

Zusammenfassung einer Bachelorarbeit in Tourismus bei der
Fachhochschule Graubünden

Besuchendenlenkung und Förderung lokaler Produkte auf der Alp Flix

Datum 08. August 2025
Autor:in Madrisa Signorell (Advisor: Frieder Voll, FHGR; Co-Advisorin: Franziska Perl, PE)

1 Abstrakt

Die Alp Flix ist ein beliebtes Ausflugsziel und gleichzeitig ein empfindliches Naturgebiet (u.a. Moorlandschaft von nationaler Bedeutung). Die steigenden Besucherzahlen bringen Herausforderungen mit sich, insbesondere im Spannungsfeld zwischen Naturschutz, Landwirtschaft, Tourismus und lokaler Wertschöpfung. Diese Bachelorarbeit untersucht, wie Besuchende gezielter gelenkt und lokale Produkte sichtbarer gemacht werden können. Grundlagen bilden theoretische Ansätze zu nachhaltigem Tourismus und Regionalentwicklung. Im Rahmen qualitativer Interviews mit lokalen Akteuren und Experten wurden erhoben, wie die aktuelle Situation wahrgenommen wird und welche Bedürfnisse vor Ort bestehen. Die Erkenntnisse fliessen in eine Analyse bestehender Lenkungsansätze und Angebotsstrukturen ein. Ziel ist es, praxisnahe Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung der Alp Flix aufzuzeigen, welche die Interessen der lokalen Bevölkerung berücksichtigen.

2 Relevanz der Arbeit

Um das Problem zu adressieren, ist es essenziell, geeignete Massnahmen zur gezielten Besuchendenlenkung auf der Alp Flix zu identifizieren. Der nachhaltige Umgang mit sensiblen Naturräumen wie Moorlandschaften gewinnt zunehmend an Bedeutung, da der Druck durch den Tourismus stetig wächst. Eine bewusst gesteuerte Besuchendenführung kann dazu beitragen, ökologische Schäden zu minimieren und gleichzeitig das Naturerlebnis für Gäste zu verbessern.

Darüber hinaus rückt der Schutz einzigartiger Landschaften nicht nur aus ökologischer, sondern auch aus wirtschaftlicher Perspektive immer stärker in den Fokus. Eine gezielte Sensibilisierung der Besuchenden könnte dazu beitragen, die Wertschätzung für regionale Produkte zu erhöhen und somit die Nachfrage nach lokal hergestellten Erzeugnissen zu steigern.

3 Reflexion zur Methodik

Die angewandte Methodik dieser Arbeit basiert auf einem qualitativen, explorativen Forschungsdesign. Diese Herangehensweise ermöglichte einen vertieften Einblick in die Wahrnehmung, Bedürfnisse und Herausforderungen der lokalen Akteur:innen auf der Alp Flix. Die Kombination aus halbstrukturierten Interviews, teilnehmender Beobachtung und Literaturrecherche hat sich als sinnvoll erwiesen, um ein vielschichtiges Bild der komplexen Zusammenhänge zwischen Besuchendenlenkung, Naturschutz und lokaler Wertschöpfung zu erhalten.

Besonders hervorzuheben ist der Vorteil der teilnehmenden Rolle der Forscherin. Durch den eigenen Lebensmittelpunkt auf der Alp Flix bestand ein direkter Zugang zu relevanten Akteur:innen, was eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre begünstigte. Gleichzeitig brachte diese Nähe methodische Herausforderungen mit sich, insbesondere im Hinblick auf eine potenzielle Subjektivität in der Interpretation der Aussage.

Zu Minimierung möglicher Verzerrungen wurde eine bewusste Reflexion der eigenen Rolle vorgenommen. Die methodische Transparenz, das Offenlegen von Entscheidungen und die strukturierte Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring trugen dazu bei, die Glaubwürdigkeit der Ergebnisse zu stärken. Dennoch ist sich die Forscherin der begrenzten Übertragbarkeit bewusst (eingeschränkte Generalisierbarkeit, Subjektivität durch Nähe zur Forschungsthematik, selektive Wahrnehmung und thematische Fokussierung, zeitliche Begrenzung).

4 Perspektiven lokaler Akteur:innen auf den Tourismus

Die Alp Flix wird von den befragten Personen mehrheitlich als ruhiger, naturnaher Rückzugsort wahrgenommen, dessen besondere Atmosphäre insbesondere in der Zwischensaison zur Geltung kommt. Während in ruhigen Zeiten Entschleunigung und Erholung im Vordergrund stehen, wird der Hochsommer aufgrund der hohen Besuchendendichte vermehrt als belastend erlebt. Die saisonale Nutzung beeinflusst somit direkt die Aufenthaltsqualität.

Mit dem zunehmenden Tourismus verändert sich auch die Wahrnehmung der Landschaft. In ruhigen Phasen wird der Austausch mit Besuchenden als bereichernd empfunden, während in stark frequentierten Zeiten eher Störungen im Verhalten dominieren, die nicht immer mit dem Charakter des Ortes vereinbar sind. Die besondere Atmosphäre der Alp Flix wird dadurch zunehmend unter Druck gesetzt. Für die dauerhaft ansässigen oder dort

arbeitenden Personen führt dies nicht nur zu einer veränderten Wahrnehmung ihres Lebensraums, sondern auch zu spürbaren Störungen im Alltag, etwa durch Lärm, mangelnde Rücksichtnahme oder Einschränkungen bei landwirtschaftlichen Arbeiten.

Die gestiegene Beliebtheit bringt Herausforderungen in der Besuchendenlenkung mit sich, insbesondere in sensiblen Naturräumen wie dem Bergsee oder entlang der Wanderwege. Die Interviews zeigen, dass fehlende Rücksichtnahme der Besuchenden nicht nur die Landschaft belastet, sondern auch die Lebensqualität der Ansässigen Bevölkerung einschränkt.

5 Bewertung bestehender Angebote und Lenkungsansätze

Mehrere befragte Akteur:innen benennen konkrete Formate, die sich in der Praxis als wirkungsvoll erwiesen haben. Besonders positiv hervorgehoben wird der Verkaufsstand im Hotel und Restaurant Berghaus Piz Platta, der durch gute Sichtbarkeit und klare Angebotsstruktur als gelungenes Beispiel regionaler Direktvermarktung gilt. Auch der Forscherparcours wurde als niederschwelliger Zugang zu Umweltwissen geschätzt, insbesondere für Familien mit Kindern, aber auch von Erwachsenen positiv aufgenommen.

Neben solchen festen Angeboten zeigt sich auch die Wirkung informeller Formate. Persönliche Gästebetreuung und direkte Gespräche werden als zentral für eine hohe Wiederkehrbereitschaft beschrieben. Solche Formen der Beziehungspflege werden insbesondere von lokal engagierten Personen als zentraler Bestandteil eines gelungenen Erlebnisses gesehen.

Darüber hinaus finden auch kreative Sensibilisierungsaktionen Anklang, etwa Kampagnen gegen Littering unter Einbezug von Tierfiguren oder humorvollen Elementen. Solche Aktionen sprechen Gäste emotional an und wirken zugänglicher als rein regelbasierte Kommunikation.

6 Kritische Punkte und Verbesserungsvorschläge

Trotz bestehender Angebote werden in den Interviews zahlreiche Schwachstellen benannt, die einer erfolgreichen Besuchendenlenkung und Kommunikation im Weg stehen. Häufig kritisiert werden die aktuellen Informationsformate: Klassische Tafeln seien zu textlastig, wenig visuell ansprechend und würden zentrale Inhalte wie die Schutzwürdigkeit der Moorlandschaft oder die Bedeutung der landwirtschaftlichen Nutzung kaum vermitteln.

Zudem werden verschiedene infrastrukturelle Defizite thematisiert, insbesondere im Bereich der Toilettennutzung sowie im Hinblick auf digitale Technologien. Die Nutzung digitaler Hilfsmittel wird von mehreren Akteur:innen als unzureichend bewertet: Es fehlen konkrete Steuerungsansätze über Apps oder digitale Hinweise vor Ort. Hinzu kommt,

dass der Mobilfunkempfang auf Teilen der Alp Flix eingeschränkt ist, was die Nutzung digitaler Inhalte zusätzlich erschwert. Auch physische Infrastruktur wie E-Bike-Ladestationen wird bislang vermisst.

In der Hochsaison führt die hohe Besuchendichte zudem zu Überforderung bei lokalen Akteur:innen:

- Fehlender Respekt gegenüber Arbeitsräumen oder privaten Bereichen
- Unzureichende bauliche Abgrenzungen
- Gewünscht ist zwar eine bessere Kommunikation, momentan ist sie aber noch mangelhaft
- Schutzhinweise unklar und Lenkung schwach
- Interaktive und digitale Formate kaum vorhanden
- Fehlende Sensibilisierung durch weiche Lenkungsinstrumente

7 Besuchendenlenkung und Schutz der Landschaft

Wie im Theorieabschnitt ausgeführt, stellt die Lenkung von Besuchenden in ökologisch sensiblen Gebieten eine der zentralen Massnahmen im nachhaltigen Tourismus dar. Das Konzept der Limits of Acceptable Change (LAC) ist besonders relevant für die Alp Flix, da es nicht auf starre Besuchendenzahlen fokussiert, sondern auf konkrete Auswirkungen. Die empirischen Ergebnisse zeigen genau solche belastenden Auswirkungen: freilaufende Hunde, Betreten von Moorflächen und fehlendes Verständnis für die landwirtschaftliche Nutzung. Dies belegt, dass die ökologische Tragfähigkeit nicht überlastet ist, aber punktuell überschritten wird.

Zudem bestätigt sich die im Theorieabschnitt beschriebene Diskrepanz zwischen Bewusstsein und Verhalten. Obwohl viele Gäste die Landschaft schätzen, mangelt es oft an adäquatem Verhalten. Dies ist ein Beispiel für den sogenannten Attitude-Behaviour-Gap, welcher in der Literatur zu nachhaltigem Konsum vielfach thematisiert wird.

Die Forderung der IUCN nach partizipativen, bildungsorientierten Lenkungsmodellen spiegelt sich in den Vorschlägen der Interviewten wider, wie durch den Wunsch nach einem Ranger-Einsatz, besseren Tafeln oder interaktiven Elementen. Gleichzeitig zeigt sich aber auch eine gewisse Ermüdung gegenüber rein passiver Informationsvermittlung. Ein Hinweis darauf ist die aktuell eingesetzten Mittel nicht den Erwartungen oder Gewohnheiten der Besuchenden entsprechen.

Ein bemerkenswerter Befund ist die Rolle der Zwischensaison. So zeigen die Interviews, dass in ruhigeren Zeiten deutlich mehr positive Begegnungen, Käufe oder respektvolleres Verhalten stattfindet. Daraus ergibt sich ein potenzielles Zeitfenster für bewusstseinsfördernde Aktivitäten.

8 Massnahmen für eine nachhaltige Besuchendenlenkung

Für die Alp Flix eignen sich Massnahmen, die niederschwellig, erlebnisorientiert und räumlich gezielt wirken. Zentral ist dabei die Kombination aus sanfter Steuerung, Bildung und emotionaler Ansprache.

Erprobte Ansätze wie Themenpfade ermöglichen eine gelenkte Bewegung abseits sensibler Zonen. Interaktive Infotafeln, digitale Begleitformate oder Audio-Guides können Wissen vermitteln, ohne belehrend zu wirken. Ein Wiedereinstieg in Formate wie den früheren Forscherparcours würden, besonders für Familien, ein hohes Potenzial bieten.

Ranger:innen könnten punktuell Präsenz zeigen, gleichzeitig braucht es klare bauliche Abgrenzung gewisser Zonen (z.B. Wege, Wiesen) sowie eine visuell verständliche Beschilderung, wie sie im BAFU-Markierungshandbuch für Schutzgebiete vorgesehen ist.

Für eine nachhaltige Wirkung ist entscheidend, dass alle Massnahmen lokal abgestimmt und kooperativ getragen werden, idealerweise in enger Zusammenarbeit mit allen notwendigen Beteiligten.

9 Strategien zur Förderung lokaler Produkte

Die Förderung lokaler Produkte auf der Alp Flix gelingt dann, wenn Sichtbarkeit, Zugänglichkeit und Erlebniswert gezielt miteinander verknüpft werden. Wichtig ist eine klare Positionierung der Produkte als Teil der Landschaft und regionalen Identität.

Zentral ist eine bessere Ausschilderung bestehender Verkaufsstellen, ergänzt durch einheitliche visuelle Kommunikation. Die Produkte sollen erkennbar, auffindbar und emotional anschlussfähig sein.

Ein hoher Hebel liegt in Erlebnisformaten: Themenwege, die zu Verkaufsstellen führen, Degustationsmöglichkeiten, Aktivitäten mit Gutscheinen für die Gäste können Interesse wecken und Lenkung zugleich fördern. Kooperationen mit Gastronomie (z.B. ein Flix-Teller mit Produkten von der Alp Flix) könnten die Nachfrage weiter steigern.

Langfristig braucht es eine enge Zusammenarbeit zwischen allen beteiligten Akteuren, um Vermarktung und Vermittlung besser zu verzahnen, etwa über eine regionale Arbeitsgruppe oder gemeinsame Kommunikationskampagnen.

10 Zentrale Erkenntnisse

Eine gezielte Besuchendenlenkung auf der Alp Flix kann sowohl zum Schutz der Natur- und Kulturlandschaft beitragen als auch den Konsum lokaler Produkte fördern, vorausgesetzt, sie wird in enger Abstimmung mit den lokalen Akteur:innen und den Bedürfnissen der Besuchenden entwickelt.

Drei zentrale Erkenntnisse lassen sich aus dieser Arbeit ableiten:

1. Sensibilisierung gelingt durch erlebnisorientierte Formate

Klassische Informationstafeln allein reichen Besuchenden nur begrenzt. Wirksamer sind interaktive, visuelle oder personalisierte Vermittlungsformen, die emotional ansprechen und gleichzeitig lenken.

Weiterführende Ansätze für die Alp Flix:

- Themenwege weiterentwickeln
- Leitsystem mit Verhaltenshinweisen («Flix-Knigge»)
- Digitale Angebote ergänzen
- Pilotprojekt mit Ranger:in oder Landschaftsvermittler:in

2. Regionale Produkte entfalten Potenzial im Kontext von Authentizität

Produkte aus der Region sind gefragt, wenn sie sichtbar, zugänglich und mit der Landschaftserfahrung verknüpft sind. Begegnungen mit den Produzent:innen oder thematische Angebote können diesen Bezug stärken.

Weiterführende Ansätze für die Alp Flix:

- Beschilderung und Sichtbarkeit verbessern
- Thematische Begleitung zu den Verkaufsstellen
- Kooperation mit Gastronomie ausbauen
- Stärkere emotionale Kommunikation lokaler Produkte

3. Kooperation und lokale Verankerung sind entscheidend für die Umsetzung

Die Wirksamkeit aller Massnahmen hängt stark von Zusammenarbeit, Kommunikation und Koordination zwischen dem Verein Parc Ela, Tourismus Val Surses, Produzent:innen und Naturschützenden ab. Ohne gemeinsame Verständnis droht Fragmentierung.

Weiterführende Ansätze für die Alp Flix:

- Übergeordnete Kommunikationsstrategie

Für die Praxis bietet sich an, gezielt mit Pilotprojekten zu arbeiten. Zum Beispiel ein temporärer Themenpfad mit Produktstationen, ein saisonaler Ranger-Einsatz mit Feedbacksystem oder eine digitale Mikro-Kampagne mit kreativer Produktinformation. Solche Testformate könnten gemeinsam mit dem Verein Parc Ela, dem Tourismus Val Surses, der Standortentwicklung der Gemeinde Surses und lokalen Betrieben entwickelt und evaluiert werden.

Die Arbeit zeigt schliesslich, dass nachhaltige Entwicklung nicht nur ein planerisches, sondern auch ein kulturelles Projekt ist, getragen von Beziehungen, Geschichten und der Bereitschaft, neue Formen des Miteinander zwischen Menschen, Landschaft und Produkten zu erproben.