wurden unter dem Begriff «Anderes» zusammengefasst.

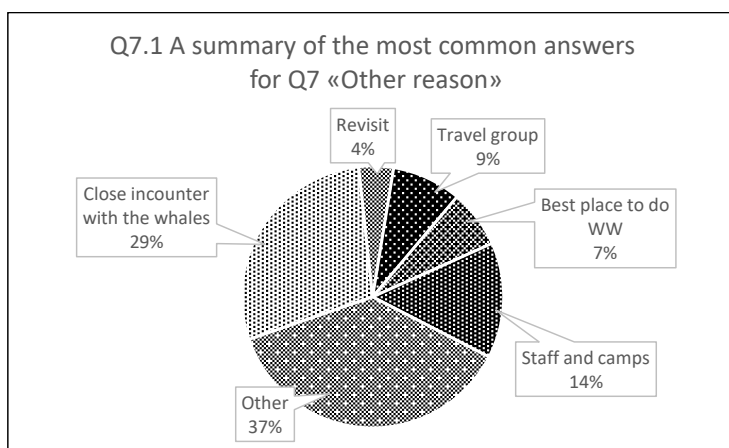


Abbildung 28: Zusammenfassung der häufigsten Antworten von "Other reason". Quelle: Eigene Darstellung

Die Interviewpartner wurden nach ihrem Verständnis von Ökotourismus gefragt. Die meisten erwähnten, dass diese Form des Tourismus versucht die negativen Auswirkungen auf die Umwelt gering zu halten und die Ressourcen geschont werden. Es wurde die Meinung geäußert, dass der ökologische Fussabdruck beim Ökotourismus kleiner sein sollte als beim herkömmlichen Massentourismus. Zudem wird beim Ökotourismus eine Balance zwischen Menschen und dem jeweiligen Ort – Tiere und Pflanzen inbegriffen – angestrebt. Fünf von sechs Personen hatten schon Erfahrung mit einem Ökotourismusangebot gemacht, bevor sie in die Lagune von San Ignacio kamen.

7.3 Analyse zur Einstellung der Touristen bezüglich des Anfassens der Tiere

Mit der Frage Q13 konnte eruiert werden, wie nahe sich die Touristen in den Fischerbooten und die Grauwale während dem Whale Watching kommen. Die häufigste Antwort mit 150 Stimmen war «In Reichweite». 32 Mal wurde die Antwort «1 Meter» angekreuzt und 16 Mal die Antwort «4 Meter». Lediglich 4 Personen haben «10 Meter» als Antwort angegeben. 31 Mal wurde «Anderes» angekreuzt.

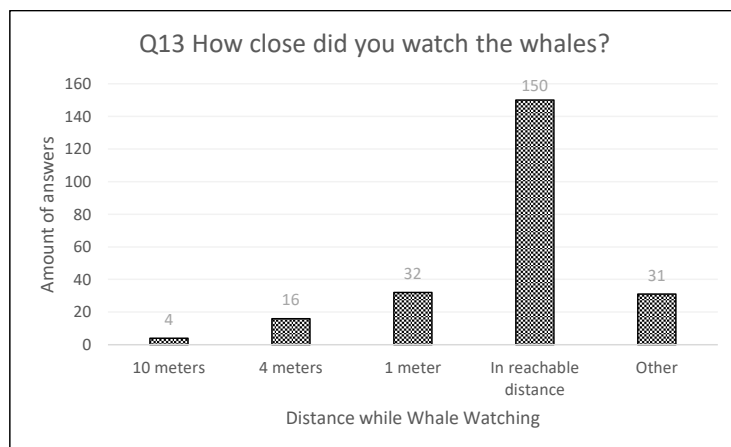


Abbildung 29: Wie nahe die Touristen an die Wale gekommen sind, Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Antwort «Anderes» aus der Frage Q13 handelt es sich wie bei Q7 um ein zusätzliches, leeres Feld, worin die persönliche Antwort der Befragten festgehalten werden konnte. Die nachfolgende Abbildung 30 zeigt die drei Kategorien, welchen die persönlichen Antworten zugeteilt wurden. 20 Personen gaben an, die Grauwale angefasst zu haben, weshalb sie bei der Frage „Wie nahe hast du Whale Watching gemacht?“ die Option «Anderes» angaben. 10 Personen haben in diesem Zusammenhang als Antwort «Küssen» angegeben. Lediglich eine Person gab einen anderen Grund an für das Ankreuzen der Antwort «Anderes».

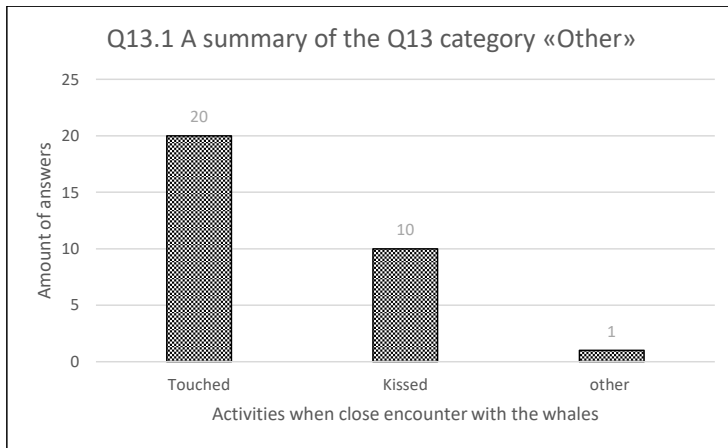


Abbildung 30: Eine Zusammenfassung der Kategorie "Anders", Quelle: Eigene Darstellung

Die Frage Q14 („War eine nahe Interaktion mit den Grauwalen wichtig?“) diente der Erforschung der Wichtigkeit einer nahen Begegnung mit den Grauwalen. Die Antwort «Extrem wichtig» wurde mit 118 Mal am häufigsten ausgewählt. Die Antwort «Wichtig» wurde 81 Mal angekreuzt. 24 Mal wurde die Antwort «Mehr oder weniger wichtig» angekreuzt. Sechs Personen gaben an, dass ihnen eine nahe Interaktion mit den Grauwalen nicht wichtig war, und drei Personen gaben die Antwort «Ich bin mir nicht sicher».

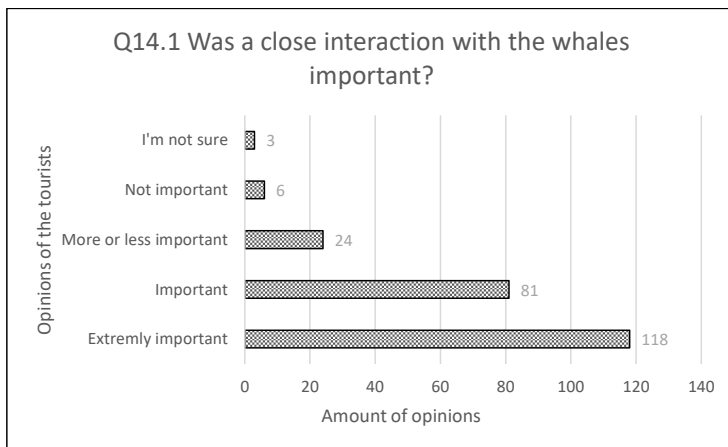


Abbildung 31: Nahe Begegnungen mit Walen, Quelle: Eigene Darstellung

In Q14.2 wurden die Meinungen der Touristen zur Interaktion mit den Tieren mit den jeweiligen effektiven Erlebnissen in der Abbildung 32. verglichen. Bei 100 Personen, die eine nahe Interaktion mit den Grauwalen als «sehr wichtig» empfanden, kam es zu einer Berührung oder einer fassbaren Reichweite. Bei 55 Personen, welche angaben, dass eine nahe Interaktion «wichtig» war, kam es zu einer Berührung oder einer fassbaren

Reichweite. Bei 19 Personen, welche eine nahe Interaktion als «mehr oder weniger wichtig» empfanden, kam es zu einer Berührung oder einer fassbaren Reichweite. 5 Personen, welche angaben, dass eine nahe Interaktion «nicht wichtig» sei, kamen in eine fassbare Reichweite. Gesamthaft waren 179 Personen in einer fassbaren Distanz oder haben einen Grauwal berührt.

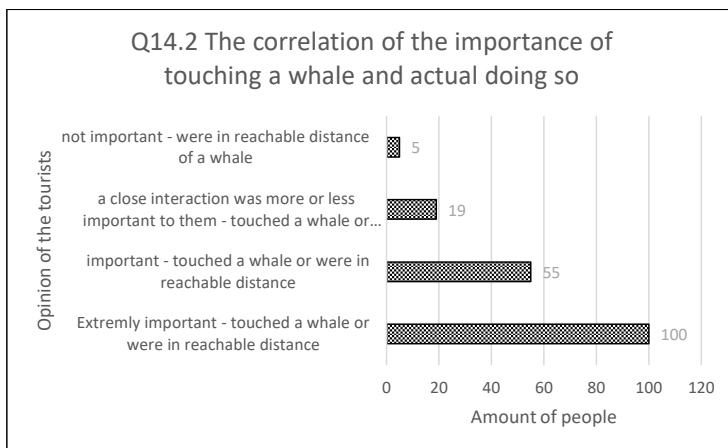


Abbildung 32: Die Menge an Touristen welche die Tier anfassen wollten und konnten, Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Interviewfrage, ob das Anfassen der Tiere für die Befragten wichtig war, wurden unterschiedliche Antworten gegeben. Alle drei Personen, die es als nicht wichtig empfanden die Tiere anzufassen, hatten schlussendlich eine nahe Begegnung, bei der sie das Tier angefasst haben.

7.4 Analyse der Touristenmeinungen bezüglich der Informationsmenge zu den Grauwalen

Mit den Fragen Q15.1 bis Q15.3 wurden die Bedürfnisse der Whale Watching-Touristen bezüglich Informationsmenge über die Tiere eruiert. Folgende Ergebnisse können präsentiert werden:

Der Frage 15.1 („Haben Sie genug Informationen zu den Grauwalen erhalten?“) haben insgesamt 229 Personen beantwortet. 65 Prozent haben mit «Ja» geantwortet. 33 Prozent der Befragten haben hingegen nicht genug Informationen über die Grauwale erhalten und «Nein» angekreuzt und 2 Prozent konnten sich nicht entscheiden.

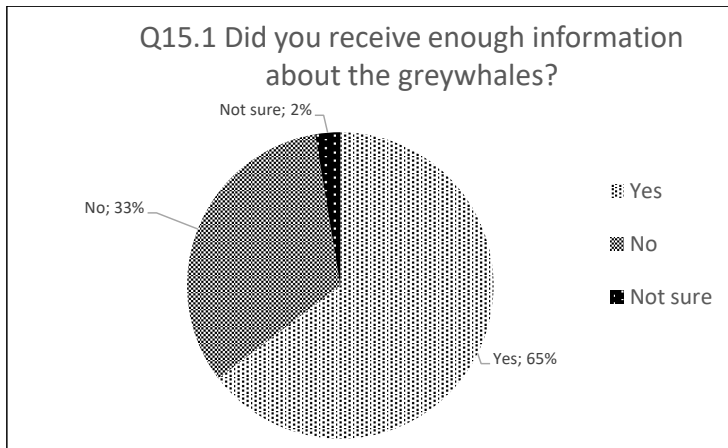


Abbildung 33 Kuchendiagramm zur Informationsmenge, Quelle: Eigene Darstellung

Ausgehend von der Gesamtanzahl der Meinungen in der Abb. 15.1 präsentiert die Abb. 15.1.1 eine erweiterte Analyse zur Meinung über die Informationsmenge in den einzelnen Camps. Die Antworten der Gäste wurden ihren Unterkünften zugeteilt.

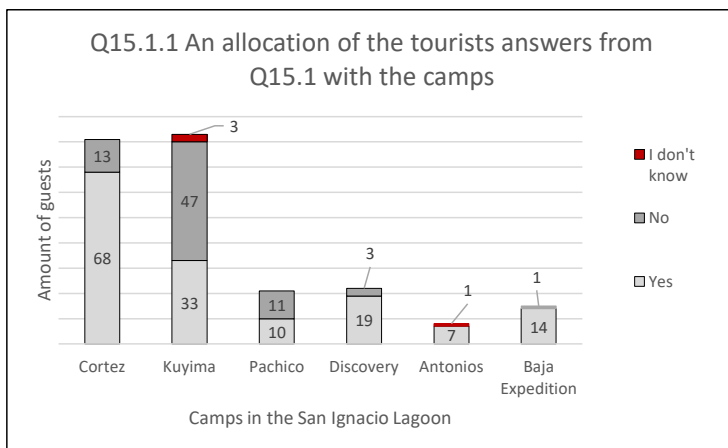


Abbildung 34: Die Verteilung der Antworten auf die Camps, Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage 15.2 („Falls Sie mehr Informationen erhalten möchten, was würden Sie bevorzugen?“) durften mehrere Antworten angekreuzt werden. Mit 99 beziehungsweise 96 Stimmen sind die Antworten «Umwelt» und «Grauwale» die beliebtesten Themen. «Ozean» wurde 68 Mal angekreuzt, «Fischer» und «Andere Tiere» je 66 Mal.

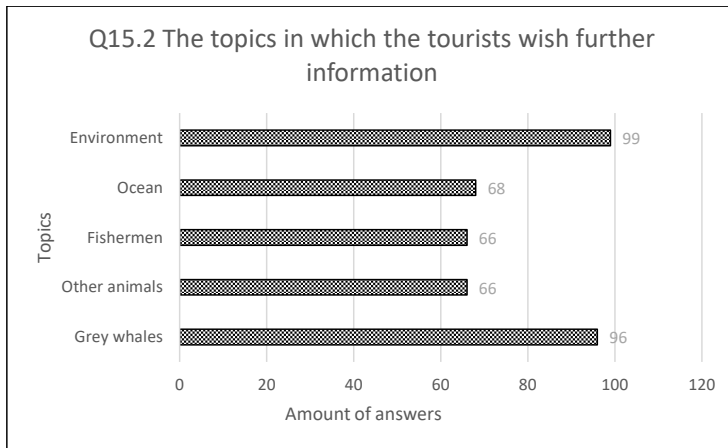


Abbildung 35: Die Themenauswahl für mehr Informationen, Quelle: Eigene Darstellung

Um den bevorzugten Zeitpunkt für die Weitergabe von zusätzlichen Informationen zu eruieren wurde die Frage Q15.3 (“Wann wäre der beste Moment, um mehr Informationen zu erhalten?“) gestellt. Auch hier haben 186 Personen die Fragen beantwortet und es waren mehrere Antworten erlaubt. Dem Zeitpunkt «Vor dem WW» haben 115 Personen mit «Ja» zugestimmt. Auch beim Zeitpunkt «Während dem WW» hat eine Mehrheit (102 Stimmen) «Ja» gewählt. Zum Zeitpunkt «Nach dem WW» hat die Mehrheit mit 127 Stimmen «Nein» geantwortet.

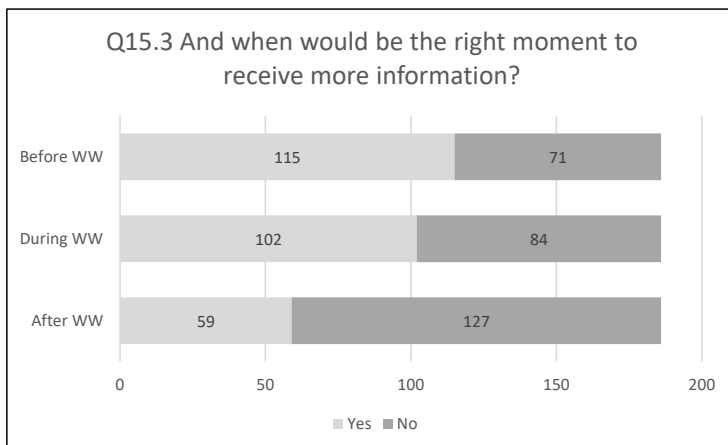


Abbildung 36: Der gewünschte Zeitpunkt für die Informationen, Quelle: Eigene Darstellung

Als abschliessende Frage fungiert Q15.4 mit «Wie möchtest Sie die Informationen erhalten?» Auch hier waren mehrere Antworten erlaubt. 142 Mal wurde die Antwort «die Informationen von einem Whale Watching-Führer erhalten» angekreuzt. 112 Mal wurde die Antwort «WW Briefing» als geeignete Form für die zusätzlichen

Informationen angekreuzt. 70 Mal wurde «Informationsschild» und 56 Mal «Videos» gewählt. 36 Mal wurde die Option «Bücher» gewählt, um zusätzliche Informationen zu erhalten. Mit 31 beziehungsweise 27 Mal sind «Workshops» und «Posters» die zwei Auswahlmöglichkeiten mit den wenigsten Stimmen.

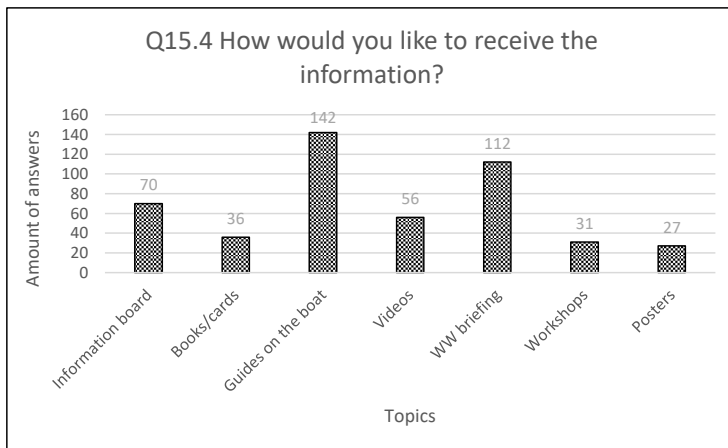


Abbildung 37: Die Informationsvermittlungsformen, Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage, ob die Gäste genug Informationen zu den Grauwalen und der Region erhalten haben, haben vier von sechs Personen mit «ja» geantwortet. Bei näherer Beschreibung wurde ersichtlich, dass sich die erhaltenen Informationen im Inhalt stark unterschieden. Bei gewissen Interviewpartnern begrenzte sich die Information auf die Sicherheit beim Whale Watching. Andere stellten den Bootsfahrern während dem Whale Watching Fragen oder lasen zuvor Bücher über die Tiere und holten sich die gewünschten Informationen selbst.

7.5 Analyse zur Zufriedenheit der Whale Watching-Touristen

Verschiedene einzelne Fragen im Fragebogen zielten darauf, die gesamthafte Zufriedenheit der Touristen zu erkunden. Die Frage Q19 war an die Touristen gerichtet, welche im Camp übernachteten. Die Frage lautete „Falls Sie mindestens einmal im Camp übernachteten; Wie zufrieden sind Sie mit der vorhandenen Infrastruktur wie den Toiletten und Duschen?“ Darauf haben von 206 Personen 114 mit «Extrem zufrieden» geantwortet. 83 Personen gaben an «Zufrieden» zu sein und 9 Personen waren «Mehr oder weniger zufrieden». Die möglichen Antworten «Weniger zufrieden» und «Nicht zufrieden» wurden kein einziges Mal angekreuzt, weshalb sie in der Grafik nicht berücksichtigt wurden.

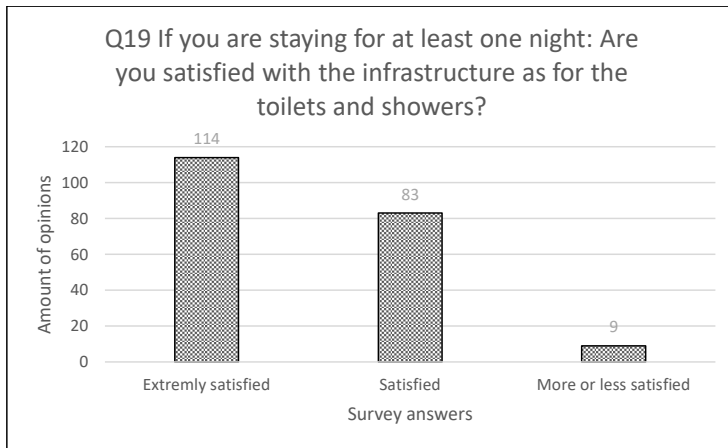


Abbildung 38: Die Zufriedenheit der Touristen mit den Infrastrukturen, Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage Q16 ging es um die Erwartungen der Touristen und um die Frage, ob sie mit der Bootstour und dem Whale Watching generell zufrieden waren. Von 231 Teilnehmenden haben 180 Personen «Extrem zufrieden» angekreuzt, während 47 Personen die Antwort «Zufrieden» auswählten. Lediglich 4 Personen hatten die Bootstour und das Whale Watching als «Mehr oder weniger zufrieden» empfunden.

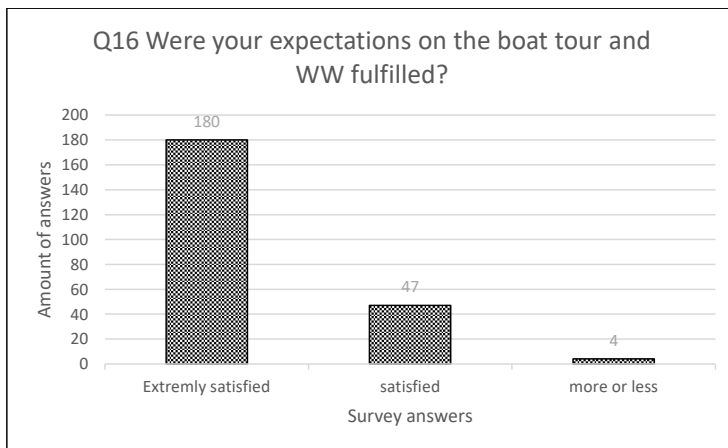


Abbildung 39: Der Zufriedenheitsgrad der Touristen, bezüglich ihrer Erwartungen an das Whale Watching, Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage Q23 „Was hat Ihnen am besten an diesem Camp gefallen?“ konnten die Touristen mehrere Antworten angeben. «Whale Watching» erhielt 208 von 231 Stimmen, das jeweilige «Camp Programm» 31 Stimmen, das «Essen» 44 Stimmen und der «Standort» 54 Stimmen. Die Antwort «Anzahl der Aktivitäten im Camp» erhielt 28 Stimmen. 40 Stimmen erhielt die «Infrastruktur». Den zweithöchsten Wert erhielt mit 130

Stimmen die Antwort «Mitarbeitende der Camps» und den dritthöchsten Wert mit 87 Stimmen der «Sustainable spirit». 15 Stimmen erhielt die Antwort «Anderes».

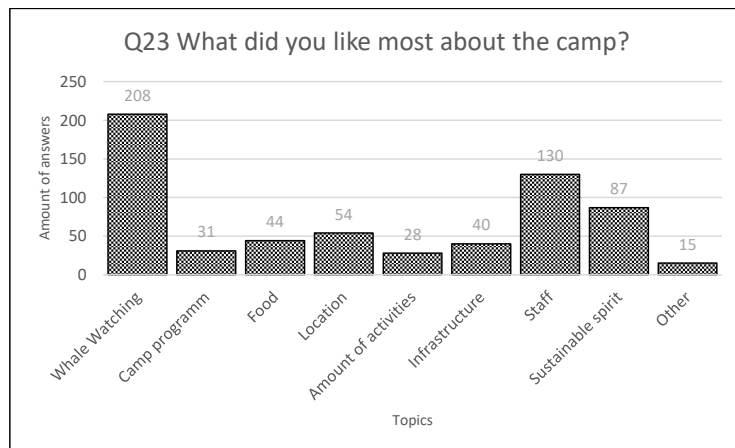


Abbildung 40: Was hat den Touristen am meisten an den Camps gefallen. Quelle: Eigene Darstellung

Den Interviewpartnern wurde ebenfalls die Frage gestellt, was ihnen beim Camp am meisten gefallen hat. Anders als bei der quantitativen Befragung konnten sie frei antworten. Das Whale Watching wurde nur von einem Interviewpartner als Antwort gegeben, was verglichen mit der Grafik auffällig wenig ist. Das Essen wurde von drei Personen erwähnt. Die Instruktionen vor dem Whale Watching wurden positiv empfunden und dass das Gefühl von Sicherheit zwischen 20 Grauwalen anhielt, wurde ebenfalls erwähnt. Die freundlichen und hilfsbereiten Mitarbeitenden wurden sehr gelobt.

Die quantitativen Ergebnisse haben aufgezeigt, dass die meisten Touristen Whale Watching-Fans sind und deshalb nach Baja California Sur reisen. Der Ökotourismus und Empfehlungen durch Dritte wurden als häufigste Gründe angegeben, das Whale Watching in der Lagune von San Ignacio zu machen. In den Interviews wurden Empfehlungen als Grund ebenfalls erwähnt. Es kann zudem festgehalten werden, dass über die Hälfte der Besucher die Grauwale aus nächster Nähe beobachteten und dass vielen Touristen eine nahe Begegnung mit den Tieren wichtig war. In den Interviews gab die Mehrheit an, dass das Anfassen nicht wichtig war. Nichts desto trotz hatten auch sie einen Grauwal angefasst. Weiter festzuhalten ist, dass mehr als die Hälfte der Befragten genug Informationen zu den Grauwalen und der Region erhalten hat. Wird auf die Verteilung der Antworten geachtet, wird ersichtlich, dass die Mehrheit der Gäste des Kuyima Camps mehr Informationen wünschten. Der richtige Zeitpunkt für mehr Informationen wäre für viele der Befragten vor oder während dem Whale Watching gewesen, und zwar durch Whale Watching-Guides oder beim Whale Watching-Briefing. Ebenfalls ersichtlich wurde die hohe Zufriedenheit der Gäste mit den Camps und deren Angeboten.

Bachelorarbeit

Im nächsten Kapitel werden die präsentierten Ergebnisse diskutiert und interpretiert. Dabei werden die Hypothesen geprüft und die Fragestellungen beantwortet. Hinzu kommen die Handlungsfelder aus dem Nachhaltigkeitscheck, welche die Grundlagen für die Erstellung der Empfehlungen für das Whale Watching- und Ökotourismusangebot darstellen.

8 Diskussion

In diesem Kapitel werden zuerst die Hypothesen mit den Ergebnissen aus der quantitativen Umfrage und den qualitativen Interviews überprüft und diskutiert. Anhand der Umfrageergebnisse und der Auswertungen des Nachhaltigkeitschecks werden Empfehlungen für die Camps formuliert. Die Auswertungen des Nachhaltigkeitschecks ergaben drei relevante Handlungsfelder: Umweltschonende Transportmittel (2 Punkte), Gästeinformation über die Nachhaltigkeit (3 Punkte) und die Pflege der lokalen Kultur (4 Punkte). Für alle drei Handlungsfelder werden Empfehlungen abgegeben, die sich auf die Frage beziehen, wie sich der Ökotourismus in der San Ignacio Bucht in Bezug auf die Nachhaltigkeit weiterentwickeln kann.

Hypothese 1

«Nach dem Whale Watching wünschen sich über 50% der befragten Touristen mehr Informationen über die Wale und die Umgebung von San Ignacio»

Die erste Hypothese konnte nicht bestätigt werden, da die prozentuale Menge an Befürwortern von mehr Informationen zu den Grauwalen und der Umgebung kleiner als 50 Prozent ausfiel. Um die Hypothese zu beantworten wurde die Abb. 15.1 („Haben Sie genug Informationen zu den Grauwalen erhalten?“) ausgewertet. Von insgesamt 234 möglichen Stimmen hatten sich 5 Personen enthalten. Lediglich 33 Prozent (75 Personen) der Befragten wünschten sich mehr Informationen zu den Grauwalen, während 65 Prozent (148 Personen) genug Informationen erhielten. Bei den qualitativen Interviews hat sich ergeben, dass die meisten Personen mit der Informationsmenge zufrieden waren. Die Meinungen der Befragten basierten allerdings auf unterschiedlichen Informationsinhalten: gewisse hatten das Sicherheitsbriefing als genügende Information empfunden, während andere die Guides oder Bootsfahrer auf den Booten ausfragten und sich selbst mehr Informationen besorgten und dann zufrieden waren.

Um allfällige Unterschiede zwischen den Camps aufzudecken, wurde eine weitere Analyse zu den Antworten von Q15.1 erstellt und in der 15.1.1 dargestellt. Die Analyse hat ergeben, dass bei den Camps Kuyima und Pachico der Anteil der Touristen, welche mehr Informationen zu den Grauwalen wünschen, höher ist als der Anteil der Touristen, welche mit dem Informationsgehalt zufrieden sind und dementsprechend keine zusätzlichen Informationen wünschen. Bei Kuyima und Pachico werden Tagespakete angeboten. Ob ein Zusammenhang zwischen dem Tagesangebot und der Menge des Informationsgehalts besteht, wurde in dieser Arbeit nicht geklärt. Mit den Folgefragen zum Thema «genügend Informationsgehalt» (15.2 und Q15.3) wurde bestätigt, dass die zusätzlichen Informationen die Themen Umwelt und Grauwale beinhalten sollten und der gewünschte Zeitpunkt für die Informationen vor dem Whale Watching und/oder während dem Whale Watching ist. Hinzu kam die Frage nach der Art der Vermittlung der zusätzlichen Informationen. Am beliebtesten waren mehr Informationen über einen Bootsführer, beim Whale Watching Briefing oder über Informationsbretter zu erhalten.

Empfehlungen: Die Vermittlung von gezielter Umweltbildung ist Teil des Ökotourismusverständnisses und sollte immer wieder auf die Aktualität überprüft und weiterentwickelt werden. Aufgrund der Meinungen der Touristen wird den Camps Kuyima und Pachico empfohlen, die Menge der vermittelten Information bei den

Whale Watching-Touren zu überprüfen und, falls notwendig, anzupassen. Eine Möglichkeit, welche die Touristenbefragung suggeriert, wäre das Whale Watching-Briefing mit zusätzlichen Informationen auszubauen oder zusätzliche Informationstafeln aufzustellen. Ob die Informationstafeln für die Besucher von Nutzen sind, ist von einer fundierten Abstimmung mit den Interessen der Zielgruppe abhängig. (Fennell, 2015)

Es wäre interessant herauszufinden, ob das Bedürfnis nach zusätzlicher Information über die Grauwale und die Umgebung mit der Länge des Aufenthalts eines Touristen zusammenhängt und wie die Antworten in den einzelnen Camps ausfallen würden.

Hypothese 2

«Weniger als 50% der befragten Touristen geben an, wegen dem vorhandenen Ökotourismus in der Lagune das Whale Watching in San Ignacio zu machen.»

Die zweite Hypothese muss ebenfalls verworfen werden, weil die Option «Ökotourismus» von 56 Prozent der Befragten als Grund für ihre Reise zur San Ignacio Lagune genannt wurde. Mit der Frage Q7 aus der Umfrage wurden die Beweggründe für das Whale Watching in der Lagune von San Ignacio erforscht und der Wahrheitsgehalt der Hypothese untersucht. Die Kategorie «Ökotourismus» wurde mit 132 Stimmen (56%) am häufigsten angekreuzt. Hier ist zu beachten, dass die Teilnehmer mehrere Gründe für den Besuch der Lagune angeben konnten. Eine weitere Auswahlmöglichkeit war «Andere Gründe», welche 70 Mal ausgewählt wurde. Diese 70 Stimmen wurden bei der Analyse in neue Subkategorien eingeteilt. Fast einen Drittel konnte der Kategorie «Nahe Begegnungen mit Grauwalen» zugeordnet werden. Bei einer nächsten Arbeit wäre es sinnvoll, bei der Frage Q7 die Antwortauswahl mit der Option «friendly whales» zu erweitern um zu sehen, ob die Antwort «Ökotourismus» nochmals am meisten gewählt würde. Die Antwort könnte Aufschluss über ein vorhandenes Ökotourismus-Image der Lagune bringen.

Bei den qualitativen Interviews wurde eine Frage zum persönlichen Verständnis von Ökotourismus gestellt. Diese Frage ermöglicht keine zusätzlichen Informationen, die zur Überprüfung der Hypothese 2 nützlich sind. Hier hätte die Frage nach der Motivation, Ökotourismus auszuwählen, gestellt werden müssen.

Die Forschungsfrage «Welche Bedürfnisse der Touristen, die wegen dem Whale Watching nach San Ignacio kommen, werden von den Camps gedeckt?» Die Forschungsfrage konnte mit den Ergebnissen der Q14 ergründet werden. Die Umfragen haben ergeben, dass das Anfassen der «friendly whales» ein wichtiger Grund für die Reise in die San Ignacio-Lagune darstellt. Bei der Frage Q14.1 wurde die Wichtigkeit einer nahen Begegnung mit den Grauwalen eruiert. Ausgehend von 232 Antworten gaben 85 Prozent an, dass eine nahe Begegnung mit den Grauwalen wichtig oder extrem wichtig sei. Von den 234 Befragten konnten 179 Personen einen Grauwal in der San Ignacio-Lagune anfassen oder waren zumindest in fassbarer Distanz. Zudem konnten die Motivationen vieler Besucher, die Tiere anzufassen, über die Grafiken Abb. 15.1, Q7.1.1 und Q13.1 und die Subkategorisierung der Antwortoption «Anderer Grund» enthüllt werden. So, wie die Situation im Moment ist, scheint das Anfassen der Tiere nicht umweltschädlich. Die Erwartungshaltung der Touristen könnte für die Bootsfahrer und Anbieter jedoch zum konstanten Druck werden, wenn die Zufriedenheit mit dem Whale Watching-Angebot anhand des Anfassens bewertet wird. Um den Touristenerwartungen zu entsprechen, könnten Bootsführer zu impulsiven und gefährlichen Fahrmanövern beim Whale Watching verleitet werden, was für die Tieren wie auch für die Teilnehmenden kontraproduktiv sein könnte. Dann wäre eine Entschärfung einer solchen Verhaltensspirale empfehlenswert. Wird davon ausgegangen, dass den Touristen das Verständnis für die Tiere und das Wissen über das Leben in der Lagune fehlt, könnte eine gezielte Form der Umweltbildung eine mögliche Strategie sein, um die Erwartungen der Touristen mit der Ausgangslage in Einklang zu bringen. Bei den einzelnen Interviews hat sich ergeben, dass drei Befragten das Anfassen der Tiere nicht wichtig war. Trotzdem gaben alle drei an, beim Whale Watching ein Tier angefasst zu haben. Hier wäre interessant herauszufinden, wie viele der Touristen das Anfassen als unwichtig empfinden, aber dennoch ein Tier anfassen, und welche Faktoren das Anfassen unterstützen.

Hypothese 3

«Die Whale Watching-Angebote der Ökotourismuscamps in der Lagune von San Ignacio werden bei der Nachhaltigkeitsbewertung des Angebots lediglich einen durchschnittlichen Wert erhalten.»

Die Hypothese 3 kann ebenfalls nicht bestätigt werden, da beide Whale Watching-Angebote mit 5.25 beziehungsweise 5.42 von 7 Punkten in die zweitbeste Nachhaltigkeitskategorie eingestuft wurden. Ein gemeinsames Handlungsfeld liegt im Bereich «Umweltschonende Mobilität», das mit zwei Punkten schlecht abgeschnitten hat. Die energiebedingten CO₂-Emissionen entstammen laut einer Studie der UNWTO/UNEP zu 5 Prozent dem Tourismus. Ein grosser Teil der CO₂-Emissionen im Tourismussektor entfällt auf den Verkehr und besonders auf PKWs und Flugzeuge. In Bezug auf die produzierte Menge an Treibhausgasen als CO₂-Äquivalente schneidet der Reisebus am besten ab. Werden jedoch Stickstoffoxide hinzugenommen, sind es die Strassenbahnen und der Eisenbahn-Fernverkehr, die am besten abschneiden (Strasdas, 2015) Die schnellsten Transportmittel um von San Ignacio in die Lagune zu gelangen, sind der PKW, das Flugzeug oder der Reisebus. Die abgeschiedene Lage der Lagune ist mitverantwortlich für die Einschränkungen bezüglich nachhaltigen Alternativen im Bereich der Transportmittel. Deswegen könnte ein CO₂-Kompensationsplan für die Touristen in Betracht gezogen werden (Fischer, 2014). In der Lagune gibt es ein Projekt zur

Mangrovenaufforstung. Die Kompensation könnte über eine direkte Zahlung oder über das physische Pflanzen eines Setzlings erbracht werden. Ein solches Projekt könnte gleichzeitig als Plattform für den Austausch zwischen Einheimischen und Gästen fungieren, was ebenfalls ein Handlungsfeld darstellt. Bei der Nachhaltigkeitsbewertung der umweltfreundlichen Mobilität ist der Standort der Camps und deren Benützungsfrequenz zu berücksichtigen. Viele der Touristen, welche mit eigenen Fahrzeugen oder dem Flugzeug anreisen, wählen ein Übernachtungsangebot mit 2-6 Tagen und halten sich in dieser Zeit am gleichen Ort auf. Dies wurde in der Bewertung des Mehrtagesangebots nicht berücksichtigt, weshalb die Nachhaltigkeitsbewertung tendenziell in dieser Kategorie zu hart ausgefallen ist. **Empfehlungen:** *Gestaltung eines Massnahmenplans für die Kompensation der CO2-Emissionen der Transportmittel in der Lagune. Und beispielsweise das bestehende Mangrovenaufforstungsprojekt als Kompensationsort wählen und dabei den kulturellen Austausch fördern. Die vorhandene SWOT-Analyse könnte zu einer strukturierten Auseinandersetzung mit den Stärken, Schwächen, Chancen und Herausforderungen der Situation mit den Transportmitteln dienen. Eine mögliche Strategie könnte die Kombination von ausgewählten Chancen mit Stärken sein oder Chancen so zu nutzen, dass die Schwächen überwunden werden können. Aus den Strategien könnte ein Umsetzungsplan eruiert und weiterverfolgt werden. Beim Handlungsfeld kultureller Austausch könnte nebst dem Mangrovenaufforstungsprojekt der kulturelle Austausch über die Pangas gefördert werden. Die Pangas werden beim Whale Watching sowie beim Fischen verwendet und könnten als Verbindung zur lokalen Fischerkultur in der San Ignacio-Bucht dienen. Hier wäre ein gemeinsames Projekt zwischen den Camps und einer lokalen Fischergenossenschaft anzustreben.*

Ein weiteres Handlungsfeld, das in der Umsetzung wenig Aufwand benötigt, wäre eine Verbesserung der Gästeeinformation über die Nachhaltigkeit. Obwohl die Webseiten der verschiedenen Camps auf Nachhaltigkeitsaspekte eingehen, scheint der persönliche und aktive Austausch zumindest in Bezug auf die Erfahrung im Kuyima Camp noch ausbaufähig zu sein. „Kunden fordern nicht nur die Befriedigung von ökonomischen Bedürfnissen, sondern erwarten darüber hinaus, dass Unternehmen einen Beitrag in ökologischer und sozialer Hinsicht leisten. Grundsätzlich wird von Unternehmen die aktive Beteiligung an einer nachhaltigen Entwicklung erwartet“ (Vinzenz, 2019, S. 17). Unternehmensvorteile wie Umsatzwachstum, Markenwertsteigerung und Steigerung der Kundenbindung oder der Reputation konnten durch die Kommunikation von verantwortungsvollem Handeln in Unternehmen verzeichnet werden (Vinzenz, 2019). Und weil sich die Camps in der Lagune schon sehr stark in allen Bereichen der Nachhaltigkeit einsetzen, könnte ein Leitfaden zur Kommunikation erarbeitet werden, wie die Gäste informiert und welchen Inhalt geteilt werden sollen. Zum Beispiel könnte das regionale Potenzial von Ökotourismus vermehrt kommuniziert werden und darauf aufmerksam gemacht werden, welche positiven Auswirkungen der Ökotourismus effektiv in der Gemeinschaft der Lagune von San Ignacio bisher hatte.

Die Forschungsfrage «Wie wird das Angebot der Camps von den Touristen wahrgenommen?» wurde mit den Fragen Q19, Q16 und Q23 erforscht. Die Zufriedenheit der Touristen wurde in den Bereichen Infrastruktur und Whale Watching-Angebot eruiert sowie durch Erfragung der persönlichen Meinung mittels der

Frage, was ihnen am besten gefallen hat. 55 Prozent der befragten Touristen gaben an mit der Infrastruktur sehr zufrieden zu sein. 40 Prozent der Touristen bezeichneten sich als zufrieden. Beim Whale Watching waren 77 Prozent der Befragten sehr zufrieden und 20 Prozent zufrieden. Die Frage Q23 erlaubte mehrere Antworten. Am beliebtesten war das Whale Watching. Mit 208 Antworten wurde die Antwort, verglichen mit allen anderen Antwortmengen der Umfrage, am häufigsten gegeben. Mit 130 Antworten wurde das Personal der Camps am zweithäufigsten gewählt und an dritter Stelle folgt die nachhaltige Stimmung. Aus den qualitativen Interviews ist hervorgegangen, dass fast alle Befragten das Personal erwähnt und gelobt hatten. Es waren keine Antwortvorgaben gegeben. Dennoch haben fast alle die gleiche Antwort gegeben. Das Essen ist ebenfalls bei fast allen Befragten auf hohen Anklang gestossen.

Die Forschungsfrage, «was der Ökotourismus in der San Ignacio-Lagune beinhaltet», kann zu einem Teil an Hand der Steckbriefe (vgl. Kapitel 4) beantwortet werden und zum anderen Teil an Hand der subjektiven Beschreibung in diesem Abschnitt. Die Camps befinden sich in einem Biosphärenreservat. Es wird eine Eintrittsgebühr in das Schutzgebiet erhoben, die in den Schutz der dortigen Umwelt fließt. Es werden rustikale Unterkünfte aus Rohstoffen aus der Gegend und Campingmöglichkeiten angeboten. Sanitäre Anlagen sind mit biologisch abbaubaren Seifen und meist nachhaltigen Lösungen, wie Komposttoiletten oder Salzwasserspülungen, ausgestattet. Vorhandene, erneuerbare Energien wie Sonnen- und Windenergie werden als hauptsächliche Energiequelle genutzt. Der sparsame Umgang mit Strom wird den Gästen transparent kommuniziert. In den meisten Camps hat es kein Internet. Die Lagune und ihre Landschaften scheinen grösstenteils wild und wenigen menschlichen Einflüssen ausgesetzt zu sein. In der Lagune gibt es keine geteerten Strassen und die am häufigsten befahrenen Wege sind durch Reifenspuren ersichtlich. Beschilderungen zu den Camps wurden nur sehr wenige gesetzt. Im Camp werden Papier, Plastik und Metall getrennt gesammelt. Das Trennsystem wird den Touristen klar kommuniziert. Es hat Posters und Bilder zu den Grauwalen und vor dem Whale Watching gibt es ein kurzes Briefing zur Bootstour. Das Whale Watching ist gut organisiert und die Boote sind nur in einer bestimmten Zone der Lagune erlaubt. Während der Walsaison ist das Fischen in der Lagune verboten, weshalb sich die Fischer von den Camps als Bootsführer für das Whale Watching anstellen lassen. Für das Whale Watching werden die Fischerboote, so genannte Pangas, benutzt. Eine hohe Biodiversität ist in den Gewässern und an Land beobachtbar. Die Pfade in den Camps sind beschriftet und mit Muscheln ausgelegt, sodass die Besucher nicht auf die einheimischen Pflanzen treten. Das Essen ist häufig lokal und die Mitarbeitenden sind grösstenteils aus der Region. Der Nachhaltigkeitsgedanke ist bei den Camps vorhanden, auch wenn die Kommunikation diesbezüglich kaum vorhanden ist.

In den Interviews wurde die Frage gestellt, «ob nachhaltiges Verhalten in den Camps aufgefallen ist und mit Ökotourismus assoziiert wird». Hier wurden vor allem die nachhaltigen Solaranlagen und Komposttoiletten erwähnt. Die Trennung von Toilettenpapier im sanitären Bereich und von Metall, Glas und Plastik im Restaurant wurde ebenfalls erwähnt. Die Camps wurden von den meisten Befragten als engagierte Ökotourismuscamps bewertet. Deshalb werden folgende Empfehlungen auf Basis der subjektiven Bewertung und den Steckbriefen vorgeschlagen. **Empfehlungen:** *Das Anstreben eines aktuellen Zertifikats für den angebotenen*

Ökotourismus. Mit der Zertifizierung könnten die Nachhaltigkeitsleistungen gemessen, bewertet und transparent gemacht werden. Ein aktuelles Zertifikat würde die bisherigen Massnahmen und Anstrengungen sowie den Erfolg des Handelns festhalten, und könnte dem Konsumenten als Orientierungshilfe dienen (Strasdas, 2015). Zudem könnte die Lagune mit einer einheitlichen Zertifizierung der Ökotourismuscamps gegen aussen als Einheit auftreten, die sich für die Nachhaltigkeit der Region einsetzt, was sie heute sowieso schon im Hintergrund vermehrt tut. Die Wirkung des Labelings ist jedoch umstritten, da es einen Überfluss an Labels gibt und die Labels zum Teil mit Greenwashing assoziiert werden und dementsprechend als nicht vertrauenswürdig eingeschätzt werden (Vinzenz, 2019). Obwohl die Camps in vielen Bereichen der Nachhaltigkeit gute Ausgangslagen geschaffen haben, empfehle ich eine externe Überprüfung anzustreben und, falls möglich, ein internationales Zertifikat zu wählen. Die Zertifizierung kann zudem zur Motivation der Beibehaltung des erreichten Standards beitragen.

Die Forschungsfrage «Welches Potenzial hat Umweltbildung in der San Ignacio-Lagune?»

Die letzte Forschungsfrage befasst sich mit dem Potenzial der Umweltbildung in der San Ignacio-Lagune. Werden die Antworten der Touristen im Bereich Informationen interpretiert, könnte daraus geschlossen werden, dass die Umweltbildung weiter ausgebaut werden könnte und Potenzial hat. Inwiefern die Umweltbildung im Rahmen des Whale Watching-Angebots Potenzial hat, kann jedoch mit dieser Arbeit nicht abschliessend beantwortet werden, da im Fragebogen keine direkten Fragen zur Umweltbildung gestellt wurden. Zudem wurde die Definition von Umweltbildung nicht behandelt, was zu ungenauen Aussagen führen könnte. Wird davon ausgegangen, dass die Umweltbildung Wissensvermittlung gekoppelt mit Erlebnissen in einer Destination darstellt, könnte den Touristen ein leichter und schneller Zugang zur Umgebung ermöglicht werden. Dieser Ansatz könnte vor allem für Touristen mit einem kurzen Aufenthalt von Nutzen sein. Sie scheinen jedoch häufig keine Zeit zu haben, da sie als Tagestouristen nicht selten an strikte Zeitpläne und Transportmittel gebunden sind.

Empfehlung: *Aktive Umweltbildung in alle Angebotspakete einbauen und die Zeitfenster dementsprechend anpassen. Bezogen auf die Definition von Ökotourismus wurde in einer Literatur erwähnt, dass, „das Lernen den Unterschied zu den anderen Tourismusformen macht.“ (Fennell, 2015, S. 110).*

Mögliche Fehlerquellen in dieser Arbeit:

Bei der quantitativen Umfrage kamen Filterfragen vor, welche nicht von allen Teilnehmenden verstanden wurden. Viele hätten die Antworten überspringen müssen, beantworteten aber trotzdem gewisse Folgefragen. Bei der Auswertung wurden diese Antworten berücksichtigt, was die Gesamtanzahl von Antworten verfälschte und deshalb kritisch zu betrachten ist. Beim Layout der Umfragen wurde die Nummerierung pro Frage vergessen. Die Nummerierung ist für die Befragten und für die spätere Datenauswertungen ein wichtiges Orientierungsmittel im Beantwortungs- oder Aufteilungsprozess. Die Fragen der qualitativen und quantitativen Umfragen waren zum Teil nicht genug detailliert oder aussagekräftigere Folgefragen fehlten. Auf die Frage, was Ökotourismus bedeutet, hätte eine Folgefrage lauten können, «weshalb sie das Ökotourismusangebot gewählt

haben». Die Antworten hätten vielleicht einen tieferen Einblick in die Werte der Touristen ermöglicht und wie sie zu Ökotourismus stehen. Die meisten gestellten qualitativen Interviewfragen waren für die Ergebnisse dieser Arbeit nicht ausschlaggebend und hätten weggelassen werden können, weil sie die quantitativen Fragen zu wenig unterstützten. Für die Mixed Methods müssten die Fragen stärker abgeglichen und gezielter eingesetzt werden. Eine weitere Fehlerquelle könnte in der Nachhaltigkeitsbewertung des Whale Watching-Mehrtagesangebots zu finden sein. Während des Untersuchungszeitraums wurde lediglich das Whale Watching-Tagesangebot erlebt. Die Nachhaltigkeitsanalyse konnte aufgrund dessen nicht auf das Mehrtagesangebot angewendet werden. Um dieses Angebot trotzdem bewerten zu können, wurde davon ausgegangen, dass es in allen Bereichen gleich gut oder besser abschliessen würde, weil längere Aufenthalte aus der Sicht der Nachhaltigkeit positiver gewertet werden (Strasdas, 2015). Das Tagesangebot und das Mehrtagesangebot haben ähnliche prozessinterne und äusserliche Gegebenheiten wie bspw. den Standort, die Infrastrukturen und das Whale Watching. Der einzige Unterschied schien in der Kommunikation gegenüber den Gästen bezüglich der Nachhaltigkeit. Deshalb wurde das Spinnendiagramm des Tagesangebot als Basis für das Diagramm des Mehrtagesangebot verwendet. Hier könnte die Genauigkeit in Frage gestellt werden. Dabei müsste die generelle Genauigkeit solcher Werkzeuge hinterfragt werden. Die subjektive Wahrnehmung als Bewertungsbasis kann ebenfalls auf Kritik stossen. Abhängig von den Bewertenden können sich die Auswertungsergebnisse unterscheiden, wie bspw. bei der SWOT-Analyse oder beim Verwenden des Nachhaltigkeitschecks.

Im nächsten Kapitel wird auf die anfangs gestellten Fragen und die beantworteten Hypothesen eingegangen. Die unbeantworteten Aspekte in dieser Arbeit werden ebenfalls behandelt.

9 Schlussfolgerungen

Mit dieser Bachelorarbeit wurden anhand identifizierter Stärken und Handlungsfelder Empfehlungen für die Whale Watching- und Ökotourismuscamps von San Ignacio erstellt. Mit den erstellten Steckbriefen und der SWOT-Analyse konnte strukturiert aufgezeigt werden, was das Angebot der Whale Watching- und Ökotourismuscamps beinhaltet. Diesbezüglich konnten zwei unterschiedliche Angebotsformen identifiziert werden, das Tages- und das Mehrtagesangebot mit Übernachtungen. Zusätzlich konnte mit dem Nachhaltigkeitscheck aufgezeigt werden, dass der angebotene Whale Watching- und Ökotourismus in der Lagune San Ignacio nachhaltig ausgerichtet ist. Mit den qualitativen und quantitativen Umfragen konnten die Bedürfnisse der Touristen sichtbar gemacht werden und es konnte aufgezeigt werden, dass die Gäste mit dem Whale Watching-Angebot und den Ökotourismuscamps sehr zufrieden sind. Die drei Hypothesen dieser Arbeit mussten verworfen werden. Die Forschungsfragen I bis III konnten erfolgreich beantwortet werden. Die vierte Forschungsfrage bleibt unbeantwortet, da die benötigten Fragen und Antworten in der quantitativen und qualitativen Umfrage nicht berücksichtigt wurden. Es muss festgehalten werden, dass die erstellten Fragebögen und Interviewfragen zum Teil nicht genug detailliert formulierten waren oder aussagekräftige Folgefragen fehlten. (vgl. Abschnitt Fehlerquellen) Dennoch konnten interessante Ergebnisse mit den Umfragen generiert werden, wie bei der Frage 15.1 und der darauf folgenden Analyse der Verteilung der Antworten in der Grafik 15.1.1. Hier konnte festgehalten werden, dass den Gästen in den Camps Kuyima und Pachico der Informationsgehalt zu den Grauwalen und der Region zu gering ausfiel. Oder die Antworten auf Frage Q7. Dem Ergebnis zufolge war der Ökotourismus der häufigste Grund für das Whale Watching in der Lagune San Ignacio. Im Kapitel Ausblick werden diese Ergebnisse nochmals aufgegriffen und weiterführende Gedanken zu ihren Potenzialen gemacht.

Bei den quantitativen Umfragen war der Rücklauf mit 78% sehr hoch. Dies ist zu einem grossen Teil auf das Engagement der Camp-Leitungen zurückzuführen, welche die Gäste auf die Umfragen aufmerksam gemacht haben. Die Camps sind vorbildlich, was die Nutzung erneuerbarer Energien und die Organisation des Whale Watchings betrifft. Die Befragten aus der quantitativen Umfrage waren mit dem Whale Watching sowie dem Personal und dem nachhaltigen Ambiente sehr zufrieden. Die qualitativen Interviews ergaben, dass alle sechs Interviewpartner für das Whale Watching- und Ökotourismusangebot in der San Ignacio-Lagune zurückkehren würden oder zurückgekehrt sind.

Im letzten Abschnitt dieser Arbeit werden während dem Verfassen neu aufgekommene Fragen diskutiert und mögliche neue Forschungsbereiche erwähnt, die zu einem späteren Zeitpunkt behandelt werden könnten.

10 Ausblick

Bei einer Fortführung der Untersuchung der Touristenbedürfnisse in der Lagune San Ignacio könnte der Frage einer möglichen Korrelation zwischen der Aufenthaltsdauer in der Lagune und der Zufriedenheit der Touristen mit der Informationsmenge nachgegangen werden. Ergänzend könnte die Nachhaltigkeit der Tagesangebote im Vergleich mit Übernachtungsangeboten erforscht werden und jedes Camp auf sein individuelles Nachhaltigkeitslevel überprüft werden, um weitere potenzielle Handlungsfelder aufzudecken. Ausserdem wäre eine Wiederholung des Nachhaltigkeitschecks zu einem späteren Zeitpunkt interessant. Die Bewertungen zu den unterschiedlichen Zeitpunkten könnten untereinander oder mit einem anderen Nachhaltigkeitscheck verglichen werden. Ebenfalls interessant für die Repräsentativität der Einschätzungen wäre das Nachhaltigkeitsbewerten des Whale Watching- und Ökotourismusangebots durch eine zweite Person.

Ebenfalls interessant für die Ökotourismuscamps in der Lagune San Ignacio wäre ein direkter Angebotsvergleich mit der Lagune Oje de Liebre, da diese ebenfalls im El Vizcaino Biosphärenreservat liegt und Whale Watching anbietet.

Der Ökotourismus und das angebotene Whale Watching in der Lagune von San Ignacio bieten ein Erlebnis, das authentisch und einmalig ist. Das Engagement der Camps zeigt auf, wie Tourismus umweltverträglich und attraktiv zugleich sein kann.

11 Literaturverzeichnis

- Agrawal, P. A. (2015). *Management development of eco-tourism*.
- Akreml, L. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage; N. Baur & J. Blasius, Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS.
- Baur, N., & Blasius, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: Springer VS.
- Brake, A. (2009). *Handbuch Methoden der Organisationsforschung: Quantitative und qualitative Methoden* (1. Auflage; S. Kühl, P. Strodtzholz, & A. Taffertshofer, Hrsg.). Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.
- Cini, F., Metastasio, R., & Passafaro, P. (2017). *Ecotourism and sustainable tourism: Management, opportunities and challenges*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Fang, W.-T., Lien, C.-Y., Huang, Y.-W., Han, G., Shyu, G.-S., Chou, J.-Y., & Ng, E. (2018). Environmental Literacy on Ecotourism: A Study on Student Knowledge, Attitude, and Behavioral Intentions in China and Taiwan. *Sustainability*, 10(6), 1886. ([Stein & Franzen, 2014](#))
- Fennell, D. A. (2015). *Ecotourism* (Fourth edition). London ; New York: Routledge.
- Fischer, A. (2014). *Sustainable tourism: From mass tourism towards eco-tourism* (1. Aufl). Bern: Haupt.
- Forster, S., Gruber, S., Roffler, A., & Göpfert, R. (2011). *Tourismus—Ganz natürlich! Von der Idee über die Marktanalyse zum natur- und kulturnahen Tourismusangebot*. Abgerufen von www.naturkultur-erlebnis.ch
- Hetzer, N. D. (1965, Juli). Environment, tourism, culture. *Newsbulletin of the International Ecology University*.
- Hummel, J. (1994). World Leisure and Recreation—Ecotourism Development in Protected areas of Developing Countries. *Taylor & Francis Group*, 36(2), 17–23.
- ISSI - Mexico's Friendly Whales. (o. J.). Abgerufen 23. September 2019, von <https://www.lasecomujeres.org/issi/whales.html>
- Kelle, U. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: Springer VS.
- Klößner, J., & Friedrichs, J. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: Springer VS.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage; N. Baur & J. Blasius, Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS.

- Kurte, B. (2002). *Der Ökotourismus-Begriff: Seine Interpretation im internationalen Bereich*. Trier : Selbstverl. der Geographische Ges.
- Lück, D., & Landrock, U. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (N. Baur & J. Blasius, Hrsg.). https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_32
- Mayer, M., Job, H., & Deutsche Gesellschaft für Geographie (Hrsg.). (2016). *Naturtourismus - Chancen und Herausforderungen: Mit 48 Abbildungen und 16 Tabellen*. Mannheim: Verlag MetaGIS-Systems.
- Meyer, C., & Meier zu Verl, C. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage; N. Baur & J. Blasius, Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS.
- Pelz, D. W. (2018). Die SWOT-Analyse: Inhalt im Überblick Leitfaden zur Erstellung eines professionellen Marketingplans. *Norderstedt 2004*, 23.
- Przyborski, A., & Wohlrab-Sahr, M. (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage; N. Baur & J. Blasius, Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS.
- Ritter, F. (2010). *Wale beobachten: Ein Leitfaden zum sanften whale watching in Europa und Übersee* (2., überarb. und aktualisierte Aufl). Welver: Stein.
- Stein, P. (2014). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (N. Baur & J. Blasius, Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS.
- Stein, P., & Franzen, A. (2014). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (N. Bauer & J. Blasius, Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS.
- Strasdas, W. (2015). *Nachhaltiger Tourismus: Einführung* (H. Rein, H. Antonschmidt, M. Baláš, D. Beyer, H. Dickhut, M. Feige, ... A. Schuler, Hrsg.). Konstanz: UVK Verlagesellschaft mbH.
- Swartz, S. L., & Ocean Foundation. (2014). *Lagoon Time: A Guide to Gray Whales and the Natural History of San Ignacio Lagoon*. Place of publication not identified: The Ocean Foundation.
- TIES.pdf*. (o. J.). Abgerufen von https://bsc.smebg.net/ecotourguide/best_practices/articles/files/TIES.pdf
- Vinzenz, F. (2019). *Vermarktung nachhaltiger Hotelangebote Die Bedeutung des kommunizierten emotionalen Mehrwerts unter unsicheren Bedingungen*.
- Weber, F., & Taufer, B. (Hrsg.). (2016). *Nachhaltige Tourismusangebote Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen*. 61.

Bachelorarbeit

What Is Ecotourism. (o. J.). Abgerufen 23. September 2019, von The International Ecotourism Society website:

<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1 Blick auf die Lagune San Ignacio, Quelle: Eigenes Foto 1

Abb. 2: Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus Quelle Hochschule Luzern (2015). 11

Abbildung 3: Das Biosphärenreservat El Vizcaino und die Lagunen, 12

Abb. 4: Baja California Sur mit den bekanntesten Whale Watching-Lagunen 13

Abb. 5: Whale Watching in einem Panga in der San Ignacio-Lagune,..... 15

Abbildung 6: Einleitung des Fragebogens..... 17

Abbildung 7: Fragebogenabschnitt mit Einfachauswahl und dichotomen Variablen, Quelle: Eigene Darstellung 17

Abbildung 8: Hybridfrage mit Mehrfachauswahl, Quelle: Eigene Darstellung 17

Abbildung 9: Filterfrage mit offener Frage im Anschluss, Quelle: Eigene Darstellung 18

Abbildung 10: Frage mit ordinalen Variablen, Quelle: Eigene Darstellung..... 18

Abbildung 11: Hütten mit Toilettenanlage, Quelle: Eigenes Foto..... 21

Abbildung 12: Rezeption mit recycelten Elementen im Palapa, Quelle: Eigenes Foto..... 21

Abbildung 13: Hütten mit Grauwalskelet im Vordergrund, Quelle: Eigenes Foto..... 23

Abbildung 14: Palapa von drinnen, Quelle: Eigenes Foto 23

Abbildung 15: Grosse Zelte im Camping Bereich, Quelle: Eigenes Foto 24

Abbildung 16: Palapa mit Restaurant, Quelle: Eigenes Foto 24

Abbildung 17: Hütten mit Solarpanels, Quelle: Eigenes Foto 26

Abbildung 18: Palapa von Camp Cortez, Quelle: Eigenes Foto 26

Abbildung 19: Zelte von Camp Baja Expedition, 27

Abbildung 20: Hauptzelt mit Esstischen und Stühlen, Quelle: Eigenes Foto 27

Abbildung 21: Zelte des Camps Discovery,..... 28

Abbildung 22: Hauptzelt mit Esstischen und Stühlen, Quelle: Eigenes Foto 28

Abb. 23: Nachhaltigkeitsbewertung des WW Tagesangebot 33

Abb 24: Nachhaltigkeitsbewertung des WW Mehrtagesangebot, Quelle:<https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/institute/itw/tourismus/>..... 38

Abbildung 25: Weshalb die Touristen Whale Watching in Baja California Sur machen, 40

Abbildung 26: Kategorien für die Antwort "Anderer Grund", Quellen: Eigene Darstellung 41

Abbildung 27: Wie nahe die Touristen an die Whale gekommen sind 43

Abbildung 28: Eine Zusammenfassung der Kategorie "Anders" 44

Abbildung 29 Kuchendiagramm zur Informationsmenge, Quelle: Eigene Darstellung..... 46

Abbildung 30 Ergebnisgrafik mit mehreren Antworten 48

Tabelle 1 Steckbrief von Camp Pachico..... 21

Tabelle 2 Steckbrief von Camp Antonio 23

Tabelle 3 Steckbrief von Camp Kuyima 24

Tabelle 4 Steckbrief von Camp Cortez..... 26

Tabelle 5 Steckbrief von Camp Baja Expeditions 27

Bachelorarbeit

Tabelle 6 Steckbrief von Camp Discovery.....28
Tabelle 7 SWOT – Analyse zu den Camps der San Ignacio Lagune 31

Anhang

Aufgabenstellung mit angepasstem Zeitplan:

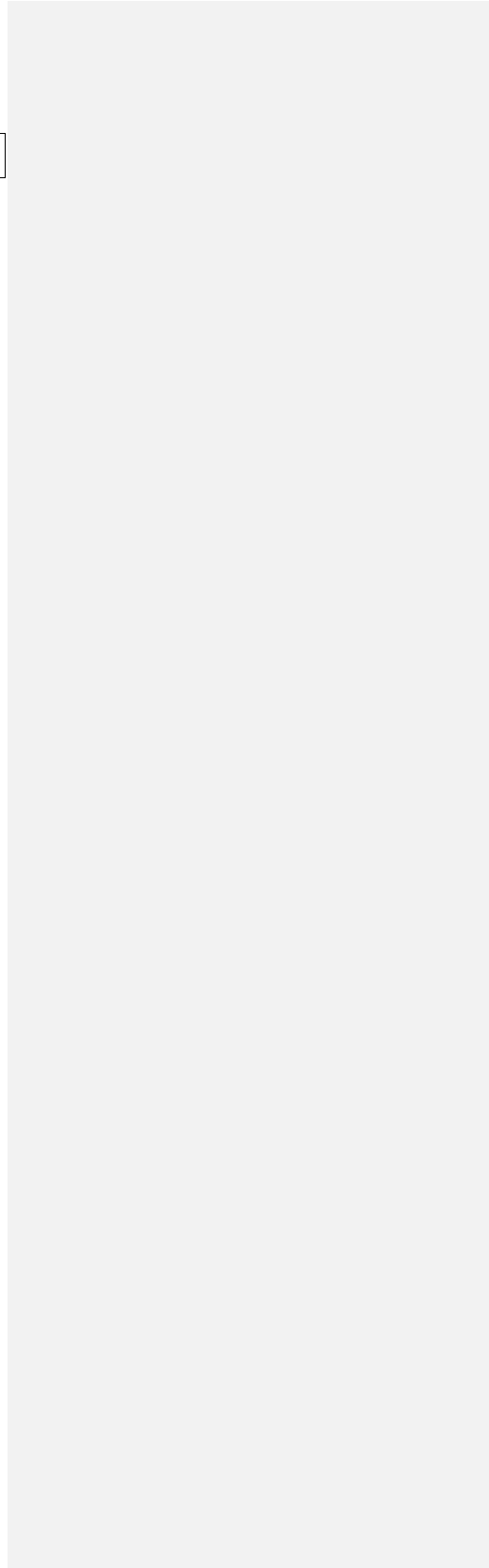
Aufgabenstellung für die Projekt-, Literatur-, Semester- und Bachelorarbeit

Institut für IUNR

Art der Arbeit Bachelor Arbeit FS19

Name Student/Studentin 1	Sky Wechsler	
Name Student/Studentin 2	Klicken um Text einzugeben.	
Name Student/Studentin 3	Klicken um Text einzugeben.	
Studienjahrgang	UI16	
Titel	Wal – Ökotourismus in der Laguna San Ignacio – Erfassung der Angebote und Ermittlung von Optionen zur Weiterentwicklung	
Vertraulich	Vertrauliche Aufbewahrung/Korrektur	Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>
	Geheimhaltungsvereinbarung	Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>
Fachgebiet	Umweltsysteme und nachhaltige Entwicklung	
Korrektor/Korrektorin	1.	Name: Stephan Brenneisen Adresse: Tel.Nr.: E-Mail:
	2.	Name: Daniela Harlinghausen Adresse: Tel.Nr.: E-Mail:
	3.	Name: Adresse: Tel.Nr.: E-Mail:

--	--	--



<p>Aufgabenstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausgangslage • Zielsetzungen • Zusätzliche Auftragsmodalitäten 	<p>Ausgangslage:</p> <p>Die Laguna San Ignacio liegt in einem Biosphärengebiet in Mexiko, Baja California Sur. Die Laguna wird jedes Jahr von über 100 immigrierenden Grauwalen heim gesucht um zu gebären oder sich fortzupflanzen. Die BewohnerInnen schlossen sich zusammen und gründeten die Ejido – Gemeinschaft. Sie kauften das Land um die Bucht auf um das einzigartige Biosphärengebiet mit ihrer Biodiversität vor ausländischen Investoren zu schützen. Heute bieten sechs verschiedene Ökotourismus - Camps Whale Watching mit verschiedenen Angebotspaketen an.</p> <p>Forschungsfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Welche Bedürfnisse der Touristen die wegen dem Whale Watching nach San Ignacio kommen, werden von den Camps gedeckt? - Wie wird das Angebot der Camps von den Touristen wahrgenommen? - Was unternehmen die Camps um der Ökotourismusform gerecht zu werden? - Was beinhaltet die Tourismusform «Ökotourismus» in der Bucht von San Ignacio? - Wie könnte sich der Ökotourismus in der San Ignacio Bucht im Bezug auf die Nachhaltigkeit weiter entwickeln? <p>Zielsetzung:</p> <p>Diese Bachelor Arbeit dient der Gesamtübersicht der vorhandenen Whale Watching – Ökotourismus Angebote in der Laguna San Ignacio.</p> <p>Mit den erstellten Touristen - Umfragen sollen die Hypothesen belegt werden. Anhand der Umfragedaten sollen Vorschläge gemacht werden, wie der Ökotourismus ausgebaut werden könnte. Nach der Analysierung der Resultate sollen diese in ein erarbeitetes Entwicklungskonzept eingebunden werden. Desweiteren sollen Best practice Beispiele verwendet sowie andere Whale Watching Angebote verglichen werden.</p> <p>Hypothese:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Über 50% der befragten Touristen wünschen sich mehr Informationen zu den Walen und der Umgebung von San Ignacio. 2. Weniger als 50% der Touristen kommen nach San
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ignacio wegen dem Ökotourismus. (Stattdessen wollen sie die Wale berühren.)

3. Alle sechs Ökotourismuscamps in der San Ignacio Bucht könnten sich im Bereich Nachhaltigkeit laut einem Nachhaltigkeitstool «X» verbessern.
4. Das Hauptangebot der Camps in der San Ignacio Bucht ist mit dem Whale Watching zu einseitig aufgebaut. Würden die Grundsätze des Ökotourismus viel aktiver kommuniziert und die Touristen in Form von Umweltbildung geschult werden, könnte das Verständnis für die Umwelt und die Erhaltung der Region gefördert werden. Die Erwartungshaltung der Touristen einen Wal berühren zu können würde abnehmen.

Zusätzliche Auftragsmodalitäten:

Erwartete Resultate

- Entwicklungskonzept für die Wal-ökotourismuscamps der San Ignacio Bucht
- Bachelorarbeit, gemäss Weisungen ZHAW
- Präsentation und Verteidigung
- Poster
- Bachelorarbeit auf Englisch übersetzten für die Camps in San Ignacio

Provisorisches Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung

Abstract

Inhaltsverzeichnis

Liste der Abkürzungen/ Gendergerechte Schreibweise

1 Einleitung,

1.1 Ausgangslage

1.2 Zielsetzung

1.3 Aufbau der Arbeit

2 Theorieteil

2.1 Whale Watching

2.1.1 Definition

2.2 Angebotsformen

2.3 Whale Watching in Baja California, Mexiko

2.3.1 Whale Watching in San Ignacio Bay

3 Ökotourismus

3.1 Die 6 Whale Watching - Camps und ihre Angebote

3.1.1 Kuyima

	<p>3.1.2 Pacchicos</p> <p>3.1.3</p> <p>3.1.4</p> <p>3.1.5</p> <p>3.1.6</p> <p>7 Material und Methode</p> <p>7.1 Untersuchungsraum und Daten</p> <p>7.2 Quantitative Umfrage der Whale Watching Touristen in San Ignacio mit einem Fragebogen</p> <p>(7.2.1 Elektronischer Fragebogen für die Whale Watching Touristen in San Ignacio)</p> <p>7.3 Qualitative Interviews mit Whale Watching Touristen in San Ignacio</p> <p>7.4 Touristen Befragung in der San Ignacio Bucht</p> <p>8 Datenanalyse</p> <p>8.1 Analyse der quantitativen Umfragen</p> <p>8.1.2 Vergleich der Umfrage - Resultaten bezüglich dem Bedürfnis der Touristen die Tiere anzufassen</p> <p>8.1.3 Analyse der Meinungen zu «mehr Informationen über die Tiere gewünscht»</p> <p>8.1.4 Vergleich der verschiedenen Camps zu einander</p> <p>9 Ergebnisse</p> <p>9.1 Entwicklungskonzept</p> <p>10 Diskussion</p> <p>11 Schlussfolgerungen</p> <p>12 Ausblick</p> <p>13 Literaturverzeichnis</p> <p>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</p> <p>Anhang</p> <p>Poster (A4)</p>
Formale Anforderungen	Alle relevanten Merkblätter zu studentischen Arbeiten
Termine	offen
Abgabetermin (12.00 Uhr)	8.8.19
Bemerkungen (z.B. Budgetplan)	Klicken um Text einzugeben.
Arbeitsort	Zürich

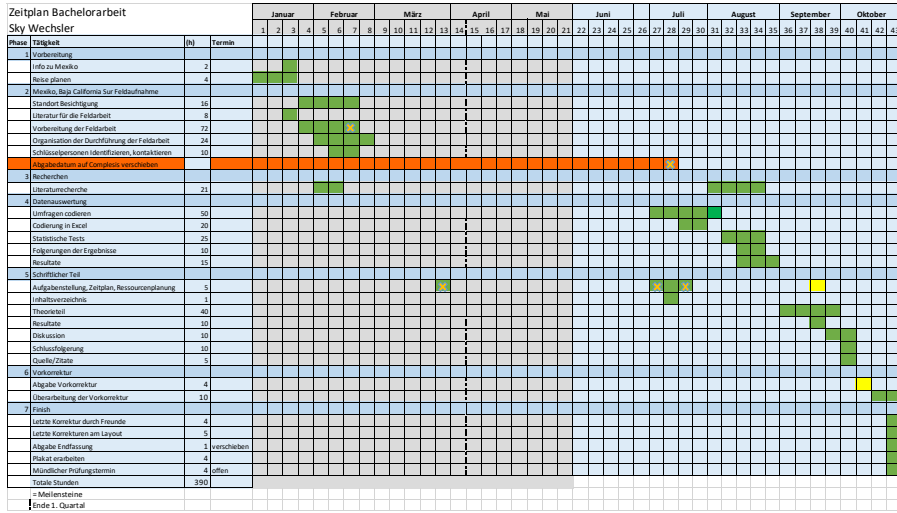
Kommentiert [GS(1): 7.3

1. Korrektor/Korrektorin Ort, Datum: 4.3.19 Unterschrift: _____	2. Korrektor/Korrektorin Ort, Datum: 4.3.19 Unterschrift: _____
3. Korrektor/Korrektorin Ort, Datum: Klicken um Text einzugeben. Unterschrift: _____	Student/Studentin 1 Ort, Datum: Zürich, 4.3.19 Unterschrift: _____
Student/Studentin 2 Ort, Datum: Unterschrift: _____	Student/Studentin 3 Ort, Datum: Unterschrift: _____

Erlassverantwortliche/-r	Leiter/in Stabsbereich Studium	Ablageort	2.05.00 Erlasse Lehre Studium	
Beschlussinstanz	Leiter/in Stab	Publikationsort	Public	
Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	14.03.2017	Leiter/in Stab	14.03.2017	Anpassung und neues Layout, Überführung ins GPM
1.1.0	15.03.2018	Leiter/in Stab	15.03.2018	Anpassungen Text, Formatvorlage

(ersetzt Dokument F235-01)

Zeitplan:



Anhang B

- Rohdaten

Fragebogenid	Age	Gender	Camprname	Nation	Spanish speak	Q2.1 How many nights staying?	Q3.1 Is it your first time in this camp	Q3.2 How many times before	Q5 Why are you doing WW in Baja California Sur	(4) Answer	Q7 Why are you doing the WW tour in the San Ignacio Bay Q7a biosphere reserve	Q7b ecotourism	Q7c best offering of the travel agency	Q7d recommendation of someone	Q7e other reason	(1) Answer	Q13 How close did you watch the whales	(5) Other.. Answer	Q14 Was a close interaction with the whales important	Q15.1 Did you receive enough infos about the grey-whales or would you wish for more infos	Q15.2 If you would like more information, what would it contain Q15.2a Grev whales	Q15.2b other animals	Q15.2c fishermen	Q15.2d ocean	Q15.2e environme.	Q15.3 And when would be the right moment to receive more information Q15.3a before WW	Q15.3b during WW	Q15.3c after WW	Q15.4 How would you like to receive the information	Q15.4a Information board	Q15.4b book/cards	Q15.4c guides on the boat	Q15.4d videos	Q15.4e WW	Q15.4f workshops	Q15.4g posters				
1	x	2	2x	x	2	1	13	2			2	1	2	2	2		2		3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2		
2	48	1	2USA	1	1	1	13	4	proximity to whales in boat	2	2	2	2	1	2		2		2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1		
3	54	2	2USA	2	2	1	13	2	Introduction to whale watching in san ignacio by friends. This is my fourth time	2	2	2	1	1		4		1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	
4	52	1	2USA	1	2	1	13	2		2	2	2	1	2		4		1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	
5	25	1	2USA	2	2	1	13	2		1	1	2	2	2		4		2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	
6	72	1	2USA	1	1	1	13	2		2	1	1	2	2		4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	
7	70	1	2USA	2	1	1	13	1		2	2	2	2	1	tour intererery	4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	
8	72	1	2x	x	1	1	13	2		2	1	2	2	2		4		1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	
9	78	1	2x	x	2	1	13	1		1	1	2	2	1	included in tour	2		1	1	13	13	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2
10	81	1	2USA	2	1	1	13	2		2	2	1	2	2		2		2	1	13	13	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2
11	72	2	2USA	2	1	1	13	2		1	2	2	2	2		2		2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2

12	71	1	Polish	2	1	1	13	1		2	2	2	2	1	tour group	4		2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2			
13	71	1	USA	2	1	1	13	2		2	2	2	2		part of roads scholar tour	3		2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2			
14	69	1	USA	1	1x	1	13	4	Currious to get close to whales	2	2	1	2	2		3		2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13			
15	71	1	USA	2	1	2x		1		1	1	2	2	2		3		1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2			
16	x	1	USA	1	1	1	13	1		2	2	2	2	1	My friend	4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	2	2	2	1	2	2	2		
17	x	x	x	x	x	1	1	13	2		2	2	2	1	2	3		2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2			
18	24	2	USA	2	1	1	13	1		2	2	2	1	2		2		3	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1		
19	35	1	Mexico	1	2	2	24	4	Es la especie de ballena que busca el contacto con humanos. Trabajo con la comunidad desde hace 10 anos.	2	2	2	2	1	Estan mejor organizados. Son mas respec- tuosos con las ballenas y es- tan compro- mentidos con su conserva- cion	5	la to- que	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
20	57	1	Mexico	1	2	2	4	1		2	2	2	2	1	Gesucht im In- ternet	5	conta- cto	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	
21	62	2	Mexico	1	2	2	4	1		2	2	2	2	1	porque ce acar- ican	3		1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	
22	39	2	USA	1	2	2	2	1		2	2	2	2	1	Because I've been here be- fore and really loved	3		2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
23	x	1	USA	2	1	1	13	2		2	2	2	1	2		5	to- ched ama- zing	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	

24	40	1	2	El Salvador	1	2	2	4	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2
25	70	1	2	USA	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	4	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2
26	59	2	2	Australia	x	2	1	13	natural environment	1	1	2	2	2	4	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1
27	36	1	2	Italy	1	2	2	5	work	2	1	2	2	2	touch Sed	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	
28	66	1	2	USA	2	2	1	13	2	1	1	2	2	2	4	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
29	56	2	2	Italy	2	2	1	13	2	2	2	2	1	2	1	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	
30	x	x	2	x	x	2	1	13	1	1	1	2	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
31	58	1	2	usa	2	2	1	13	2	2	2	2	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	
32	x	1	2	usa	2	2	2	5	1	2	1	2	2	2	4	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	
33	61	2	2	Kanada	1	2	1	13	2	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	
34	64	1	2	usa	2	2	1	13	A blessing to see such magnificent creatures up close. Spiritual. Also photography for website	1	1	2	1	2	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2
35	49	1	2	usa	2	2	1	13	1	2	1	2	1	2	4	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	
36	22	1	2	usa	2	2	1	13	2	2	2	2	1	2	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	
37	39	1	2	france	1	2	1	13	the tour of whale watching was proposed here	2	2	2	2	1	4	5	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	
38	9	2	2	france	2	2	1	13	it's the purpose of our vacation	2	1	2	1	1	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	

39	60x	2	usa	2	2	1	13	2		2	2	2	1	2		4		2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	
40	56	2	usa	2	1	1	13	1		1	1	2	2	2		3		3	1	13	13	13	13	13	13	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2
41	67	2	usa	1	4	2	2	2		2	2	2	2	1	convenience	2		1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
42	70	1	usa	2	2	2	5	1		1	1	2	2	2		kissed 5them		2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	
43	70	1	usa	2	2	1	5	1		1	1	2	2	2		4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
44x		1	2x	2	1	1	13	1		2	1	2	2	2		4		1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	
45	69	1	usa	1	2	2	7	1		1	1	2	2	2	one of favorite places to be	kissed 5them		3	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
46x		2	usa	2	2	1	13	2		2	2	2	1	2		4		1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
47	34	2	usa	1	2	1	13	4	I want to get close to wha- les for an ini- mate experi- ence	2	1	2	1	2		4		3	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	
48	32	1	usa	2	2	1	13	1		1	1	2	1	2		touch 5ed		1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	
49	12	1	usa	1	1	1	13	1		1	1	2	2	2		4		1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
50	45	1	usa	2	2	1	13	1		1	1	2	1	2		3		2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	
51	46	1	usa	2	2	1	13	1		2	1	1	2	2		3		2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	
52	52	1	usa	2	2	1	13	1		1	1	2	1	2		1		1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	
53	60	1	2x	2	2	1	13	1		2	1	2	1	2		4		1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	
54	30	1	usa	2	2	1	13	1		2	2	2	1	2		4		1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
55	44	2	usa	1	2	1	13	1		2	2	2	1	1	heard that the whale experi- ence is best here	4		1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2
56	53	3	usa	2	2	1	13	1		2	2	2	1	2		4		2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	
57	49	1	usa	2	2	1	13	4x		2	2	2	1	1		3		5	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	
58	25	2	me- xiko	1	4	1	13	1		1	1	2	1	2		3		2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	
59	30	2	usa	1	2	1	13	4	peer pres- sure	1	1	2	1	2		4		2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	

75	58	1	2	usa	2	2	2	2	2	love the greywhales, petting them-watching-the camp location & people beach company & Mexico	4	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2		
76	44	1	2	usa	2	1	2	15	1		4	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1		
77	23	1	2	me-xiko	1	2	2	1	4	estoy aqui por trabajo	4	1	1	13	13	13	13	13	13	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2			
78	48	1	2	me-xiko	1	2	1	13	1		3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2			
79	72	1	2	me-xiko	1	2	1	2	1		3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2			
80	57	2	2	me-xiko	1	2	2	3	1		4	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2			
81	38	1	2	me-xiko	1	2	1	13	1		3	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
82	48	2	6	usa	1	2	1	13	4	be close to the whales	4	2	3	13	13	13	13	13	13	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
83	58	1	6	ger-man	1	3	1	13	1		4	2	1	13	13	13	13	13	13	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2		
84	51	1	6	swiss	2	2	1	13	2		4	1	1	13	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2		
85	65	2	6	usa	1	2	2	1	1		4	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2		
86	54	1	6	x	2	2	1	13	2	see grey whales	4	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13		
87	42	2	6	frenc	1	2	1	13	2		3	2	1	13	13	13	13	13	13	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
88	24	2	6	italian	2	2	1	13	2		4	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2		
89	26	1	6	uk	2	2	1	13	1		4	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1		
90	21	1	5	usa	2	3	1	13	1	steve swartz neice	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2

104	65	1	5	usa	2	2	1	2	1			2	1	2	2	2		touch 5ed	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2			
105	31	1	5	usa	2	3	1	13	4	family trip	x	x	x	x	x			4	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2			
106	35	2	5	usa	2	3	1	13	2			2	2	2	2			4	4	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2			
107	14	2	5	can- ca- sion	2	2	1	13	2			2	1	2	2	2			4	3	1	13	13	13	13	13	2	1	2	1	2	1	1	2	2		
108	58	2	5	usa	2	3	1	13	1			2	2	2	1	2			4	2	1	13	13	13	13	13	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	
109	65	1	5	usa	1	3	1	13	4	bucket list		1	1	2	1	2			4	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13		
110	48	1	5	usa	1	3	1	13	2			1	2	2	1	2			4	1	1	13	13	13	13	13	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	
111	68	1	5	usa	2	3	1	13	1			2	2	2	1	2			4	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
112	30	2	4	usa	2	1	1	13	4	because it rules		2	2	2	1	2			2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	
113	54	1	4	me- xiko	1	1	1	13	2			2	2	2	1	2			3	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2		
114	34	2	4	me- xiko	1	1	1	13	4	interes al mundo natu- ral y la bios- fera mexi- cana		1	1	2	2	2			4	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1
115	47	2	4	usa	2	3	1	13	4	Saw TV spe- cial on Pachico and had to see for myselfe		2	2	2	2	1x			3	5	1	13	13	13	13	13	13	13	13	2	2	1	2	2	2	2	
116	46	1	4	usa	2	3	1	13	1			1	1	2	2	1			2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	
117	56	2	4	usa	2	2	2	10	4	love this camp		1	1	2	2	1			4	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	

118	46	1	4	usa	1	2	2	1	friend refer- 4red	2	1	2	1	2	4	1	1	13	13	13	13	13	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2		
119	44	2	4	me- xiko	1	1	1	13	2	2	2	1	2	4	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2		
120	65	1	4	usa	2	2	1	1	friend refer- 4red	1	1	2	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
121	42	1	4	usa	1	2	1	13	the friendly 4whale repu- tation	2	2	2	1	2	4	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2		
122	25	1	4	usa	2	1	1	13	2	2	2	1	2	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2		
123	66	1	4	usa	2	1	1	13	2	2	2	1	2	2	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13		
124	26	1	4	usa	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
125	67	2	4	usa	2	1	1	13	1	2	2	2	1	2	4	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2		
126	x	1	4	x	2	1	1	13	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
127	61	1	4	usa	2	1	1	13	1	2	2	2	2	1	4	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2		
128	64	x	4	usa	x	1	1	13	love baja 4choice	2	2	2	2	1	4	x	2	1	1	1	1	1	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
129	35	1	4	usa	2	1	1	13	heard about 4friendly wha- les in San Ig- nacio	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1
130	27	2	4	chile	1	4	1	13	2	2	2	1	2	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
131	65	1	4	me- xiko	1	2	1	13	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2		
132	26	1	4	me- xiko	1	1	1	13	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2		
133	11	2	4	me- xiko	1	2	1	13	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2		

134	68	2	3	british	2	3	1	13	1		2	2	2	1	2		4		2	1	13	13	13	13	13	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	
135x		2	3	usa	x	3	1	13	4	I wanted a new and educational experience	1	1	2	1	2		4		4	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	
136	69	1	3	british	2	2	1	13	1		2	2	1	1	2		4		2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	
137	64	1	3	usa	2	3	1	13	4	chance for encounter friendly whales	2	1	2	2	1	oceanic society san francisco made arrangements	5		2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	2	1	1	1	1	2	2
138	56	1	3	usa	1	3	2	6	4	I'm a guide	1	1	2	2	2	best companyy and best practices of whale watching	4		4	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
139	70	1	3	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2	1	mother and calves together	3		1	1	13	13	13	13	13	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	
140	72	1	3	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2	2		4		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	
141	72	1	3	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	2	1	time of year	3		2	1	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	
142	70	1	3	usa	2	3	1	13	2		2	2	2	2	1	friend talkt me in to it	3		1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	
143	76	1	3	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	2	2		4		3	1	13	13	13	13	13	2	1	2	13	13	13	13	13	13	13	
144	74	1	3	usa	2	3	1	13	1		2	2	2	2	1	grey whales	3		3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	
145	74	1	3	usa	2	3	1	13	4	friend refered	2	2	2	1	2		4		1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	
146	54	2	3	usa	2	3	1	13	1		2	2	2	2	1	close encounter after possible	4		1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
147	65	1	3	usa	2	3	2	4	1		1	1	1	1	2		4		2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
148	75	2	3	usa	1	3	1	13	4	I love whales	1	2	2	2	2		3		2	1	13	13	13	13	13	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	

149	57	2	1	usa	1	3	1	13	1		2	1	2	2	2	touch 5ed	2	1	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2		
150	64	2	1	usa	1	3	1	13	1		2	2	2	2	1	Web search	5	kiss	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	
151	75	2	1	usa	2	3	1	13	1		1	2	2	2	2		4		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2		
152	55	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	2	2		4		2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2		
153	21	1	1	usa	1	3	1	13	1		2	2	2	2	1	chance to closely en- counter with whales	4		1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	
154	61	2	1	usa	2	3	1	13	4	whale en- counters much closer than other places	1	1	2	2	2	experience is closer to whales, baby whales and hang out fo longer time with whales	4		1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2
155	61	1	1	usa	2	3	1	13	2		2	2	2	1	2		4		2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
156	x	1	1	usa	2	3	1	13	2		2	1	2	1	2		4		1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	
157	70	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	2	1	liked the pro- gramm	5	touch 5ed	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2
158	59	1	1	usa	2	3	1	13	4	want to get close to the whales	2	1	1	2	2		3		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
159	69	1	1	usa	2	3	2	11	1		1	2	2	2	2	maldo fisher and family	4		3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2
160	60	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	2	2		5	touch 5ed	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
161	60	1	1	usa	2	3	1	13	4	unique expe- rience in San Ignacio La- goon	1	2	2	2	2	accessible whales in san Ignacio lagoon	4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	1	1	1	2	2	2	2
162	65	1	1	usa	2	3	2	10	1		2	1	2	2	1	kissing whales	5	kissed	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
163	37	1	1	usa	2	3	1	13	4	marine Biolo- gist	2	2	2	1	2		4		1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	

164	55	2	1	usa	2	3	1	13	fun with friends	2	2	2	2	1	Friday	group leader has been here before, friends with johnny	4	4	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13			
165	55	1	1	usa	2	3	1	13	see grey whales	2	2	2	1	2			4	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13			
166	x	2	1	usa	2	3	1	13	1	1	2	2	2	2			4	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2			
167	58	1	1	usa	2	3	1	13	2	2	1	2	1	2			5	kissed	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13		
168	70	2	1	usa	1	3	1	13	4	ed stetson	1	1	2	2	2		4	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2			
169	59	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	1	2		4	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
170	70	2	1	usa	2	3	1	13	4	interaction with whales	1	2	2	2	2		4	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
171	64	2	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2	2		4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	
172	70	1	1	usa	2	3	1	13	2		1	1	2	1	2		4	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	
173	54	1	1	usa	2	2	1	13	1		2	1	2	2	1	travel group	4	1	13	13	13	13	13	13	13	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	
174	43	2	1	usa	2	3	1	13	2		1	1	2	1	1	friendly whales	4	3	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
175	54	2	1	usa	1	3	1	13	1		1	1	2	1	2		4	2	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
176	79	1	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2	2		4	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	
177	12	1	1	usa	1	3	1	13	1		1	1	2	2	2		4	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
178	30	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	2	2	2	1	only place in the world where you can interact with whales like that	5	kissed	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2

194	57	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	2	2	2	best experience in the world	4		3	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	
195	79	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	2	hoping for close encounter with whales	4		2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	
196	73	2	1	usa	2	3	1	13	1		2	1	2	1		4		2	1	13	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
197	72	1	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2		4		3	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2
198	61	1	1	usa	1	3	1	13	1		1	1	2	2		4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
199	74	2	1	usa	1	3	1	13	1		1	1	2	2		4		1	1	13	13	13	13	13	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	
200	26	2	1	usa	2	3	1	13	1		2	2	2	2	friendly whales	4		2	1	13	13	13	13	13	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	
201	67	2	1	usa	1	3	2	6	1		2	1	2	2		4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
202	71	2	1	usa	2	3	1	13	4	touching whales	2	2	2	1	2		4		1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
203	56	1	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2		4		2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	
204	x	1	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	2	tripadvisor ratings	5	touch	1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
205	71	2	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	1	2		4		1	1	13	13	13	13	13	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2
206	61	1	1	usa	1	3	1	13	4	touching whales	2	1	2	2		3		1	1	13	13	13	13	13	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	
207	65	1	1	usa	2	3	1	13	4	amazing experience to interact with amazing creatures	1	1	2	2		4		1	1	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
208	75	2	1	x	x	3	1	13	1		2	1	2	1	2		4		2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2
209	58	1	1	usa	2	3	2	6	4	guide	1	1	2	2		4		2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	
210	61	1	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	1	2		4		1	1	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
211	56	1	1	usa	2	3	1	13	1		2	2	2	1	2	opportunity to get close to the whales	4		1	3	13	13	13	13	13	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
212	67	1	1	usa	2	3	1	13	1		1	1	2	1	2		2		1	1	13	13	13	13	13	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here	Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infra-	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer	Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp	Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort	
1	2		1	2	2	2	2	2	2	3	1	13		1	1	1	1	1	1	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2		
2	2		1	2	2	2	2	2	2	13	13	13		2	1	1	2	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2		
3	1		1	2	2	2	2	2	2	1x	x	x													x	x	x	x	x	x	x	x	x		
4	1		1	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	oyster snorkling		1	2	2	1	2	2	1	1	2	
5	1		1	2	2	2	2	1	2	2	1	13		2	2	2	1	2	1	2	2	2			1	2	2	1	2	2	1	1	2		
6	1		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	1	2	2	2	2	2	2			x	x	x	x	x	x	x	x	x		
7	1		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	2	2	2	2	2	2	1	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2	
8	1		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	2	2	2	2	2	2	1x			1	2	2	2	2	2	2	1	2		
9	Tourcom-pany		2	1	2	2	2	2	2	13	13	13		1	1	1	1	2	2	2	2	2			1	2	1	2	2	2	2	1	2		
10	1Tour		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13		1	2	1	2	2	1	1	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2		
11	2		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13x													1	2	2	2	2	2	2	2	2		
12	1Tour group roads		2	1	2	2	2	2	2	13	3	13		1	2	2	2	1	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2		
13	1scholar		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	2	1	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	1	2	2		
14	3		2	1	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	1	2	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	1	2		
15	1		2	1	2	2	2	2	2	13	13	13		2	1	1	1	2	2	1	2	2			1	2	2	2	2	2	2	1	2		
16	2		1	2	2	2	2	2	2	13	1	5		2	2	2	1	2	2	2	2	2			x	x	x	x	x	x	x	x	x		
17	2		1	2	2	2	2	1	2	13	1	13x													1	2	2	2	2	2	2	2	2		
18	1		1	2	2	2	2	2	2	13	3	13		2	1	2	1	1	1	2	2	2			2	2	1	2	2	2	2	2	2		
19	1travajo		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13		1	2	2	2	2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	2	1	2	2		

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here	Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure?	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer	Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp	Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
20	1		1	2	2	2	2	2	1	3	1	13		1	1	2	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
21	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		2	1	2	2	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2		
22	personal research		1	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	history and culture (storytelling)	1	1	1	1	2	1	1	1	environment is awesome	
23	1		1	2	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	1	2	2	1	2	2	2		1	2	1	1	2	1	1	2	2		
24	from biology teacher		1	2	2	2	2	2	2	1	1	2		1	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	1	2	1	1	1	2		
25	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	1	2	2	2	2	2	2		
26	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		2	2	2	2	2	2	2	22	1	2	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
27	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		1	1	1	2	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	1	1	2		
28	book Ba-camping		1	2	2	2	2	2	2	1x		2		1	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
29	3		1	2	2	2	2	2	2	2	1	3		1	1	2	2	1	2	2	2	2		1	2	2	1	2	2	2	2	2		
30	1		2	1	2	2	1	2	2	3	1	3		2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	2	2	2	2	2	2	2		
31	2		1	2	2	2	2	2	2	2	13x			2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	2	2	2	2	1	2	2		
32	1		2	2	2	2	1	2	2	2	1	2		1	1	1	1	1	2	1	2	2		2	2	2	1	2	2	2	2	2		
33	1		1	2	2	2	2	2	2	2	3	13		2	2	1	2	2	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
34	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		1	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	1	2	2	1	2	2		
35	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	2		1	1	2	1	2	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
36	1		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		2	2	2	1	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
37	1		1	2	2	2	2	2	2	2	13	5		2	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here	Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer	Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp	Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
38	1		2	2	2	2	2	2	1	2	3	13		2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	Kids excursion, kajak	1	2	2	1	2	2	2	2	2	
39	1		1	2	2	2	2	2	2	1	13	2		2	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	1	1	2	2		
40	1		1	2	2	2	2	2	2	13	1	13		2	2	1	2	2	1	1	2	2		1	2	1	1	2	2	1	2	2		
41	2		1	2	2	2	2	2	2	1	1	2		2	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
42	1		1	2	2	2	2	2	2	1	13	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		2	2	2	2	2	2	1	1	2		
43	2		1	2	2	2	2	2	2	1	13	13		2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
44	2		1	2	2	2	2	2	2	13	1	13		1	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	1	1	2	2	1	2	2		
45	many years 1 visiting		1	2	2	2	2	2	2	1	1	4		1	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
46	1		1	2	2	2	2	2	2	2	1	13		1	2	2	2	1	1	2	2	2		1	2	2	2	2	1	1	1	2		
47	1		1	2	2	2	2	2	2	1	3	13		2	2	2	1	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
48	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13x												1	2	2	2	2	2	1	2	2		
49	1		1	2	2	2	2	2	2	13	13	13		1	1	1	1	1	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
50	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13		1	1	1	2	2	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
51	2		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13		2	2	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
52	1		1	2	2	2	2	2	2	1	13	2		2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	2	1	2	2	1	2	2		
53	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13		2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
54	2		1	2	2	2	2	2	2	1	1	4		2	2	1	1	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	1	2	1	2		
55	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	2		1	1	1	1	1	1	1	2	2		1	2	2	1	2	1	1	1	2		
56	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	3		2	1	1	1	2	1	1	2	2		1	2	1	1	2	2	1	2	2		

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here	Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer	Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp	Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
57	1		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	1	1	1	2		
58	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	1	2	2		
59	2		1	2	2	2	2	2	2	1	1	13	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	1	2	2	2		
60	1		1	2	2	2	2	1		2	1	13	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
61	1									2			2	1	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	1	2		
62	1									2			1	1	2	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
63	1									3			2	2	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
64	1									1			2	1	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
65	2									1			2	2	1	1	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
66	2									2			1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	mangroves	1	2	2	2	2	2	2	2	2		
67	1									2			2	2	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	1	2	2	1	1	2		
68	1									1			2	2	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	1	1	2	2	1	2	2		
69	2									1			1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	mangroves	1	1	1	2	1	1	1	1	2		
70	1									13			1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	friendly people	
71	1									13			2	1	2	2	2	2	2	2	2	2		1	2	1	2	2	1	1	1	2		
72	2									13			1	1	2	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
73	1									13			2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
74	2									13			2	2	1	1	2	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	1	2		

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort		
75	1								1			1	1	1	1	1	2	1	2	1	please dont make this place a cheap tourist destination. As is is the best	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	the stars	
76	1								13			2	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
77	1								1			1	2	1	1	2	2	1	2	2		1	2	1	2	2	1	2	1	2			
78	1								2			1	1	1	1	1	1	2	2	2		1	2	2	2	2	1	1	1	2			
79	2								1			1	1	1	1	2	1	2	2	2		1	1	2	2	2	2	2	1	2			
80	2								1			2	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
81	1								1			2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	1	2			
82	1								1			2	2	1	2	2	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
83	1							x				2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2				
84	1								2			2	2	2	2	2	1	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2			
85	1								1			1	2	1	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	1	2			
86	1								2			2	2	2	2	2	2	2	1	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2			
87	1								1			2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2			
88	2								2			2	2	2	2	2	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2			
89	1								1			2	2	2	2	2	2	1	1	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2			
90	1								1			2	2	1	2	1	1	1	2	1	cooking class	1	2	2	2	1	2	1	1	2			
91	1								1			2	2	1	1	1	2	1	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	2			
92	1								1			2	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2			

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
93	1							1				2	2	1	2	1	2	2	2	2		1	2	2	1	2	2	1	2	2	
94	1							1				1	2	1	1	1	2	2	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	2	
95	1							1				1	1	1	1	1	1	2	2	2		1	1	2	1	1	2	1	1	2	
96	1							1				2	1	2	2	2	2	2	2	1	loved kayaking	1	2	2	2	2	2	1	2	1	loved kayaking
97	1							1				1	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	1	2	2	2	2	2	
98	1							2				2	2	2	2	2	2	2	2	1	multi-species excursions whales, dolphins, birds etc.	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
99	1							1				1	1	2	2	2	2	2	2	2		1	1	1	1	2	2	1	1	2	
100	1							1				2	2	1	1	2	1	1	2	2		1	2	2	1	2	2	1	1	2	
101	2							1				2	2	2	1	2	2	2	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	
102	1							1				2	2	1	1	1	2	1	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	mean everything
103	1							1				2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	2	
104	1							1				1	2	2	1	1	2	2	2	2		1	1	2	2	2	2	1	2	2	
105	1							1				2	2	1	2	1	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
106	1							2				2	2	1	2	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2	
107	1							1				2	2	2	2	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
108	1							3				2	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
109	1							1				2	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	1	2	2	2	1	2	2	
110	1							2				2	1	2	1	2	1	2	2	2		1	2	1	2	1	2	1	2	2	

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here	Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer	Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp	Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
125	2									13			2	1	2	2	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
126	2									13		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
127	1									13			2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		x	13	13	13	13	13	13	13	13	
128	1									13			2	1	1	2	2	2	2	2	2	2			1	2	1	1	2	2	2	2	2	
129	2									13			1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2		
130	x								x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		
131	1									2			2	2	2	2	1	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2	
132	1									13			2	2	2	2	2	1	2	2	2	2			1	2	2	2	2	1	2	2		
133	1									1			2	1	1	2	2	1	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2	2	
134	3									2			2	2	2	2	2	2	2	2	1	2			1	2	2	2	2	2	2	2		
135	1									1			1	1	1	2	2	2	2	1	2	2			2	2	2	2	1	2	1	2	1	great experience
136	1									2			1	1	2	1	2	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	2	2		
137	1									1			2	1	1	1	2	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	2	1	1	2	
138	1									1			1	1	1	1		1	2	2	2	2			1	1	1	1	1	1	1	1		
139	1									1			1	1	1	1	1	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	1	1	2		
140	1									1			2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	more kayaking		1	2	1	1	2	1	1	1	2	
141	1									2			2	1	1	2	2	2	2	2	2	2			1	2	2	1	2	2	1	1	2	
142	2									2			1	1	1	1	2	2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	1	2	2		
143	1									1			1	1	1	2	2	2	2	2	2	2			1	2	2	2	2	1	1	2		

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
163	2							1				1	1	1	1	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
164	1							1				2	2	1	2	2	1	1	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	2	
165	1							1				2	2	2	1	2	1	2	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	
166	2							3				2	2	1	2	2	2	2	2	2		2	2	2	1	2	2	1	2	2	
167	1							1				2	2	2	2	2		2	1	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2	
168	1							2				1	1	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2	
169	2							2				2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2	
170	1							2				2	1	2	2	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	1	2	
171	1							1				2	1	1	2	1	2	2	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	2	
172	1							3				1	2	2	2	2	2	2	2	2		1	2	1	1	2	2	1	1	2	
173	1							2				1	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	1	2	
174	1							1				1	1	1	1	2	1	1	2	2		1	2	2	2	2	2	2	1	2	
175	1							1				2	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
176	1							1				2	1	1	1	1	2	2	2	2		1	2	2	1	2	2	1	1	2	
177	1							1				2	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
178	1							1				2	2	1	2	2	1	1	2	2		1	2	2	2	2	2	1	1	2	
179	1							1				1	1	1	1	1	2	1	2	2		1	1	2	1	2	2	1	1	2	
180	1							1				2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2	
181	1							2				2	2	1	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	1	2	

Fragebogenid	Q16 Were your expectations on the boat tour and WW fulfilled	(5) Antwort	Q18 How did you get here	Q18a car	Q18b bus	Q18c motorbike	Q18d bicycle	Q18e boat	Q18f airplane	Q19 If you are staying for at least one night, are you satisfied with the infrastructure	Q21-A Only for meat eaters	Q21-B For plantbased consumers:Are you satisfied with the variety of local vegis	Q22 What excursions besides WW would you prefer	Q22a botanical excursion	Q22b bird watching	Q22c cave paintings	Q22d low tide excursion	Q22e village excursion	Q22f horse riding in the backcountry	Q22g survival course	Q22i I don't wish for any other excursion	Q22h other	Spalte5	Q23 What did you like most about the camp	Q23a WW	Q23b camp program	Q23c food	Q23d location	Q23e amount of activities	Q23f infrastructure	Q23g Staff	Q23h sustainable spirit	Q23i other	Antwort
219	1									2				1	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
220	1									2				2	2	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
221	1									1				1	1	1	1	1	2	2	2	2		1	2	2	2	2	1	1	1	2		
222	1									1				1	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	1	2	2	2	1	1	2		
223	1									1				1	1	1	1	2	2	2	2	2		1	1	2	2	2	1	1	1	all the best		
224	1									2				2	2	1	2	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
225	1									1				2	2	1	1	1	1	1	2	2		2	2	2	2	2	2	1	2	2		
226	1									2				2	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	2		
227	1									1				1	1	1	1	1	1	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	1	2		
228	1									2				2	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
229	1								x					2	1	2	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
230	1									1				1	1	2	1	1	2	1	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	2		
231	x									1		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		1	2	2	2	2	2	1	2	2		
232	1									1				2	2	2	2	2	2	2	2	1		1	2	2	2	2	1	2	2			
233	2		1	2	2	2	2	2	2	4	13			2	2	1	1	2	2	1	2	2		1	2	2	2	2	1	1	2			
234	1		1	2	2	2	2	1	2	13	3			2	1	1	1	2	2	2	2	2		1	2	2	2	2	1	1	2			

Das Codebook für die Auswertung der Fragebogen:

Age	0-15	16-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75	+76-
	1	2	3	4	5	6	7	8
Gender	Female	Male	Other					
	1	2	3					
Name camp	Cortez	Kuyima	Bajaexped	Pachico	Bajadiscover	Antonio		
	1	2	3	4	5	6		
Nation	USA	Mexiko	Europe	Asia	Südamerika	Südafrika		
	11	22	33	44	55	66		
Spanish speaking	Yes	No						
	1	2						
Q1	Yes	No						
	1	2						
Q1.2	+1Person	2-6 Pers	7+					
	1	2	3					
Q2.1	0 nights	1-3nig	4-6nigh	7+				
	1	2	3	4				
Q2.2	San Igna	GuereN	Other		Q2.3 nights			
	1	2	3					
Q3.1	Yes	No			Q3.2 how manytimes			
	1	2						
Q4.1	Yes	No						
	1	2						
Q4.2	USA	Mexiko	Europe	Asia	Südamerika	Südafrika		
	11	22	33	44	55	66		
Q5.1	I'm WW	Vacation	Costs le	Othre reason				
	1	2	3	4				
Q6.1	Yes	No						
	1	2						
Q7.1	Yes	No						

	1	2						
Q8.1	Yes	No						
	1	2						
Q9.1	Yes							
Q.10.1	Excellent	Good	Not to bad	Bad	Horrible			
	1	2	3	4	5			
Q12.1	Yes	No						
	1	2						
Q13.1	10met	4met	1met	Inreach	Other			
	1	2	3	4	5			
Q14.1	Extrem	Import	Moreor	Notimp	Im not sur			
	1	2	3	4	5			
Q15.1	It was en	I would	I'm not					
	1	2	3					
Q15.2	Yes	No						
	1	2						
Q15.3	Yes	No						
	1	2						
Q15.4	Yes	No						
	1	2						
Q16.1	Extrem	Satis	Moreor	Lesssati	Notsatisf			
	1	2	3	4	5			
Q17.1	Inter	Travel	Family	TV	Other			
	1	2	3	4	5			
Q18.1	Yes	No						
	1	2						
Q19.1	Extrem	Satisfie	Moreor	Lesssatisf	Notsatisfied			
	1	2	3	4	5			
Q20.1	Vegetar	Meateat	Vegan	Flexitari	Other			
	1	2	3	4	5			
Q21.1	Yes	No	I would	I'm not s	Other			
	1	2	3	4	5			
Q21.2	Extrem	Satisfied	Moreor	Less satis	Notsatisfied			
	1	2	3	4	5			

Q22.1	Yes	No						
	1	2						
Q23.1	Yes	No						
	1	2						
Missing answers	x							
Not relevant	13							

Quelle: Datenaufbereitung und Datenbereinigung in der quantitativen Sozialforschung Detlev Lück und Uta Landrock

This document holds all interview-summary's:

Mexican, male, Kuyima camp guide

Third Whale Watching Saison at Kuyima, age 27

He has worked three seasons for Kuyima, Studied four years Alternative tourism in La Paz University, UABCS. He has a diving license and wanted to work for the fishermen. 1 Season as a waiter (1500 pesos every 15 days and tips). 2 Season working in the office and driver and Guido to the cave paintings (2800.- every 15 days). 3 Season official guide gets (4000 pesos every 15days). The tips are for all, just if you get personally a tip you can keep it. The fishers get the most tips, because the tourists can pet a whale because of them. He is 26 years old.

(16: 25) Kuyima is working on an afternoon activity menu Salt sea with guides, oyster farm and kayaking in the mangroves, and explaining with the community is doing to keep the mangroves save and forestation (16:01) The owners talk about the costs, the price is too high for a van to a salt lake and testing with tequila for 330 per person is too much. (17:01) They told the owner it is too high, but he doesn't want to go lower. Maybe the bosses will go down with the price in time. 18:08 "You know if you are trying to teach the people something then you don't want to but the prices so high" Sell volume would be higher with less costs for the tourists. Ecotourism (18:55)

In the three years Kuyima has changed very much: recycling, trash buckets and separating much better, more stuff like tents and showers and bathroom, and not more impact. The toilets are with Saltwater with chemical, compost toilet. After the season the compost is used by someone in the private gardens.

What is your Ecotourism understanding: the balance between us humans and the place including animals, plants and insects, humans go to one place and make change so when you try to make less change as possible to not loss the balance. In every space like mountains, ocean. (23:16) Food - Shop with locals, Kuyima buys the fish, octopus from the local fishery and they try to buy less from Ensenada and more san Ignacio and Vizcaino have greenhouses there and produce tomato's, potato's and local. It's a bit expensive near US borders, with higher taxes in Baja California 16%, Mexico City has 8%. Around the season 4000-5000 costumers per season. Maybe because the roads are not finished not too many tourists come. For me is important to protect the land. I think so that Kuyima has the most tourists. From December to end of April. It's more like the one-day trip tourists at the Kuyima, because we don't have too much space, we have only 10 tents working, we should normally have 13 tents, with the saltwater they break. We have space for 8 spaces to rent and 3-4 tents have space.

California, two sisters, Antonios Camp

Staying 2 nights and 3 days, interview person was 60 years old.

Why are you doing WW in San Ignacio:(0:16) I always wanted to see baby whales, and touch one or kiss one, a girlfriend last year came here and had a good experience and it's my 60 birthday this year, so let's go see the baby whales in San Ignacio. My friend had been here, so with the internet we came here. Have you done WW before: (1:06) We are both from California originally, so we see grey whales, but we can't touch them, it's not allowed to touch the whales. You need to keep a certain distance. If they come up to you, it's up to them. How long are you staying: (2:35) In the area (Baja California Sur) teen days but were flexible. Here 2nights 3days. We started out in Loreto. We have four chances here in the lagoon to touch a whale. How was the WW today: (4:12) It' was great, we saw a lot of them peeking out, he said it was not so common, so that was great. We got sprayed. We saw a mother and a baby, but not super close. But one could see a smaller one next to the big mama. How was it before you went out to do WW: (4:55) The lady that we were staying with in Loreto, she is a naturalist and had a lot of information for us when we were in Loreto. They gave a little bit of information before the WW, if you were sitting in the back of the boat one could ask him questions and could hear him better and he was knowledgeable about the whales. He said ask questions, so I asked some questions. He had good information. Did you get information about the region and boat drivers are fishermen: (6:40) No. What other activities are you going to do besides WW in Baja California Sur: (7:06) So our primary focus is to be out on the water as much as possible, but like one day at Magdalena bay it was too windy, so we went birdwatching and did fontography. So, we are flexible. Went to visit the first mission. Ecotourism experience, have you been to such tourism: (9:02) I live in Costa Rica so there is a lot of that type of tourism, so I'm familiar those type of stays, what kind of activities they provide, what kind of education they focus on, we help in Costa Rica with various conservation projects, as for myself touring to ecotourism destinations, a few times with more primitive camping. What is your understanding: (10:50) In Costa Rica everything is ecotourism, weather if it is or not. A lot is advertising in Costa Rica. Low impact, of the grid, like this place (Antonios Camp) I would consider an ecotourism. Water conservation you're in a desert, of the grid, have to watch the power usage. Have you seen any sustainable infrastructure in this camp: (13:30) I noticed you have to consort, because there's a little tank of water on the roof, you can't just open up a tap for water, but those are things we kind of know from California. What did you like most till now: (18:20) Whales, lunch was very good, people are very helpful, we had good seafood and shrimp tacos. Would you come back: (19:00) Yes, we will come back with some friends, our friend wants to bring her kids here.

Mexican Family, Kuyima

Staying two nights. Three families with 5 children and six adults and interview person was 46 years old, female. They flew to La Plaz and then drove to the lagoon. Live in Mexico City.

Why are you here: (00:40) A friend told me about the land and the place and told me about the Kuyima and we wished to join. Whale Watching recommendation from friends. I'm here with my family and friends and I want to show them the natural and beautiful and pure environment. I'm here with my family because I want to show them the natural, purest thing in the sea. We want to show my kids. (2:00) It's my first-time doing whale watching. How was the WW experience today: (3:05) beautiful, saw to many whales around the boat, some whales were near to our boat, a very beautiful experience. All the boats are friendly with the whales, the weather is fine. Boat drivers were friendly with the whales, nature and us. Did you receive enough info before going on the WWtour: (4:10) Yes, the man talked with us, told it's dangerous if we touch different parts of the whales, like the eyes or the tale. And he gave us some advice to stay in the boat with the whales. He told us about the whales are here because they have to find a partner, gave some information. Did he give you information about the region: (5:45) Yes like the lake but can't remember too much. Are you here for WW in San Ignacio: (6:30) The reason of our trip is WW, it's the highlight WW in San Ignacio lagoon. Do you have experience with ecotourism: (7:10) Sometimes, not frequently. What is your understand of ecotourism.: (7:55) Ecotourism for me is, tourism friendly with the nature, no use noisy motors or use chemicals substances to clean bathroom or wash the dishes, ecotourism is a tourism that is nice but at the same time tourism friendly with the environment. For example, walking instead of taking the car, for example. Did you see sustainable things in the camp that match ecotourism image: (9:20) Yes for example the way how to clean the bathroom, with the little bucket of water and troughing away the toilet paper separately and cans of aluminum, glasses or solar for heating the water. It's not wastable glasses. I experience the Kuyima and lagoon this camping friendly with nature, there are not too many lights in the night, no WIFI, like in the past. Feed-back for the Kuyima Camp: (12:15) Would like WIFI maybe in a point and maybe have to pay for, but sometimes we need to connect for work or talk with family, I love WIFI, but it's fine. I don't have many requests; I love the food is clean and fresh from the sea. Yes, I love it. And the WW is very comfortable trip, because we never wet our feet, it's the first time without getting wet feet on a boat, the instructors and staff are very friendly and kind, I feel secure. (15:05) They instruction with the life vest, was perfect, I felt secure all the time in the middle of twenty whales. Did you touch a whale: (15:15) Yes, I wanted to touch a whale, because everyone was telling please touched one, it's beautiful, so I want to touch one too, everyone touched the whales today, it's a beautiful experience, I saw beautiful animal, big and very friendly was a surprise for me. Would you come back to do WW again: Absolutely, it's a beautiful place.

US Couple at Kuyima, Oregon,

Staying 2 nights, flew to Loreto, rented a car and drove here. They have visited three years ago. Female 59, artist and Man 58 engineer

Did you miss the whales, that you came back: We wanted to go camping here, because we love to hear the whales breathing. We haven't heard the whales this time. Last time we stayed in San Ignacio, and then drove down here to the lagoon, to Antonios it was beautiful, everyone else just left and we were down here and the wind was calm and we walked the entire beach and all the time we could hear the whales, it was just fabulous and so we were like, if we ever come back, we would camp out here, so that's why we're back. Touched whales the first time today. Was it important to touch the whales: (6:50) No, it wasn't what I did it for but it was awesome, we can observe wildlife and are happy we don't need to touch it, but if it's right there, and they seemed to be ok with it, and the whale mother pushed her calf towards the boat. I guess if they wouldn't be coming to the boat I wouldn't chase them to do that, and I don't like it if the boats are too close to the whales, and like if the whales are going this way and were following them it bothers me, if the boats are really close for me it's like getting in their space, but when you're just sitting in the boat and they come up and put their head in the boat that's a different thing. They must find something enjoyable about it. Did you do WW before: (11:40) Alaska and Hawaii. They were tour guides in Alaska for camping and see glacier and wildlife and were on boats. When they saw whales all the big boats followed on, they don't run up on them so not so close like in the San Ignacio lagoon. It's different, because it was in the open. 12-100 people had space on the boats, but the boats were not open like here. We went to Namibia to a sealion colonies and saw whales. Did you feel you got enough information about the whales:(16:10) I thought it was good, I mean it was very basic. Rules of the boat trip thing was good. David was very good. We were asking a lot of questions about the whales to David and other staff. It's not like an educational tour. They got information in Loreto about whales. They wanted to see blue whales in Loreto. Do you have any other activity plans in Baja California:(20:05) Camping, Kayaking, Canyon Hiking, beach crawling, plan on swimming but it's too cold. Do you have experience of ecotourism and what is your understanding of ecotourism:(21:10) We would have a softer footprint on the environment. It's a level of responsibility of the operator but it can be a gimmick. It can be a buzzword, trendy. It is a good thing if it's true. It seems like here (Kuyima) they are trying here I guess, they have compost toilet, recycling, (23:30) I don't know what that, I don't know if they are recycling or if they are only separating, so I don't know where this goes, once it leaves here, and he (husband) said it goes right to the dump. (In Oregon we separate in our town, but it ends up in the dump). Environmentally conscious system in place for tourism, the cynical part is that we didn't walk here, we drove, we used gas and oil, the hole footprint thing, I mean look at all the people that come here just to look at the whales, it's great but it can destroy an environment or can be a part of a destruction. It doesn't seem so bad now. I would never go back to Nepal, because the tourism there is destroying the environment, because they cut down the forest, so the tourists have fire and are not cold. Are we a cause of a problem, we are. But there are ways to have tourism that is more friendly and softer and

better. Seems like they are doing a good job here (Kuyima) with solar energy and so. What can they do more than compost toilets, solar and wind. Should we even be here. I mean there's no water, they are bringing in drinking water here because there is none, it's not a natural situation here. But I think they are trying, and I like it and these guys can make a few bucks of season. Do you have any recommendations for this camp:(29:00) It's nice and clean, they're organized. The place is pretty manicured. (40:40) The shells for the trails and parking area and the staff was great and super friendly. The tent was good to.

Switzerland, male, Kuyima

Staying 14 days, Student, age 22

How did you come to do San Ignacio. (0:30) I had to write a semester paper about photo identification and to do that you have to go WW many times, so we combined whale watching with university stuff. Did you do WW before? (1:20) Yes, I did it in Sydney, only once. It was much more expensive on a really big boat with more than 40 people and you didn't come close to the whales, around 40 meters distance and it was humpback whales. What was different to San Ignacio WW: (2:20) The boats, here they are much smaller, and one can even touch them and it's a better experience with less people on the boat and you feel closer to the whales. you could see them in action this time. Would you have payed more here in San Ignacio: (3:15) Yes, I would have paid more. I paid 100 in Australia, I guess I would have paid 60/70/80 bucks here in San Ignacio. The WW in Australia was from the port, and there are now camps over there. How many nights are you staying: Never here before, we were staying here for 14 days. How was WW here, was touching important: (5:40) No not really, I didn't hear about the possibility to touch a whale until the fifth day, it was never a reason for me to do WW, but if you can touch them, you will because it's an awesome experience. And how many times could you touch the whales (6:20) three times on two different trips. And how many times did you drive out with the boat: (6:35) seven trips. Did you receive information to the Whales and to the region: (6:40) About the whales not really, most information I got was from reading a book about it. I mean they did tell somethings just about San Ignacio and the bay and how the migration works and were you can find them but not how they are, they should give a little bit more information about the whales, like what they eat, the population, why they come here. But I think the information about the place was good. It was enough information. Are you doing any other activities in Baja California: Yes, we went to visit the salt sea, we went to Guerreros negro, we did a couple of trips, by ourselves without any guide. What activities would you have done (9:05) Maybe a little bit of birdwatching, visited the mangroves a little bit more. Do you have experience with ecotourism and what's your understanding of it: I don't have any experience with ecotourism. Well to be careful with the nature and resources and that you don't disturb nature that much as you do with normal tourism, maybe to see a part but leave some regions alone. And I think it should be that there is not to many tourism there, maybe if the place is crowded than it's not really ecotourism it's normal tourism, so like they did it with the boats, that only 16 boats are allowed to go in to the bay and not more not to disturb the whales that much. Did you see any sustainability in this camp (Kuyima): (11:40) Well the compost toilet, one was with compost and the maybe they cared a little bit about the food, but I don't think as hard as they could, they just wanted to make the people happy, so they served a lot of fish and it could be bad, because of possible overfishing. Other infrastructure; Solar panels were used a lot, which is perfect for this region without rain and not cloudy much. I think most of the power comes from the sun, because we shouldn't charge our phones as there was no sun for some days. Do you have any recommendations for the camp: (15:07) No, not really. They did a good job. I like the way it is. It's beautiful over there, and not too expensive and the people are very nice. Maybe they can

improve their English, but other than that it was very nice. If you had any questions about the food or the drinks or whatever sometimes one had a little problem, but there was always someone there how could talk English. What did you like most in the camp (15:20) That you are a lot of the time outside, it's beautiful nature over there with the dessert on the inside and the ocean on the other side, and sometimes when there is no wind at all you can hear the whales from the coast, a lot of diversity, birds and plants and the bay is just beautiful and the food was really good. Would you come back: Yes of course.

Mexican, female, Kuyima

Staying 1 week, Student, age 23

Why are you doing Whale Watching in San Ignacio lagoon? Because I really like the whales and here is one of the best places to watch them. Have you ever done Whale Watching before and where was that? Yes, in Puerto San Carlos, Los Cabos, Loreto. How was the Whale Watching here in San Ignacio Lagoon? Yes, I liked it because there were so many, and I could touch one. They are so friendly here. Was touching the whales important? No not really. But it looked like it wanted to be touched. So, I did. Did you receive enough information about the whales and the region? Yes, I think so. Have you been to other ecotourism places? Yes. What is your understanding of ecotourism? Well that the tourism doesn't affect the nature. I believe. Have you seen any sustainable infrastructure in this camp? I'm not sure anymore, no wait the solar systems. What did you like most about the Kuyima Camp? The space that one has and the bathrooms, they were so simple. Would you come back to do Whale Watching here? Sure.

A Summary of the most important Interview questions:

What is your Ecotourism understanding:

Camp guide: the balance between us humans and the place including animals, plants and insects, humans go to one place and make change so when you try to make less change as possible to not loss the balance. In every space like mountains, ocean.

Sisters: In Costa Rica everything is ecotourism, weather if it is or not. A lot is advertising in Costa Rica. Low impact, of the grid, like this place (Antonios Camp) I would consider an ecotourism. Water conservation you're in a desert, of the grid, have to watch the power usage.

Mexican family: Ecotourism for me is, tourism friendly with the nature, no use noisy motors or use chemicals substances to clean bathroom or wash the dishes, ecotourism is a tourism that is nice but at the same time tourism friendly with the environment. For example, walking instead of taking the car, for example.

US couple: Part I: We would have a softer footprint on the environment. It's a level of responsibility of the operator but It can be a gimmick. It can be a buzzword, trendy. It is a good thing if it's true. It seems like here (Kuyima) they are trying here I guess, the have compost toilet, recycling, (23:30) I don't know what that, I don't know if they are recycling or if they are only separating, so I don't know where this goes, once it leaves here, and he (husband) said it goes right to the dump. (In Oregon we separate in our town, but it ends up in the dump). Environmentally conscious system in place for tourism, the cynical part is that we didn't walk her, we drove, we used gas and oil, the hole footprint thing, I mean look at all the people that come here just to look at the whales, it's great but it can destroy an environment or can be a part of a destruction. It doesn't seem so bad now.

Part II: But there are ways to have tourism that is more friendly and softer and better. Seems like they are doing a good job here (Kuyima) with solar energy and so. What can they do more than compost toilets, solar and wind. Should we even be here. I mean there's no water, they are bringing in drinking water here because there is none, it's not a natural situation here. But I think they are trying, and I like it and these guys can make a few bucks of season.

Swiss student: I don't have any experience with ecotourism. Well to be careful with the nature and resources and that you don't disturb nature that much as you do with normal tourism, maybe to see a part but leave some regions alone. And I think it should be that there is not to many tourism there, maybe if the place is crowded than it's not really ecotourism it's normal tourism, so like they did it with the

boats, that only 16 boats are allowed to go in to the bay and not more not to disturb the whales that much.

Mexican student:

Well that the tourism doesn't affect the nature. I believe.

Why are you doing WW in San Ignacio

CG: (Working here)

S: I always wanted to see baby whales, maybe touch one or kiss one, a girlfriend last year came here and had a good experience and it's my 60 birthday this year, so let's go see the baby whales in San Ignacio. My friend had been here, so with the internet we came here.

MF: A friend told me about the land and the place and told me about the Kuyima and we wished to join. Whale Watching recommendation from friends. I'm here with my family and friends and I want to show them the natural and beautiful and pure environment. I'm here with my family because I want to show them the natural, purest thing in the sea. We want to show my kids.

UC: We wanted to go camping here, because we love to hear the whales breathing. We haven't heard the whales this time. Last time we stayed in San Ignacio, and then drove down here to the lagoon, to Antonios it was beautiful, everyone else just left and we were down here and the wind was calm and we walked the entire beach and all the time we could hear the whales, it was just fabulous and so we were like, if we ever come back, we would camp out here, so that's why we're back.

SS: I had to write a semester paper about photo identification and to do that you have to go WW many times, so we combined whale watching with university stuff.

MS: Because I really like the whales and here is one of the best places to watch them.

What do you like most and would you come back

CG: (Working here)

S: Whales, lunch was very good, people are very helpful, we had good seafood and shrimp tacos. Would you come back: Yes, we will come back with some friends, our friend wants to bring her kids here.

MF: I love the food is clean and fresh from the sea. Yes, I love it. And the WW is very comfortable trip, because we never wet our feet, it's the first time without getting wet feet on a boat, the instructors and staff are very friendly and kind, I feel secure. They instruction with the life vest, was perfect, I felt secure all the time in the middle of twenty whales. Would you come back: Absolutely, it's a beautiful place.

UC: It's nice and clean, they're organized. The place is pretty manicured. The shells for the trails and parking area and the staff was great and super friendly. The tent was good to. Would you come back: (they've been here before)

SS: That you are a lot of the time outside, it's beautiful nature over there with the dessert on the inside and the ocean on the other side, and sometimes when there is no wind at all you can hear the whales from the coast, a lot of diversity, birds and plants and the bay is just beautiful and the food was really good. Would you come back: Yes of course.

MS: The space that one has and the bathrooms, they were so simple. Would you come back Sure.

Was touching the whales important

CG: (working here)

S: I always wanted to see baby whales, and touch one or kiss one.

MF: Yes, I wanted to touch a whale, because everyone was telling please touched one, it's beautiful, so I want to touch one too, everyone touched the whales today, it's a beautiful experience, I saw beautiful animal, big and very friendly was a surprise for me.

UC: No, it wasn't what I did it for but it was awesome, we can observe wildlife and are happy we don't need to touch it, but if it's right there, and they seemed to be ok with it, and the whale mother pushed her calf towards the boat. I guess if they wouldn't be coming to the boat I wouldn't chase them to do that, and I don't like it if the boats are too close to the whales, and like if the whales are going this way and were following them it bothers me, if the boats are really close for me it's like getting in there space, but when you're just sitting in the boat and they come up and put their head in the boat that's a different thing. They must find something enjoyable about it.

SS: No not really, I didn't hear about the possibility to touch a whale until the fifth day, it was never a reason for me to do WW, but if you can touch them, you will because it's an awesome experience.

MS: No not really. But it looked like it wanted to be touched. So, I did.

Did you receive enough information to the Whales and to the region

CG: (working here)

S: They gave a little bit of information before the WW, if you were sitting in the back of the boat one could ask him questions and could hear him better and he was knowledgeable about the whales. He said ask questions, so I asked some questions. He had good information. Did you get information about the region and boat drivers are fishermen No.

MF: Yes, the man talked with us, told it's dangerous if we touch different parts of the whales, like the eyes or the tale. And he gave us some advice to stay in the boat with the whales. He told us about the whales are here because they have to find a partner, gave some information. Did you get information about the region and boat drivers are fishermen Yes like the lake but can't remember too much.

UC: I thought it was good, I mean it was very basic. Rules of the boat trip thing was good. David was very good. We were asking a lot of questions about the whales to David and other staff. It's not like an educational tour.

SS: About the whales not really, most information I got was from reading a book about it. I mean they did tell somethings just about San Ignacio and the bay and how the migration works and were you can find them but not how they are, they should give a little bit more information about the whales, like what they eat, the population, why they come here. But I think the information about the place was good. It was enough information.

MS: Yes, I think so

Survey

Whale - tourism in San Ignacio

The goal of this survey is to evaluate the opinions of the tourists that come to San Ignacio. A Swiss student has developed this survey. The obtained information will be used only for her bachelor thesis and the tourists will stay anonymous. The survey is voluntary.

Edad		Nombre del a campamento	
Sexo			
Mes	Febrero <input type="checkbox"/> Marzo <input type="checkbox"/> Abril <input type="checkbox"/>		

¿En que vija usted?

Solo 2 personas 3-6 personas 7 +

Quantas noches e queda y en a campamento?

0 noches 1-3 noches 4 -6 noches 7+

Es la primera vez que usted esta a qui?

Sí No

Si no es la primera vez, quantas veces a hestado ya?

.....

Por que eliquo este a campamento?

Sin razon red(internet) recomendacion otra razon

Algunavez ya hamira hecho Whale Watching?

Si No

Si si, donde lo iso? Es possible seleccionnar varias respues.

.....

Porque esta siendo Whale Watching en Baja California Sur?

Me gusta Whale Watching fan vacaciones en México mas economico que en otros paises

-
-
-

Otra razon

-

Is Whale Watching the main reason why you are here in Mexico?

Si No

-
-

Why are you doing the Whale Watching tour in the San Ignacio Bay?

You can give more then one answer.

- biosphere reserve
- best offering of the travel agency
- recommendation of someone
- other reason

What was most important to you during the Whale Watching tour?

See whales and other animals feel safe other things

-
-
-

Do you know that the boat drivers of the Whale Watching tour are experienced fishermen from the region?

Yes No

-
-

How did you like the boat tour? If you chose «ok» or «it wasn't good», please write why.

It was excellent it was good it was ok it wasn't good

-
-
-
-

What did you see? You can give more than one answer.

Single whales mother and calf mating habits jumping whales

When you saw the whales, what emotions did you feel?

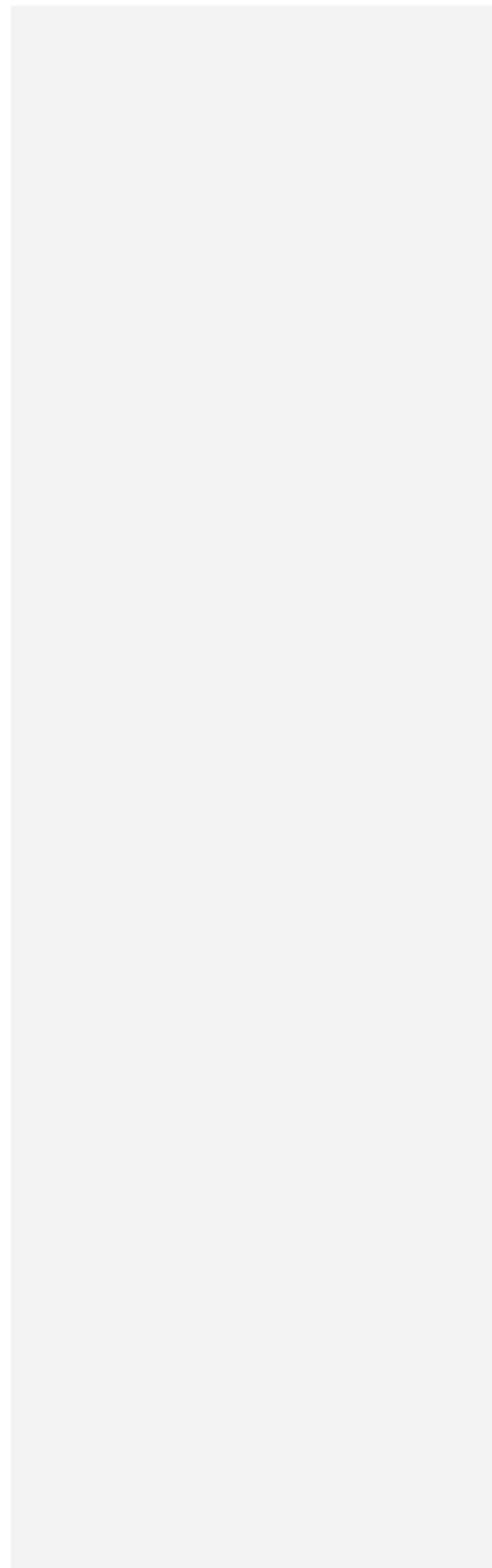
Joy fear surprised interested

How close did you watch the whales?

About 10 meters 4 meters 2 meters other

Was a close interaction with the whales important?

Not important very important I'm not sure other



Did you receive enough information about the grey whale or would you wish for more information about the animal and the surrounding area?

It was enough information I would like more information

If you would like more information, what would it contain? You can give more than one answer.

Grey whales other animal's fishermen ocean environment

And when would be the right moment to receive more information?

Before Whale Watching during Whale Watching after Whale Watching

Were your expectations on the boat tour and Whale Watching fulfilled?

Yes I'm completely satisfied more or less no I'm not satisfied

If not satisfied, why?

.....

How did you get to know about this Whale Watching offer in San Ignacio?

Internet travel agency family/friends TV other

How did you get here?

Car bus motorbike bicycle

If you are staying for at least one night:

Are you satisfied with the infrastructure as for the toilets and showers?

Very satisfied good more or less not satisfied

Are you...

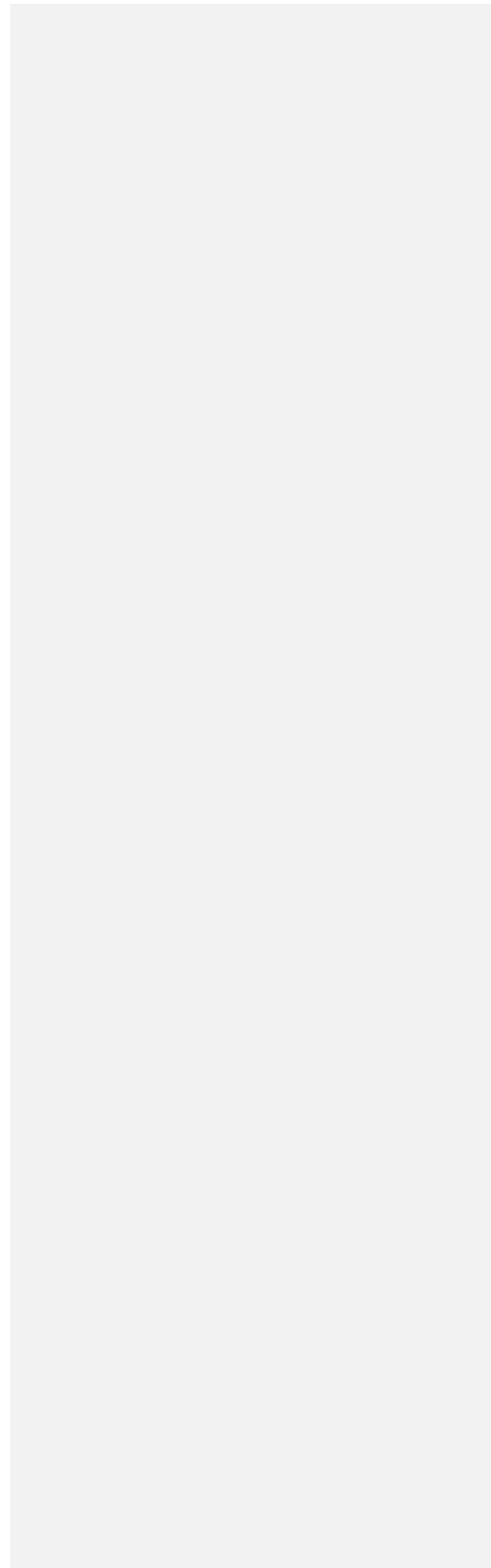
Vegetarian meat eater vegan other

Would you choose meals with fish and seafood from the region over meat from elsewhere?

Yes, I prefer fish/seafood from the region No, I prefer meat I want both

Other

.....



What excursion besides Whale Watching would you prefer?

- animal and plant excursion in the region
- low tide excursion
- village excursion
- horse riding in the backcountry
- survival course in the desert
- other:.....
- I don't wish for any other excursion

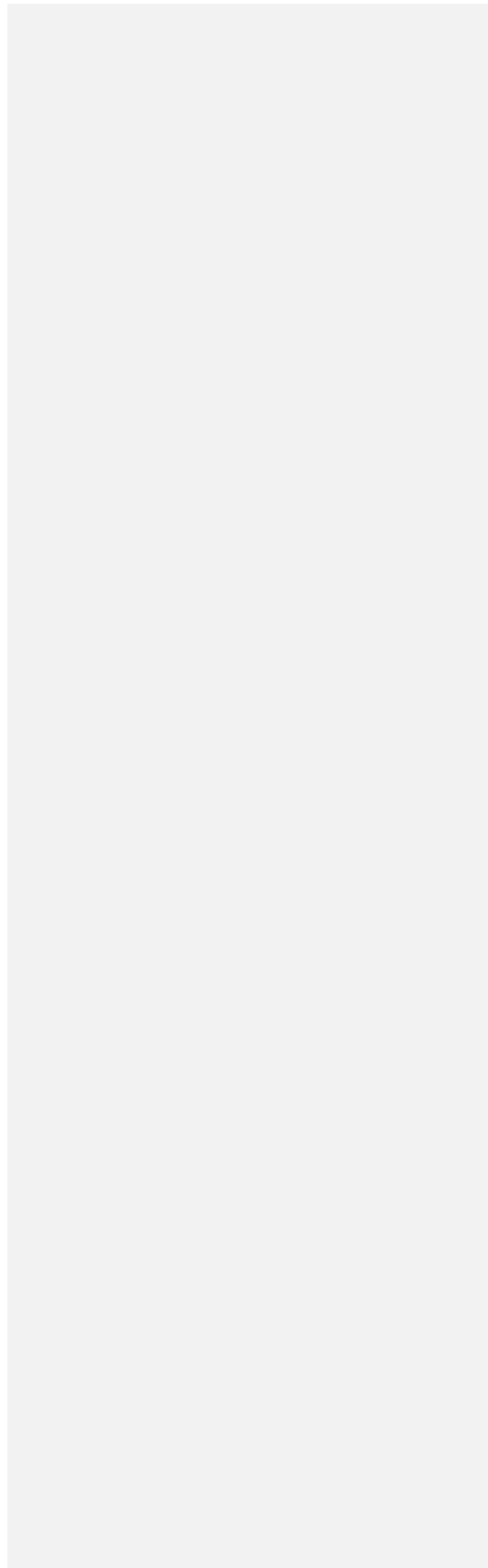
What did you like most about the camp?

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Whale Watching | staff | camp and infrastructure | location |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Other

-

Thank you kindly for your participation!



Survey - Whale tourism in San Ignacio



A Swiss student has developed this survey for her bachelor thesis. The bachelor thesis focuses on the Whale Watching - ecotourism in San Ignacio, focusing on the existing camping facilities and amenities and identifying enhancement options based on questioning tourists and providers. The obtained information will be used only for her bachelor thesis. The survey is voluntary and all participants will stay anonymous.

Age		Name of the camp	
Gender	female <input type="checkbox"/> male <input type="checkbox"/> other <input type="checkbox"/>	Nationality	
Date		Do you speak Spanish	Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

How are you travelling? And how many people are travelling with you?

Alone family friends travel group

+ 1 person 2-6 people 7+

How many nights will you stay in the «camp» at the San Ignacio Laguna?

0 nights 1-3 nights 4 -6 nights 7+

If you checked «0» nights, where are you staying and for how long?

San Ignacio Guerrero Negro other Duration of nights

Is it your first time in this camp? If it's not the first time coming here, how many times have you been here before?

Yes No How many times

Have you ever done Whale Watching before?

Yes No

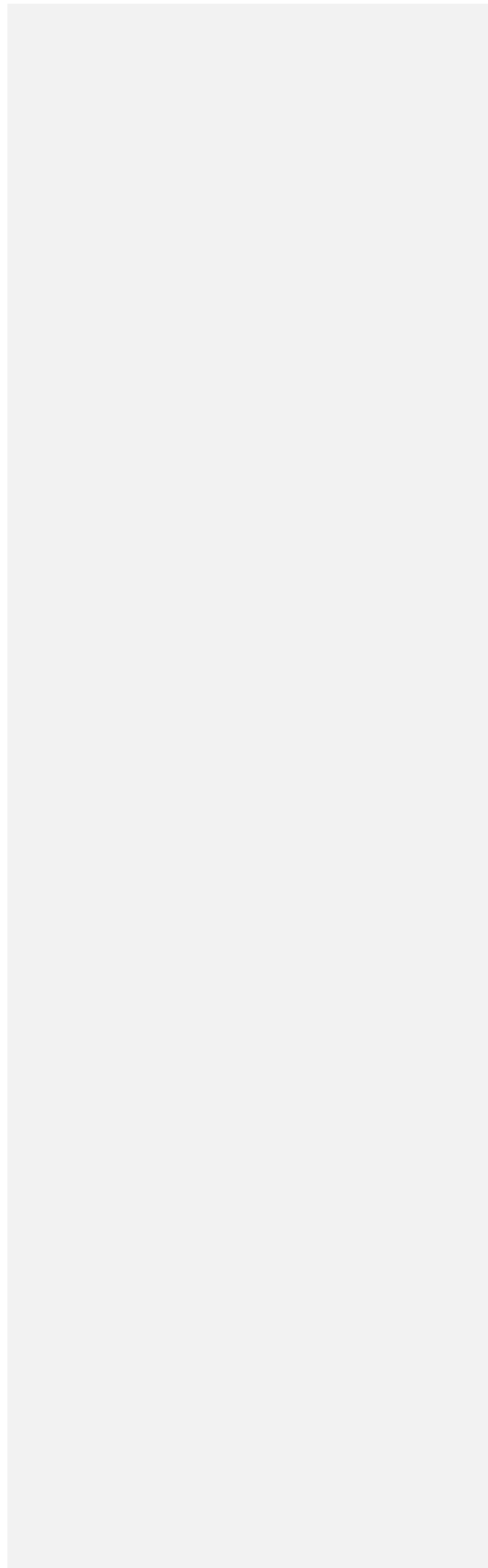
If yes, where did you do Whale Watching? You can give more than one answer.

.....

Why are you doing Whale Watching in Baja California Sur?

I'm a Whale Watching fan vacation in Mexico costs less than in other countries

Other reason



Is Whale Watching the main reason why you are here in Mexico?

Yes

No

Why are you doing the Whale Watching tour in the San Ignacio Bay?

You can give more than one answer.

biosphere reserve

ecotourism

best offering of the travel agency

recommendation of someone

other reason

What was most important to you during the Whale Watching tour?

See whales and other animals

feel safe

learn about the environment

To talk to the boat driver

take photos

other things

Do you know that the boat drivers of the Whale Watching tour are experienced local fishermen?

Yes

No

How did you like the boat tour? If you chose «not to bad», «bad» or «horrible» please write why.

Excellent

good

not to bad

bad

horrible

What did you see? You can give more than one answer.

Single whales

mother and calf mating habits

jumping whales

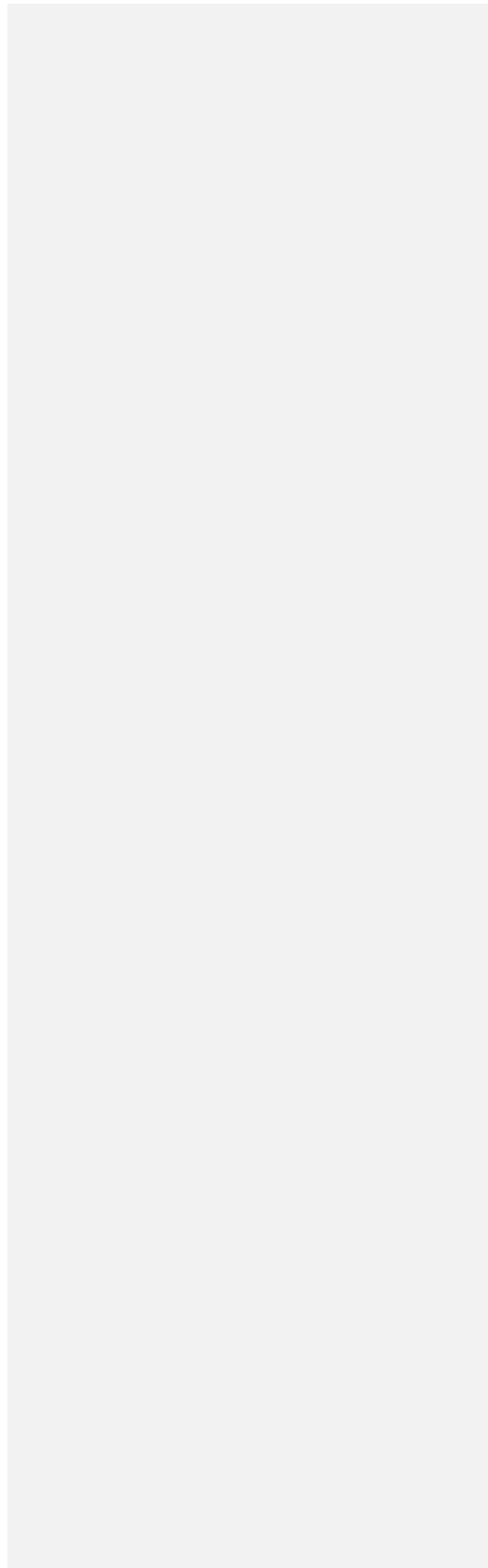
When you saw the whales, what emotions did you feel?

Joy fear surprised interested gratitude disbelieve

How close did you watch the whales?

Around 10 meters 4 meters 1 meter in reachable distance other

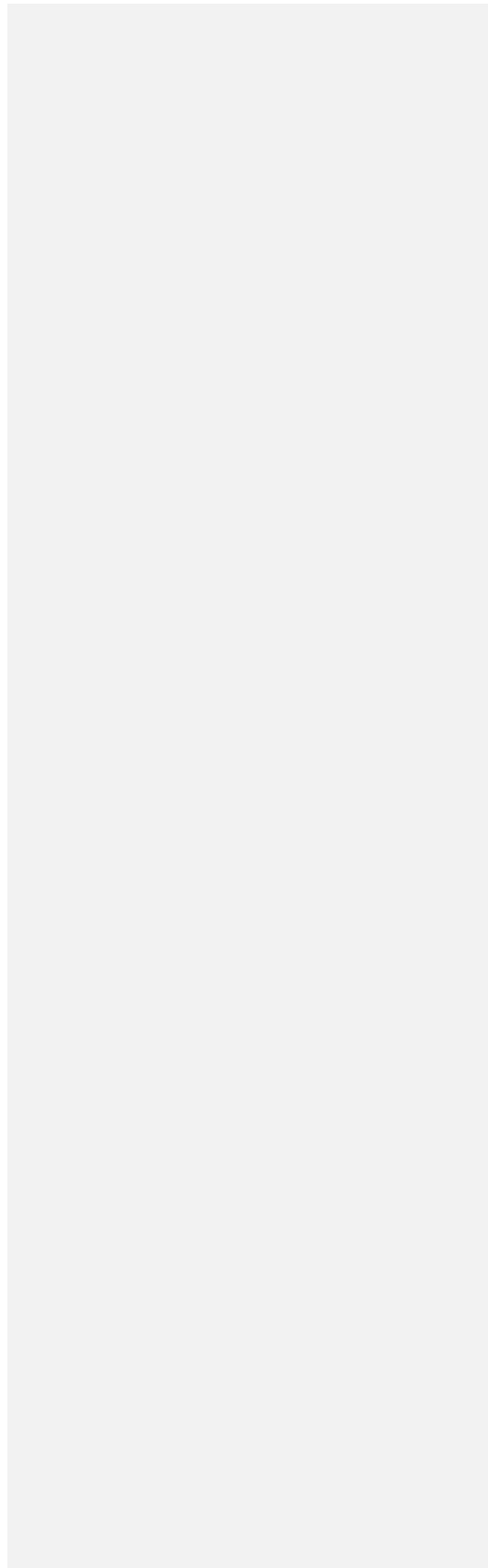
.....



If you are staying for at least one night:

Are you satisfied with the infrastructure as for the toilets and showers?

Extremely satisfied satisfied more or less less satisfied not satisfied



How do you eat?

Vegetarian meat eater vegan flexitarian other

Only for meat eaters:

Would you choose meals with fish and seafood caught by local fishermen over meat from elsewhere?

Yes No I would like both I'm not sure other

For plant based consumers: Are you satisfied with the variety of local vegetables and dishes?

Extremely satisfied satisfied more or less less satisfied not satisfied

What excursion besides Whale Watching would you prefer?

- botanical excursion in the region
- bird watching
- cave paintings watching
- low tide excursion
- village excursion
- horse riding in the backcountry
- survival course in the desert
- other:.....
- I don't wish for any other excursion

What did you like most about the camp?

Whale Watching staff infrastructure locationfood other

Amount of activities camp program sustainable spirit other

Thank you kindly for your participation!

Dr. Stephan Brenneisen
Zurich University of Applied Sciences
ZHAW
Grüntal, 8820 Wädenswil

Zurich, February 12th 2019

Confirmation Letter

For the ZHAW students Sky Wechsler and Marco Lupi

The two students are writing their bachelort thesis in the field of

"Whale Ecotourism in the Laguna San Ignacio - Survey of offers and identification of options for further development based on surveys of tourists and providers".

We are happy to confirm that the two students Sky Wechsler and Marco Lupi are completing their Bachelor's thesis on behalf of the ZHAW.

We would like to thank you very much for your kind support in the planned interviews and studies on the tourist offers.

Kind regards

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Stephan Brenneisen', with a stylized flourish at the end.

Stephan Brenneisen
Zurich, 12th February 2019