

Social Media in den Schweizer Pärken

**Social Media Analysen und nachhaltige
Tourismusedwicklung in Grossschutzgebieten
in der Post-Covid Zeit**

Engelbert Ruoss & Anđela Šormaz

USI-Università della Svizzera italiana,
UNESCO Chair in ICT to develop and
promote sustainable tourism in World
Heritage sites & Innoreg SAGL

Lugano, 31. Mai 2022

Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Einleitung | 3 |
| 1.1 Ziele des Projekts | 3 |
| 1.2 Projektpartner | 3 |
| 2. Untersuchungen in den Schweizer Pärken | 4 |
| 2.1 Standardmethode | 4 |
| 2.2 Die Schweizer Pärke | 5 |
| 3. Resultate | 2 |
| 3.1 Nationalpark & UNESCO Biosphärenreservate | 4 |
| 3.1.1 Nationalpark & Biosphärenreservat Engiadina Val Müstair GR | 4 |
| 3.1.2 UNESCO Biosphäre Entlebuch LU | 5 |
| 3.2 Regionale Naturpärke | 6 |
| 3.2.1 Parc Jura vaudois VD | 6 |
| 3.2.2 Parc du Doubs JU/NE/BE | 8 |
| 3.2.3 Parc régional Chasseral BE/NE | 9 |
| 3.2.4 Jurapark Aargau AG/SO | 11 |
| 3.2.5 Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut VD/FR | 12 |
| 3.2.6 Naturpark Gantrisch BE/FR | 14 |
| 3.2.7 Naturpark Diemtigtal BE | 15 |
| 3.2.8 Naturpark Pfyn-Finges VS | 16 |
| 3.2.9 Landschaftspark Binntal VS | 17 |
| 3.2.10 Parco Val Calanca GR (Kandidat) | 18 |
| 3.2.11 Naturpark Beverin GR | 19 |
| 3.2.12 Parc Ela GR | 20 |
| 4. Beobachtungen | 21 |
| 5. Schlussfolgerungen | 21 |
| 5.1 Schweizer Nationalpark | 21 |
| 5.2 Bedeutung der SM in den Schweizer Pärken | 22 |
| 6 Way Forward | 23 |
| 6.1 Wiederholung der Analysen | 23 |
| 6.2 Weiterführende SM Aktivitäten | 23 |

1. Einleitung

Digitale Medien und AKT/ICTs (Informations- und Kommunikationstechnologien) verändern nicht nur die Art und Weise der menschlichen Interaktionen, sondern auch die Form wie Besucher und Bevölkerung Informationen sammeln, Reisen planen und buchen und ihre Erlebnisse teilen. Social Media (SM) revolutionieren die Interaktionen zwischen Akteuren in den Destinationen, der lokalen Bevölkerung, der Besuchenden, lokalen Unternehmen, und anderen involvierten privaten und öffentlichen, lokalen und regionalen Institutionen. Grossschutzgebiete Managements, verantwortlich für Besucherlenkung, Erhaltung der Natur- und Kulturgüter und der Landschaften, Marketing und Kommunikation, sind dabei speziell gefordert.

Landschaft, Natur und Kultur sind wesentliche touristische Ressourcen der Landschaftsräume und wichtige Elemente für das Leben der Einheimischen und für das Erlebnis der Besucher. Dies gilt insbesondere für Welterbegebiete, Biosphärenreservate und Pärke. Medien und SM, speziell auch «Influencer», können ungeahnte Trends auslösen und „Overtourismus“ bewirken. In Landschaftsräumen, die sensibel auf Touristenströme reagieren, können SM helfen, negative Auswirkungen auf die Landschaft sowie Natur- und Kulturwerte zu verhindern, indem Trends rechtzeitig erkannt und Besucherströme gelenkt werden.

Analysen der Präsenz von touristischen Spots, Attraktionen und Tourismus Business dient zum Monitoring der Destinationsentwicklung. Mit Hilfe von quantitativen und qualitativen Analysen der Präsenz von touristischen Spots auf SM Plattformen mit Inhalten von Besuchern generiert, kann die touristische Entwicklung beobachtet und gelenkt werden, was speziell in der Post-Covid Periode von Bedeutung ist. Mit einer Analyse in 2021 wurde ein „Zero-Monitoring“ gemacht, das erlaubt, die künftige Tourismusentwicklung nach der Pandemie zu verfolgen und dementsprechend ein Besuchermanagement zu etablieren. Der Tourismus in der Post-Covid Zeit wird sehr stark von den Social Media geprägt sein, eine Momentaufnahme ist daher für eine Langzeitbeobachtung und ein Besuchermanagement ideal.

1.1 Ziele des Projekts

- Evaluation SM der Präsenz von touristischen Spots in ausgewählten Pärken aufgrund von Analysen der von Besuchern und Tourismusorganisationen generierten Inhalte auf SM Plattformen (quantitativ und qualitativ).
- Beobachtung der touristischen Entwicklung in der Post Covid-19 Periode mittels SM: Zero Monitoring (2021) versus mittelfristige Entwicklung.
- Identifizierung von potentiellen Overtourismus und Undertourismus Spots innerhalb von Park-Regionen als Grundlage für Planung, Besuchermanagement und die Heritage Stewardship Destination Strategien.
- Erarbeiten einer Liste von Beobachtungen bezüglich der Präsenz von Spots der Pärke in den SM und Potential der effektiven Nutzung von SM Instrumenten.

1.2 Projektpartner

- Università della Svizzera italiana USI, UNESCO Chair “in ICT to develop and promote sustainable tourism in World Heritage Sites” & Innoreg Sagl, Morcote; Projektmanagement
- Forum Landschaft, Alpen, Pärke der Akademie der Naturwissenschaften Schweiz (SCNAT); Co-Finanzierung

2. Untersuchungen in den Schweizer Pärken

Folgende Untersuchungen wurden durchgeführt:

- Quantitative Analysen der Präsenz von Lokalitäten und Tourismus Spots in Pärken April 2021 bis März 2022.
- Erstellen von detaillierten Tabellen und Karten zwecks Interpretation der Resultate im Raum: Zero-Monitoring mit Statusbericht für jeden Park.
- Evaluation der Wahrnehmung (bspw. Reviews) der Gäste in den SM erlaubt:
 - die Besucherströme im Gebiet zu evaluieren, wo zu viel und wo zu wenig Besucher sind
 - wo das Tourismus Business oder WHS Management aktiv SM Kommunikation betreibt,
 - wo die Tourismusattraktionen (Natur-/Kulturobjekte) aktiv beworben werden,
- Massnahmen zu definieren, die eine bessere Verteilung, Limitierung oder Attraktivieren mit Hilfe der SM ermöglichen.

Die bisherigen Untersuchungen in UNESCO designierten Gebieten sind in einer Serie von Publikationen veröffentlicht. Download: <https://www.innoreg.ch/publikationen>

2.1 Standardmethode

Die Methodenentwicklung, Analysen und Visualisierung der Daten auf GIS Karten wurde von Anđela Šormaz realisiert (s. Anđela Šormaz 2020: Master Thesis USI International Tourism: Download <https://www.innoreg.ch/sm-and-icts-as-tools-for-visitor-fl>). Die Methode wurde seit den ersten Erhebungen im WH SAJA 2019 stetig verfeinert und erweitert.

- Auflisten der tourismusrelevanten Orte (oder wichtige Spots) in einem Gebiet. Den Parkverwaltungen wird die Liste zwecks Ergänzung und Korrektur vor der Analyse vorgelegt.
- Analysieren und Auswerten deren Präsenz in den Social Media: Instagram (Tourismusorganisationen & Gäste Posts) sowie TripAdvisor und Airbnb (nur Gäste Reviews).
- Wiederholung der Analysen je nach Bedürfnissen des jeweiligen Parks.

Die SM Daten wurden auf Instagram, TripAdvisor und Airbnb zwischen Mai 2021 und März 2022 auf der Basis der Liste von Tourismus relevanten Spots und Orten analysiert. Für die zusammenfassenden Tabellen und für die Visualisierung wurden für den jeweiligen Park spezifische Territorien definiert (z.B. Lokalitäten, Gemeinden). Die Detailanalysen sind in den spezifischen Statusberichten aufgelistet, die den Pärken individuell zugesandt wurden.

Die Daten der Analysen wurden synthetisiert (siehe Tabellen 1-15) und mit ArcGis visualisiert (Fig. 1-15). Die Karten wurden mit ArcGIS® software by Esri erstellt. ArcGIS® and ArcMap™ sind intellektuelles Eigentum von Esri und wurden unter Lizenz benutzt. Copyright © Esri: All rights reserved. Mehr Informationen über Esri® software auf www.esri.com

In diesem Bericht sind die Instagram Karten abgebildet, da die Analyse der Hashtags auf Instagram für die Besucherlenkung relevant ist, im Gegensatz zu den Reviews auf TripAdvisor und Airbnb.

2.2 Die Schweizer Pärke

Bei den Pärken wurden jeweils die Parkgemeinden berücksichtigt, auch wenn oft nur Teile einer Gemeinde innerhalb des Parks liegen.

Nationalpark

1 Schweizerischer Nationalpark GR (seit 1914)

Naturerlebnispark

2 Parc naturel du Jorat VD (seit 2021)*

3 Wildnispark Zürich Sihlwald ZH (seit 2010)*

Regionale Naturparks

4 Parc Jura vaudois VD (seit 2013)

5 Parc du Doubs JU/NE/BE (seit 2013)

6 Parc régional Chasseral BE/NE (seit 2012)

7 Naturpark Thal SO (seit 2010)*

8 Jurapark Aargau AG/SO (seit 2012)

9 Regionaler Naturpark Schaffhausen SH, CH/D (seit 2018)*

10 Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut VD/FR (seit 2012)

11 Naturpark Gantrisch BE/FR (seit 2012)

12 Naturpark Diemtigtal BE (seit 2012)

13 UNESCO Biosphäre Entlebuch LU (seit 2008)

14 Parc naturel régional de la Vallée du Trient VS (Kandidat)*

15 Naturpark Pfyn-Finges VS (seit 2013)

16 Landschaftspark Binntal VS (seit 2012)

17 Parco Val Calanca GR (Kandidat)

18 Naturpark Beverin GR (seit 2013)

19 Parc Ela GR (seit 2012)

20 Biosfera Val Müstair GR (seit 2011)

Quelle: Swiss Parks 2021: https://www.parks.swiss/de/die_schweizer_paerke/

Von den 20 Pärken (incl. Kandidaten) wurden insgesamt 15 zwischen April 2021 und März 2022 untersucht. Die Auswahl basierte auf der Tourismusrelevanz der Pärke. Aus diesem Grunde wurden die Naturerlebnispärke sowie kleinere Regionale Naturparks mit einem dominierenden Tagestourismus nicht berücksichtigt.

* Pärke nicht analysiert

3. Resultate

Bei den Analysen handelt es sich um eine Momentaufnahme. Sie zeigen das Engagement der Besucher auf den Social Media Plattformen Instagram, TripAdvisor und Airbnb (Posts und Reviews). Die Gründe für die Unterschiede sind vielfältig: Tourismusgeschichte, Marketingaktivitäten von Tourismusorganisationen, Medienpräsenz, Herkunft und Charakteristik der Reisenden, SM Aktivitäten seitens Gastgewerbe, Attraktivität des Clusters von Natur- und Kulturgütern. Diese Faktoren beeinflussen die SM Präsenz und tragen dazu bei, Trends zu erkennen, Besucherströme innerhalb der Destinationen zu lenken, aber auch wenig besuchte Gebiete zu fördern.

Die Ergebnisse der Social Media Analyse – insbesondere Instagram – zeigen, dass die Gesamtzahl der Posts mit der Attraktivität und Besonderheit einer Kulturstätte oder eines Kulturerbes korreliert – d. h. je attraktiver und einzigartiger die Stätte oder ein Ort innerhalb des Gebiets ist, desto mehr Beiträge werden von Besuchern generiert. Dies ist jedoch nicht der Fall bei Posts von Tourismusorganisationen und Parkverwaltungen, deren allgemeines Engagement bei der Kommunikation der Bedeutung, Besonderheit und Werte von Parks über soziale Medien eher bescheiden ist (ausgenommen Nationalpark).

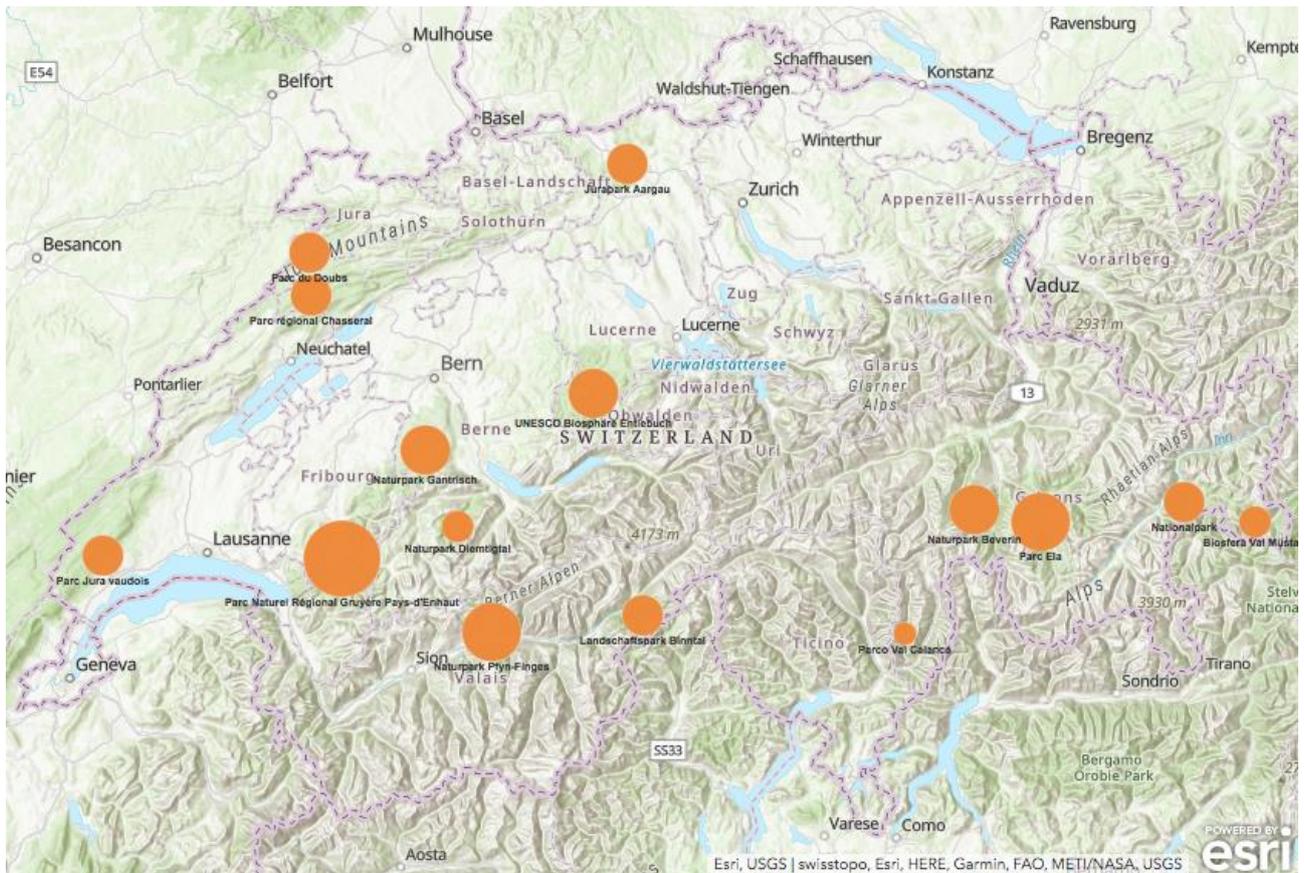


Fig. 1: Präsenz der analysierten Pärke der Schweiz auf Instagram. Analyse Periode: April 2021 – März 2022; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

Die Tabelle 1 und die Grafiken der Instagram Daten zeigen die Ergebnisse der Erhebungen bis März 2022. Tabelle 1 fasst die Resultate der Analysen auf allen Social Media Plattformen zusammen.

| Park | Instagram | | TripAdvisor | | | Airbnb | | |
|---|-------------------|------------------|-------------|--------------|----------------|-----------------|---------------|---------------------|
| | Total number | | | | | | | |
| | Analyzed hashtags | Posts | Attractions | Business | Reviews | Lodging rentals | Reviews | Reviews per lodging |
| Naturpark Beverin | 130 | 101.638 | 16 | 67 | 2.341 | 64 | 2.194 | 34 |
| Landschaftspark Binntal | 74 | 52.329 | 7 | 29 | 991 | 83 | 1.012 | 12 |
| Parc régional Chasseral | 79 | 93.174 | 32 | 101 | 3.908 | 62 | 2.064 | 33 |
| Naturpark Diemtigtal | 41 | 33.117 | 9 | 25 | 1.005 | 75 | 2.431 | 32 |
| Parc du Doubs | 108 | 80.987 | 73 | 205 | 9.211 | 143 | 2.719 | 19 |
| Parc Ela | 208 | 282.189 | 31 | 199 | 10.815 | 476 | 4.712 | 10 |
| UNESCO Biosphäre Entlebuch | 269 | 112.894 | 3 | 47 | 875 | 53 | 1.662 | 31 |
| Naturpark Gantrisch | 136 | 144.279 | 21 | 77 | 1.777 | 73 | 3.227 | 44 |
| Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut | 120 | 922.161 | 13 | 356 | 58.141 | 869 | 14.880 | 17 |
| Jurapark Aargau | 52 | 65.662 | 19 | 80 | 987 | 60 | 1.180 | 20 |
| Parc Jura vaudois | 79 | 79.775 | 33 | 128 | 5.687 | 99 | 2.735 | 28 |
| Naturpark Pfyn-Finges | 254 | 367.643 | 66 | 277 | 24.920 | 647 | 8.940 | 14 |
| Nationalpark | 107 | 62.064 | 22 | 97 | 5.776 | 313 | 5.769 | 18 |
| Parco Val Calanca | 71 | 9.389 | 11 | 23 | 493 | 28 | 467 | 17 |
| Biosfera Val Müstair | 105 | 39.497 | 10 | 31 | 1.058 | 55 | 1.095 | 20 |
| Total Pärke | 1.833 | 2.446.798 | 366 | 1.742 | 127.985 | 3.100 | 55.087 | 18 |

Tab. 1: Präsenz der Schweizer Pärke in Social Media 2021.

3.1 Nationalpark & UNESCO Biosphärenreservate

3.1.1 Nationalpark & Biosphärenreservat Engiadina Val Müstair GR

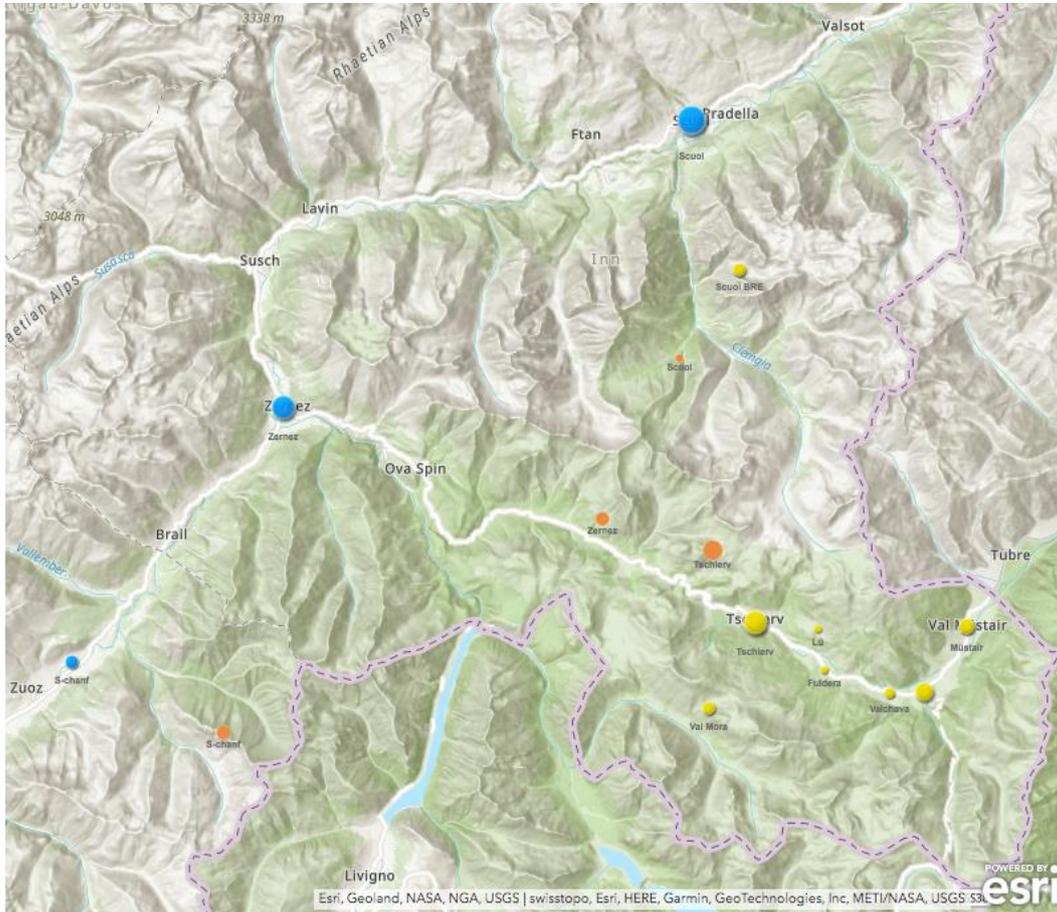


Fig. 2: Präsenz der Lokalitäten im Schweizerischer Nationalpark und Biosphärenreservat Engiadina Val Müstair auf Instagram (Analyse Periode: 1.7.2021 Nationalpark und 8.-10.6.2021 Val Müstair; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|---------------------|-----------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | | | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | Posts | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| | 1.7.2021 | 30.9.2021 | | | | | | | | |
| Sculo (outside) | 35023 | 38158 | | | | | | | | |
| Sculo (BRE) | 1982 | 2103 | 14 | 63 | 473 | 3677 | 281 | 102 | 4513 | 16 |
| Sculo (inside NP) | 388 | 419 | | | | | | | | |
| Zernez (outside) | 19004 | 19441 | | | | | | | | |
| Zernez (inside NP) | 1968 | 2149 | 7 | 25 | 33 | 1353 | 24 | 1 | 997 | 42 |
| S-chanf (outside) | 2204 | 2377 | | | | | | | | |
| S-chanf (inside NP) | 1495 | 1522 | 1 | 9 | 0 | 240 | 8 | 1 | 259 | 32 |

Tab. 2: Resultate der Analysen des Nationalparks (Analyse Periode: 1.7.2021 und 30.9.2021 Instagram; 10.-13.3.2022 TripAdvisor und Airbnb).

3.1.2 UNESCO Biosphäre Entlebuch LU

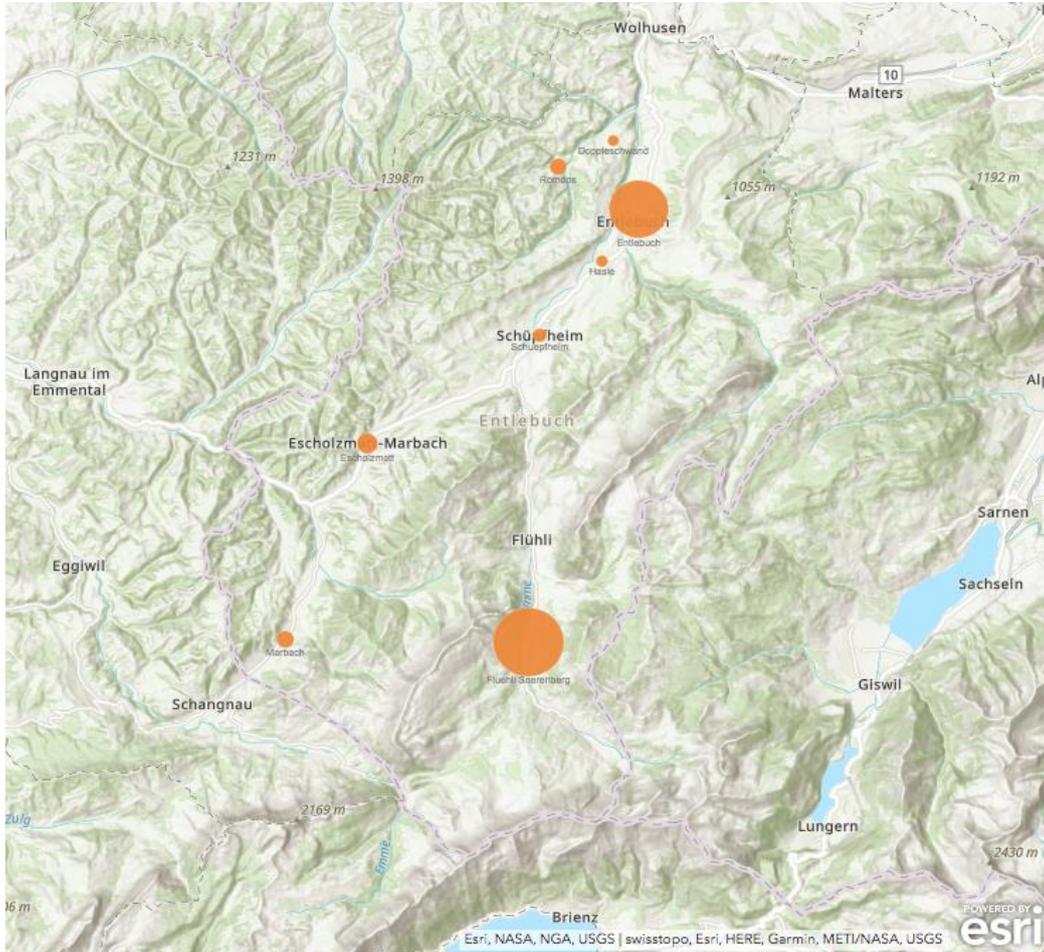


Fig.3: Präsenz der Lokalitäten in der UNESCO Biosphäre Entlebuch auf Instagram. Der Punkt Entlebuch umfasst Ort, Gemeinde, Region (Analyse Periode: 3.-9.9.2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2020 Esri and its licensors).

| ocalities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|------------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Flühli Sörenberg | 49798 | 1 | 16 | 19 | 421 | 21 | 2 | 471 | 22 |
| Entlebuch | 40430 | 0 | 11 | 0 | 126 | 2 | 0 | 186 | 93 |
| Escholzmatt | 8344 | 0 | 2 | 0 | 145 | 9 | 0 | 316 | 35 |
| Romoos | 5097 | 1 | 4 | 1 | 21 | 3 | 0 | 364 | 121 |
| Marbach | 5429 | 1 | 5 | 7 | 46 | 6 | 2 | 115 | 19 |
| Schöpfheim | 2467 | 0 | 4 | 0 | 42 | 6 | 0 | 210 | 35 |
| Hasle | 967 | 0 | 4 | 0 | 47 | 5 | 5 | 0 | 0 |
| Doppleschwand | 362 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |

Tab. 3: Resultate der Analysen der UNESCO Biosphäre Entlebuch auf Social Media (Analyse Periode: 3.-9.9.2021).

3.2 Regionale Naturpärke

3.2.1 Parc Jura vaudois VD

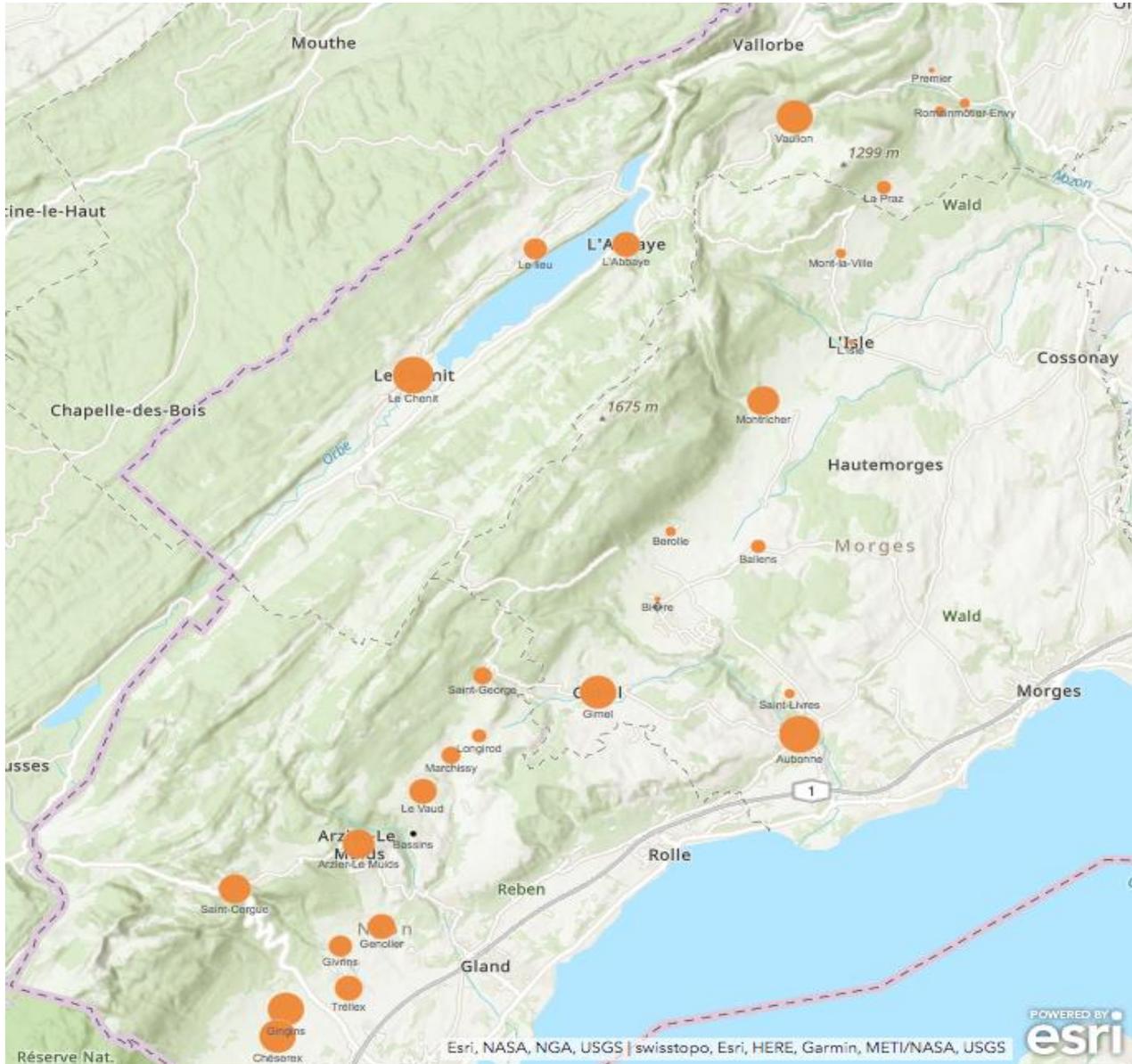


Fig. 4: Präsenz der Lokalitäten im Parc Naturel Régional Jura vaudois auf Instagram (Analyse Periode: 22.-25.10.2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Le Chenit | 15316 | 7 | 23 | 94 | 695 | 13 | 1 | 265 | 20 |
| Aubonne | 13800 | 5 | 12 | 344 | 504 | 11 | 2 | 203 | 18 |
| Chésérèx | 7207 | 0 | 3 | 0 | 225 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------|------|---|----|-----|-----|----|---|-----|-----|
| Vaulion | 6148 | 1 | 2 | 38 | 114 | 1 | 0 | 103 | 103 |
| Gimel | 5246 | 0 | 4 | 0 | 89 | 3 | 1 | 75 | 25 |
| Gingins | 5066 | 1 | 5 | 5 | 294 | 2 | 1 | 39 | 20 |
| Saint-Cergue | 4513 | 1 | 11 | 3 | 604 | 24 | 5 | 772 | 32 |
| Arzier-Le Muids | 3515 | 0 | 8 | 0 | 107 | 6 | 4 | 80 | 13 |
| Montricher | 3470 | 1 | 4 | 4 | 101 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mollens | 2959 | 0 | 2 | 0 | 80 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Genolier | 2250 | 0 | 5 | 0 | 148 | 3 | 1 | 52 | 17 |
| Le Vaud | 1706 | 3 | 1 | 258 | 5 | 3 | 1 | 44 | 15 |
| L'Abbaye | 1557 | 4 | 9 | 7 | 708 | 6 | 1 | 206 | 34 |
| Trélex | 1542 | 1 | 3 | 9 | 45 | 1 | 0 | 37 | 37 |
| Le lieu | 1096 | 2 | 3 | 5 | 225 | 11 | 1 | 272 | 25 |
| Givrins | 1082 | 0 | 2 | 0 | 48 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Saint-George | 686 | 2 | 2 | 12 | 57 | 3 | 1 | 153 | 51 |
| Marchissy | 526 | 0 | 2 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ballens | 494 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| La Praz | 372 | 0 | 1 | 0 | 57 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Longirod | 339 | 0 | 1 | 0 | 7 | 2 | 0 | 38 | 19 |
| Berolle | 188 | 0 | 1 | 0 | 75 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mont-la-Ville | 182 | 0 | 3 | 0 | 98 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Juriens | 161 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Saint-Livres | 144 | 0 | 2 | 0 | 134 | 4 | 4 | 0 | 0 |
| Romainmôtier- Envy | 134 | 2 | 7 | 62 | 164 | 3 | 0 | 257 | 86 |
| L'Isle | 72 | 0 | 3 | 0 | 145 | 1 | 0 | 86 | 86 |
| Bière | 3 | 0 | 6 | 0 | 49 | 1 | 0 | 53 | 53 |
| Premier | 1 | 0 | 1 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bassins | 0 | 3 | 1 | 41 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Tab. 4: Risultate der Analysen des Parc Naturel Régional Jura vaudois auf Social Media (Analyse Periode: 22.-27.10.2021).

3.2.2 Parc du Doubs JU/NE/BE

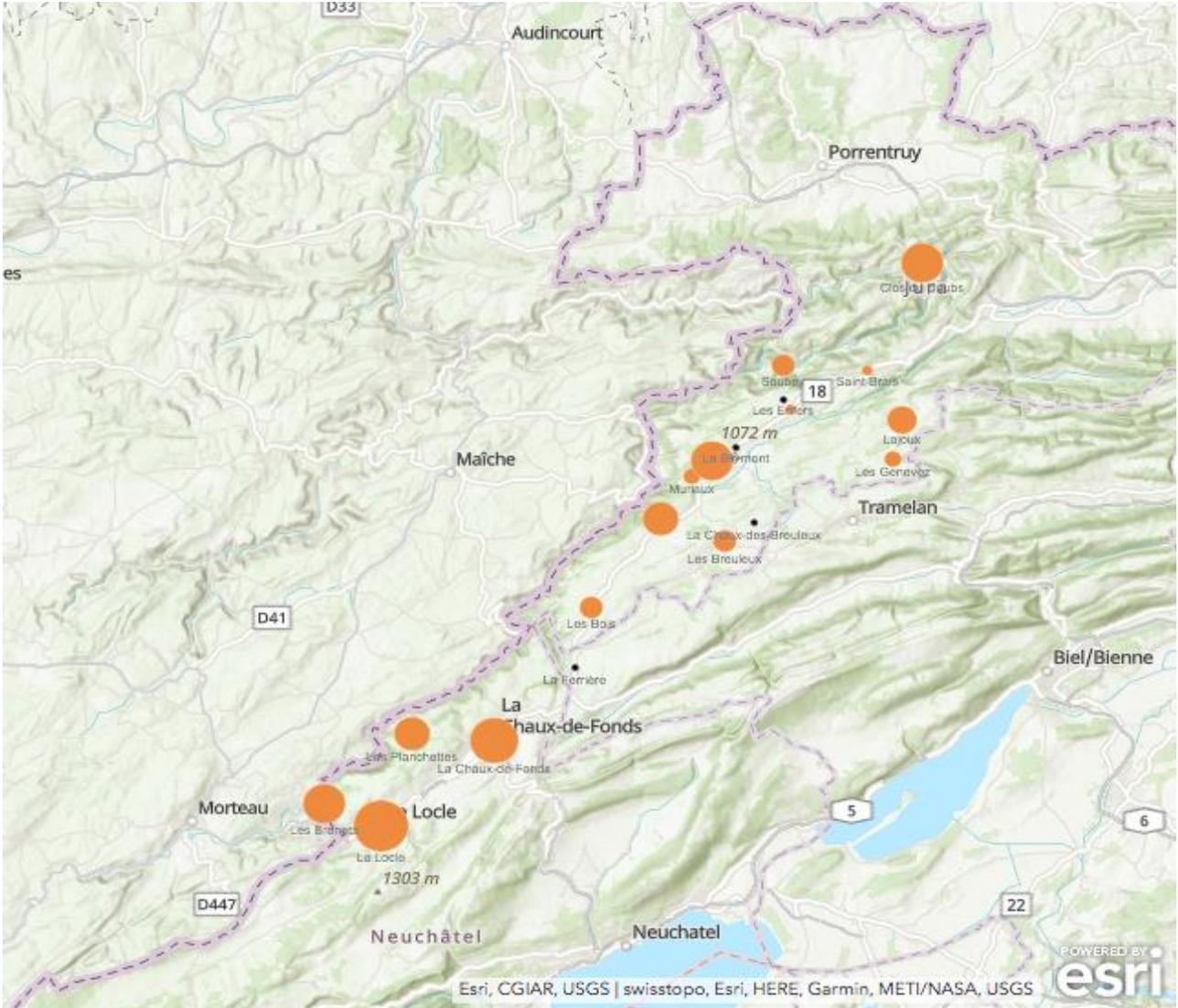


Fig. 5: Präsenz der Lokalitäten im Parc du Doubs auf Instagram (Analyse Periode: 5. - 11. Oktober 2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|-------------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Le Locle | 27052 | 3 | 24 | 176 | 766 | 12 | 3 | 210 | 18 |
| La Chaux-de-Fonds | 16486 | 20 | 76 | 673 | 4024 | 43 | 13 | 785 | 18 |
| Les Brenets | 10147 | 2 | 7 | 323 | 299 | 3 | 1 | 49 | 16 |
| Saignelégier | 9922 | 8 | 17 | 187 | 587 | 5 | 1 | 69 | 14 |
| Clos du Doubs | 8793 | 18 | 19 | 203 | 461 | 27 | 6 | 456 | 17 |
| Le Noirmont | 3062 | 4 | 16 | 23 | 653 | 2 | 0 | 49 | 25 |
| Les Planchettes | 1630 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | |
|----------------------|-----|---|----|----|-----|----|----|-----|-----|
| Lajoux | 839 | 2 | 2 | 1 | 2 | 5 | 0 | 116 | 23 |
| Les Bois | 627 | 3 | 11 | 22 | 241 | 3 | 1 | 68 | 23 |
| Les Breuleux | 607 | 4 | 5 | 24 | 50 | 5 | 3 | 91 | 18 |
| Soubey | 541 | 1 | 3 | 1 | 36 | 4 | 0 | 58 | 15 |
| Muriaux | 375 | 2 | 3 | 10 | 54 | 14 | 10 | 199 | 14 |
| Les Genevez | 350 | 1 | 1 | 3 | 9 | 6 | 3 | 88 | 15 |
| Saint-Brais | 240 | 0 | 2 | 0 | 31 | 1 | 0 | 149 | 149 |
| Montfaucon | 215 | 2 | 10 | 5 | 191 | 5 | 1 | 182 | 36 |
| Le Bémont | 67 | 2 | 1 | 4 | 8 | 3 | 0 | 88 | 29 |
| Les Enfers | 33 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 19 | 10 |
| La Chau-des-Breuleux | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 35 | 18 |
| La Ferrière | 0 | 1 | 6 | 0 | 140 | 1 | 0 | 8 | 8 |

Tab. 5: Resultate der Analysen des Parc du Doubs (Analyse Periode: 5.-22.10.2021).

3.2.3 Parc régional Chasseral BE/NE

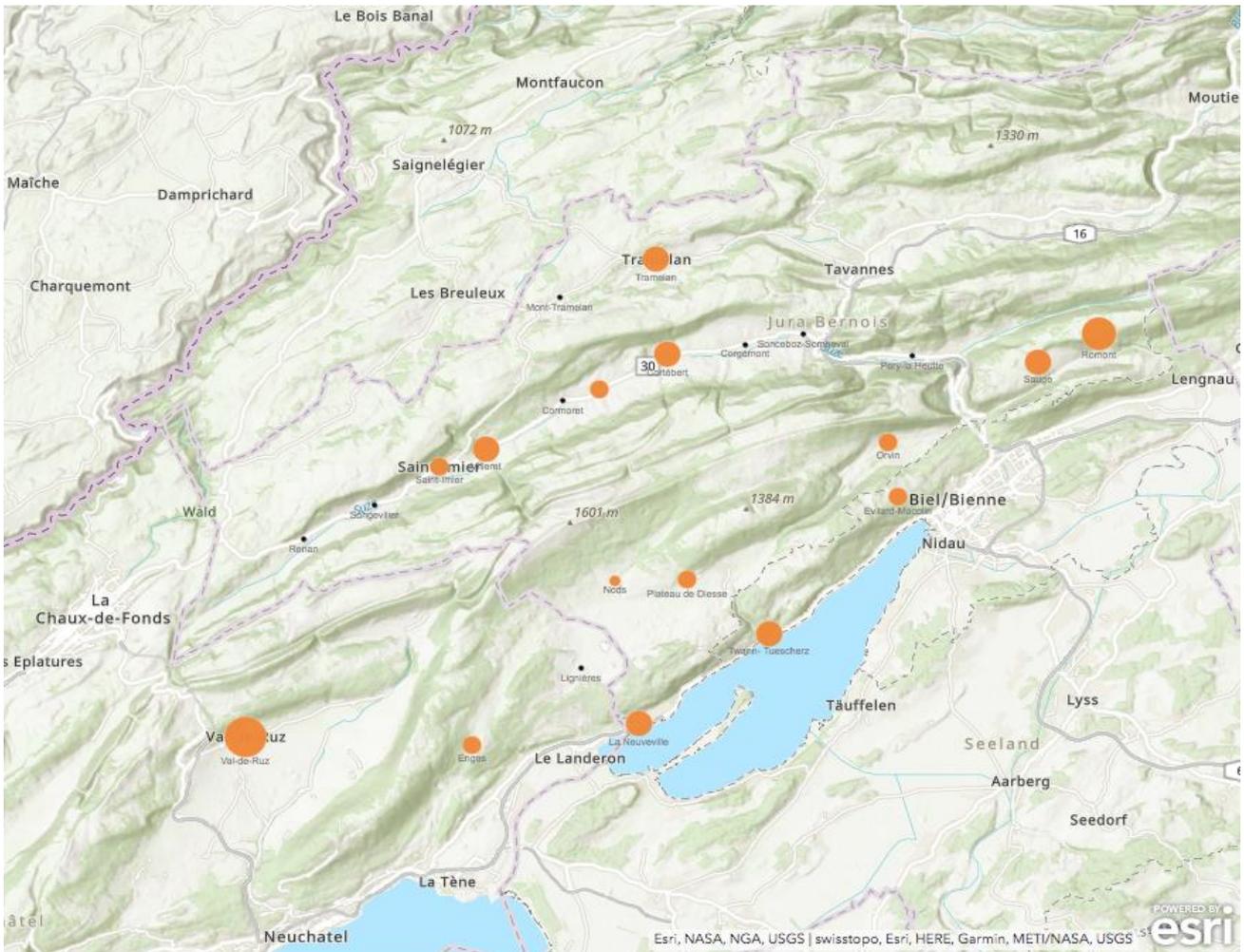


Fig. 6: Präsenz der Lokalitäten im Parc Régional Chasseral auf Instagram (Analyse Periode: 10.-13.9.2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|-------------------|--------------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Total number | | | | | | | | |
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Val-de-Ruz | 22430 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Romont | 12564 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| La Neuveville | 8147 | 8 | 19 | 11 | 858 | 12 | 2 | 314 | 26 |
| Sauge | 8034 | 0 | 3 | 0 | 29 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cortébert | 6980 | 1 | 5 | 7 | 34 | 3 | 1 | 38 | 13 |
| Twann-Tuescherz | 6675 | 4 | 9 | 77 | 370 | 4 | 2 | 61 | 15 |
| Villeret | 5799 | 1 | 2 | 8 | 74 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tramelan | 5174 | 1 | 9 | 0 | 145 | 3 | 1 | 61 | 20 |
| Evilard-Macolin | 4408 | 1 | 2 | 2 | 72 | 10 | 1 | 265 | 27 |
| Plateau de Diesse | 3448 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 2 | 228 | 57 |
| Saint-Imier | 3017 | 8 | 17 | 48 | 408 | 7 | 0 | 133 | 19 |
| Orvin | 1688 | 1 | 2 | 0 | 71 | 3 | 1 | 413 | 138 |
| Enges | 1605 | 0 | 3 | 0 | 105 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Courtelay | 1097 | 2 | 3 | 143 | 46 | 2 | 1 | 6 | 3 |
| Nods | 635 | 1 | 4 | 0 | 106 | 3 | 1 | 49 | 16 |
| Corgémont | 458 | 1 | 1 | 0 | 11 | 2 | 0 | 71 | 36 |
| Cormoret | 304 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sonceboz-Sombeval | 280 | 0 | 8 | 0 | 227 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Lignières | 218 | 0 | 1 | 0 | 111 | 1 | 0 | 46 | 46 |
| Péry-la Heutte | 188 | 1 | 6 | 1 | 768 | 4 | 0 | 157 | 39 |
| Mont-Tramelan | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 70 | 70 |
| Songévilier | 0 | 1 | 4 | 23 | 130 | 2 | 0 | 120 | 60 |
| Renan | 0 | 1 | 3 | 0 | 23 | 1 | 0 | 32 | 32 |

Tab. 6: Resultate der Analysen des Parc Régional Chasseral (Analyse Periode: 10.-13.9.2021).

3.2.4 Jurapark Aargau AG/SO

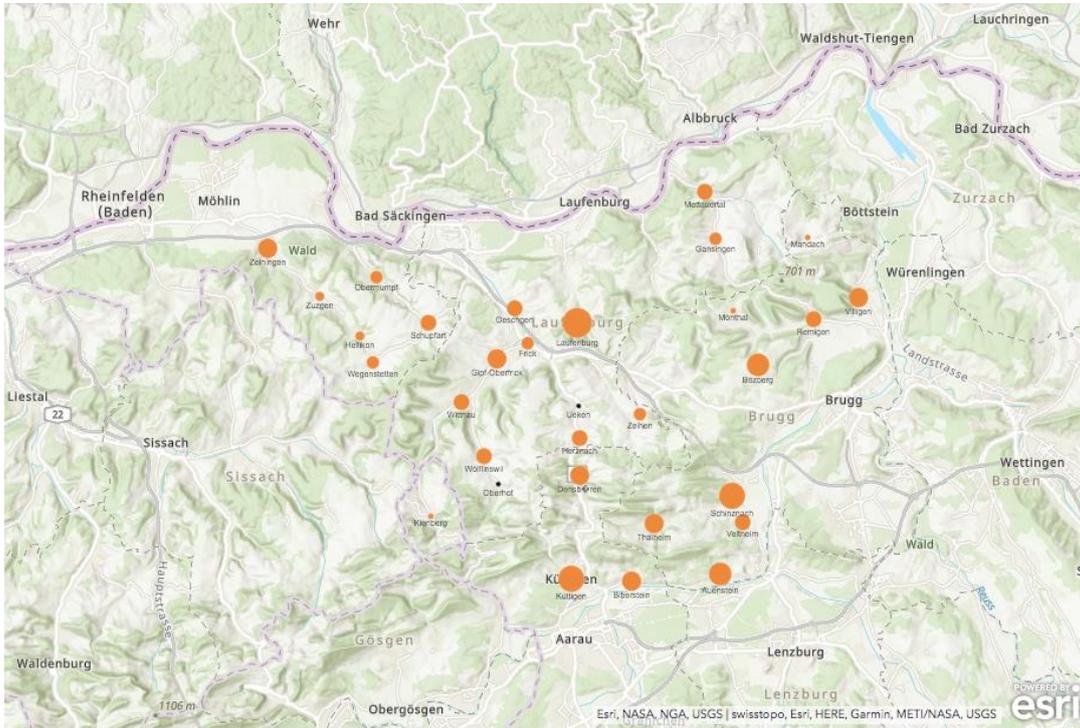


Fig. 7: Präsenz der Lokalitäten im Jurapark Aargau auf Instagram (Analyse Periode: 23.-30. September 2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|----------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Laufenburg | 13579 | 6 | 6 | 20 | 27 | 4 | 0 | 91 | 23 |
| Schinznach | 8211 | 2 | 4 | 24 | 139 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Küttingen | 5860 | 1 | 6 | 0 | 17 | 5 | 2 | 150 | 30 |
| Auenstein | 4313 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bözberg | 3514 | 0 | 2 | 0 | 32 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bözthal | 3046 | 1 | 8 | 0 | 26 | 3 | 1 | 20 | 7 |
| Gipf-Oberfrick | 2623 | 0 | 4 | 0 | 17 | 6 | 2 | 224 | 37 |
| Thalheim | 2488 | 1 | 2 | 0 | 15 | 1 | 0 | 8 | 8 |
| Densbüren | 2404 | 0 | 1 | 0 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Biberstein | 2256 | 2 | 3 | 13 | 72 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Villigen | 2103 | 1 | 4 | 5 | 25 | 11 | 0 | 181 | 16 |
| Zeiningen | 1912 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Remigen | 1351 | 0 | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Wittnau | 1321 | 0 | 1 | 0 | 14 | 2 | 1 | 80 | 40 |
| Schupfart | 1223 | 0 | 2 | 0 | 46 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Wölflinswil | 1151 | 0 | 2 | 0 | 33 | 2 | 0 | 13 | 7 |

| | | | | | | | | | |
|--------------|------|---|----|----|-----|---|---|-----|----|
| Veltheim | 1062 | 0 | 3 | 0 | 54 | 2 | 1 | 49 | 25 |
| Herznach | 1000 | 1 | 1 | 1 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mettauertal | 986 | 0 | 1 | 0 | 19 | 2 | 0 | 110 | 55 |
| Oeschgen | 871 | 0 | 1 | 0 | 66 | 2 | 0 | 50 | 25 |
| Zeihen | 632 | 0 | 4 | 0 | 23 | 4 | 2 | 26 | 7 |
| Obermumpf | 609 | 0 | 2 | 0 | 7 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| Frick | 542 | 2 | 14 | 11 | 165 | 6 | 1 | 113 | 19 |
| Gansingen | 507 | 1 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Wegenstetten | 502 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 24 | 12 |
| Hellikon | 443 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Zuzgen | 405 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 | 4 |
| Mandach | 279 | 0 | 2 | 0 | 13 | 2 | 0 | 8 | 4 |
| Mönthal | 262 | 0 | 3 | 0 | 43 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kienberg | 207 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 29 | 15 |
| Oberhof | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ueken | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Tab. 7: Resultate der Analysen des Jurapark Aargau (Analyse Periode: 23.-30.9.2021 Instagram; 10.-15.1.2022 TripAdvisor and Airbnb).

3.2.5 Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut VD/FR

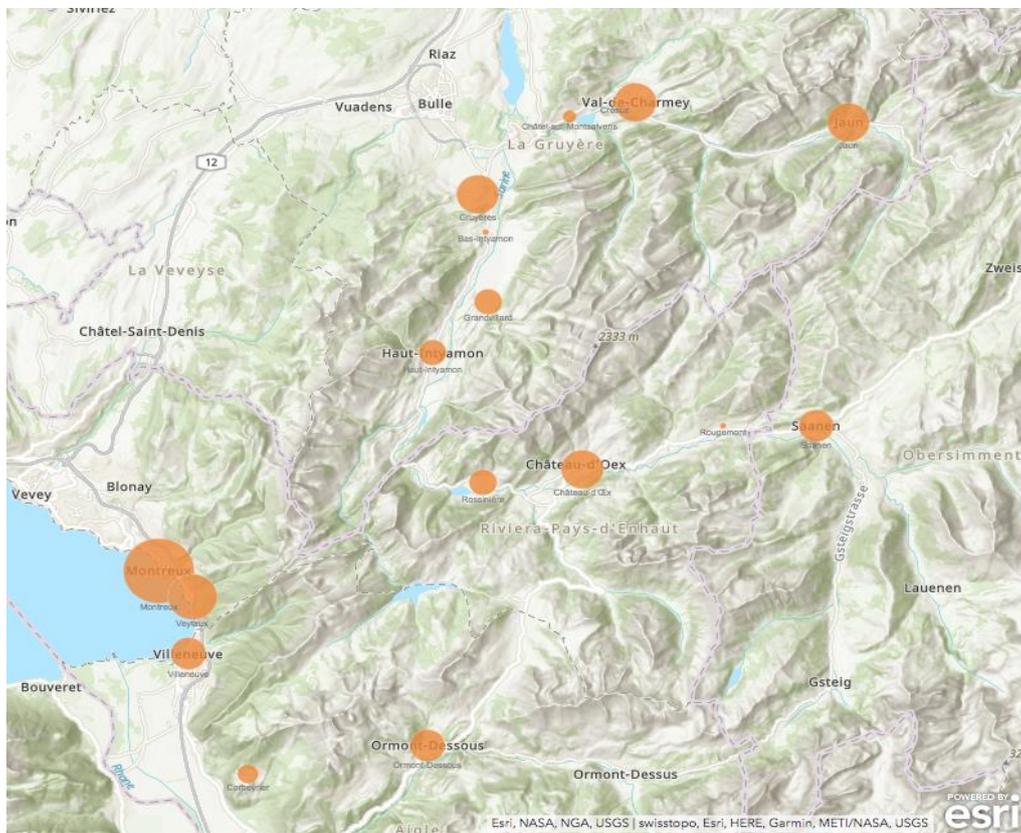


Fig. 8: Präsenz der Lokalitäten im Regionalen Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut auf Instagram (Analyse Periode: 28.9.-3.10.2021; Visualisierung: Šormaz A.; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|------------------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Montreux | 706863 | 34 | 112 | 6572 | 22818 | 239 | 74 | 5437 | 23 |
| Veytaux | 53033 | 5 | 7 | 4092 | 503 | 15 | 5 | 315 | 21 |
| Gruyères | 29124 | 12 | 31 | 3370 | 5041 | 34 | 14 | 691 | 20 |
| Jaun | 24295 | 1 | 1 | 3 | 4 | 15 | 1 | 451 | 30 |
| Château-d'Œx | 23652 | 14 | 34 | 94 | 872 | 96 | 36 | 2033 | 21 |
| Val-de-Charmey | 20849 | 6 | 19 | 429 | 1548 | 27 | 4 | 1059 | 39 |
| Saanen | 16292 | 26 | 82 | 292 | 9298 | 281 | 203 | 1409 | 5 |
| Ormont-Dessous | 15496 | 2 | 9 | 3 | 636 | 27 | 10 | 395 | 15 |
| Villeneuve | 13747 | 6 | 23 | 16 | 1203 | 15 | 4 | 657 | 44 |
| Rossinière | 5743 | 2 | 9 | 15 | 148 | 24 | 10 | 496 | 21 |
| Haut-Intyamon | 4418 | 2 | 11 | 5 | 214 | 26 | 8 | 957 | 37 |
| Grandvillard | 3948 | 0 | 3 | 0 | 69 | 2 | 0 | 78 | 39 |
| Corbeyrier | 2240 | 1 | 2 | 3 | 52 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| Châtel-sur-Montsalvens | 921 | 0 | 1 | 0 | 104 | 2 | 0 | 34 | 17 |
| Crésuz | 638 | 0 | 2 | 0 | 28 | 6 | 0 | 253 | 42 |
| Bas-Intyamon | 482 | 0 | 1 | 0 | 79 | 4 | 2 | 51 | 13 |
| Rougemont | 420 | 2 | 9 | 11 | 619 | 54 | 25 | 560 | 10 |

Tab. 8: Resultate der Analysen des Regionalen Naturparks Gruyère Pays-d'Enhaut (Analyse Periode: 28.9.-3.10.2021).

3.2.6 Naturpark Gantrisch BE/FR

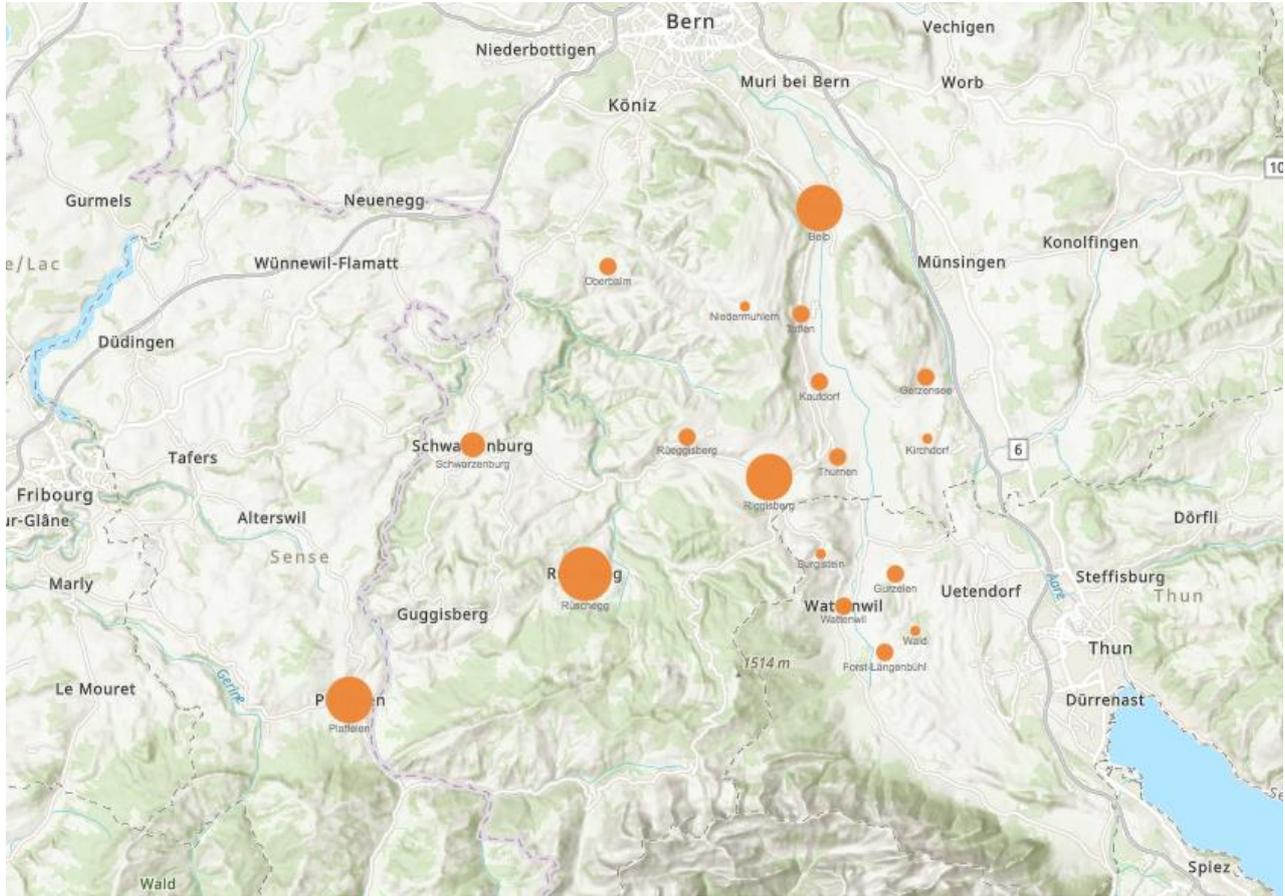


Fig. 9: Präsenz der Lokalitäten im Naturpark Gantrisch auf Instagram (Analyse Periode: 12.-17.8.2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|---------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Rüscheegg | 30754 | 3 | 7 | 19 | 44 | 9 | 0 | 807 | 90 |
| Belp | 27041 | 5 | 19 | 19 | 542 | 5 | 1 | 118 | 24 |
| Riggisberg | 24975 | 1 | 4 | 11 | 27 | 4 | 0 | 182 | 46 |
| Plaffeien | 24135 | 2 | 13 | 122 | 553 | 11 | 1 | 489 | 44 |
| Schwarzenburg | 7506 | 4 | 6 | 10 | 52 | 15 | 4 | 279 | 19 |
| Kaufdorf | 4667 | 0 | 3 | 0 | 12 | 2 | 0 | 32 | 16 |
| Wattenwil | 3981 | 1 | 4 | 0 | 4 | 5 | 0 | 150 | 30 |
| Rüeggisberg | 3926 | 2 | 4 | 2 | 98 | 7 | 0 | 318 | 45 |
| Oberbalm | 3691 | 0 | 1 | 0 | 19 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gerzensee | 3477 | 0 | 2 | 0 | 43 | 1 | 0 | 3 | 3 |
| Toffen | 3189 | 2 | 5 | 30 | 44 | 4 | 0 | 299 | 75 |
| Thurnen | 2227 | 0 | 2 | 0 | 10 | 1 | 0 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | |
|------------------|------|---|---|---|----|---|---|-----|-----|
| Forst-Längenbühl | 1506 | 0 | 2 | 0 | 20 | 4 | 0 | 160 | 40 |
| Gurzelen | 1465 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Burgistein | 994 | 1 | 1 | 0 | 23 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kirchdorf | 274 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Wald | 270 | 0 | 2 | 0 | 39 | 1 | 0 | 174 | 174 |
| Niedermuhlern | 201 | 0 | 1 | 0 | 34 | 4 | 0 | 212 | 53 |

Tab. 9: Resultate der Analysen des Naturparks Gantrisch (Analyse Periode: 12.-17.8.2021).

3.2.7 Naturpark Diemtigtal BE

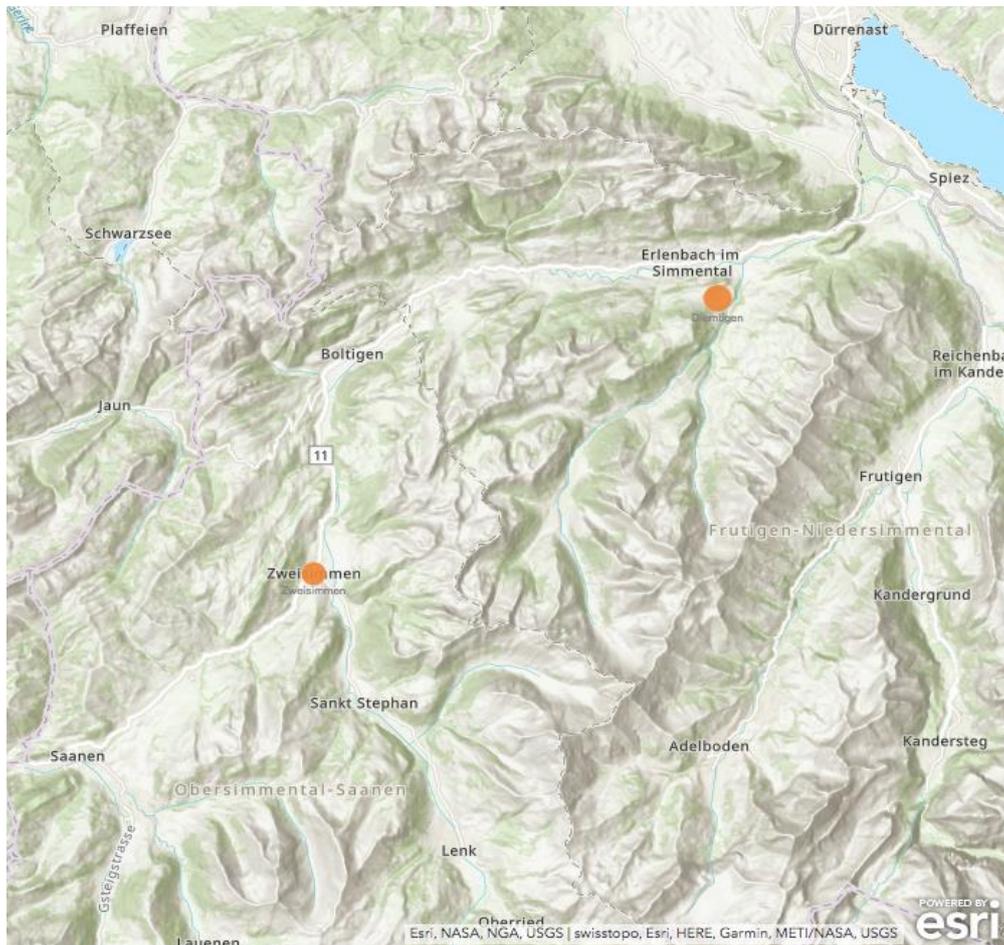


Fig. 10: Präsenz der Lokalitäten im Naturpark Diemtigtal auf Instagram (Analyse Periode: 15.-17.7.2021; Visualisierung: Šormaz A.; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Diemtigen | 17673 | 3 | 14 | 5 | 108 | 39 | 11 | 1497 | 38 |
| Zweisimmen | 15444 | 6 | 11 | 31 | 861 | 36 | 5 | 934 | 26 |

Tab. 10: Resultate der Analysen des Naturpark Diemtigtal (Analyse Periode: 15.-17.7.2021).

3.2.8 Naturpark Pfyn-Finges VS

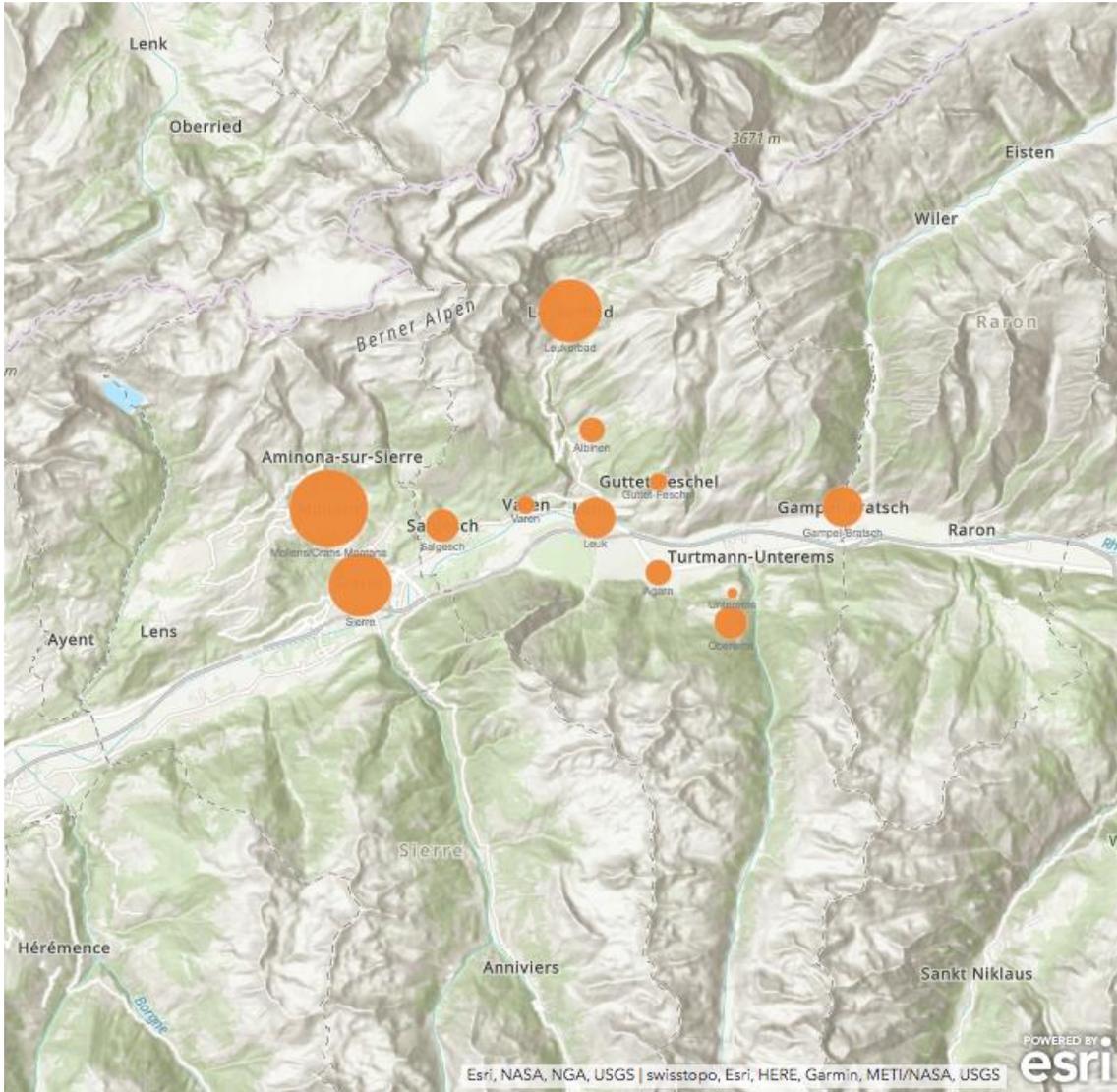


Fig. 11: Präsenz der Lokalitäten im Naturpark Pfinnon auf Instagram (Analyse Periode: 25.-30.6.2021; Visualisierung: Šormaz A.; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|-----------------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Mollens/Crans Montana | 180974 | 25 | 103 | 690 | 9393 | 329 | 138 | 3796 | 12 |
| Leukerbad | 72841 | 12 | 76 | 1734 | 9021 | 219 | 117 | 2206 | 10 |
| Sierre | 64414 | 12 | 49 | 204 | 2845 | 38 | 15 | 1399 | 37 |
| Leuk | 16438 | 6 | 19 | 19 | 282 | 16 | 1 | 670 | 42 |
| Gampel-Bratsch | 12542 | 2 | 4 | 2 | 15 | 7 | 2 | 186 | 27 |
| Obererems | 5985 | 1 | 4 | 0 | 131 | 2 | 1 | 12 | 6 |

| | | | | | | | | | |
|----------------|------|---|---|----|-----|----|---|-----|----|
| Salgesch | 5892 | 7 | 9 | 69 | 262 | 14 | 3 | 163 | 12 |
| Albinen | 3115 | 1 | 4 | 0 | 184 | 11 | 3 | 237 | 22 |
| Agarn | 2066 | 0 | 1 | 0 | 14 | 2 | 0 | 11 | 6 |
| Varen | 1853 | 0 | 5 | 0 | 41 | 4 | 1 | 76 | 19 |
| Guttet-Feschel | 1419 | 0 | 3 | 0 | 14 | 5 | 1 | 184 | 37 |
| Unterems | 104 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Tab. 11: Resultate der Analysen des Naturpark Pfyn-Finges (Analyse Periode: 25.-30.6.2021).

3.2.9 Landschaftspark Binntal VS



Fig. 12: Präsenz der Lokalitäten im Landschaftspark Binntal auf Instagram (Analyse Periode: 25.-30.6.2021; Visualisierung: Šormaz A.; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Grengiols | 27310 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 1 | 297 | 25 |
| Binn | 10881 | 4 | 7 | 12 | 232 | 8 | 4 | 44 | 6 |
| Blitzingen | 8424 | 1 | 4 | 0 | 296 | 3 | 0 | 57 | 19 |
| Ernen | 5366 | 2 | 16 | 127 | 302 | 55 | 28 | 554 | 10 |
| Niederwald | 196 | 0 | 2 | 0 | 22 | 3 | 0 | 57 | 19 |
| Bister | 152 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 2 |

Tab. 12: Resultate der Analysen des Landschaftspark Binntal (Analyse Periode: 25.-30.6.2021).

3.2.10 Parco Val Calanca GR (Kandidat)

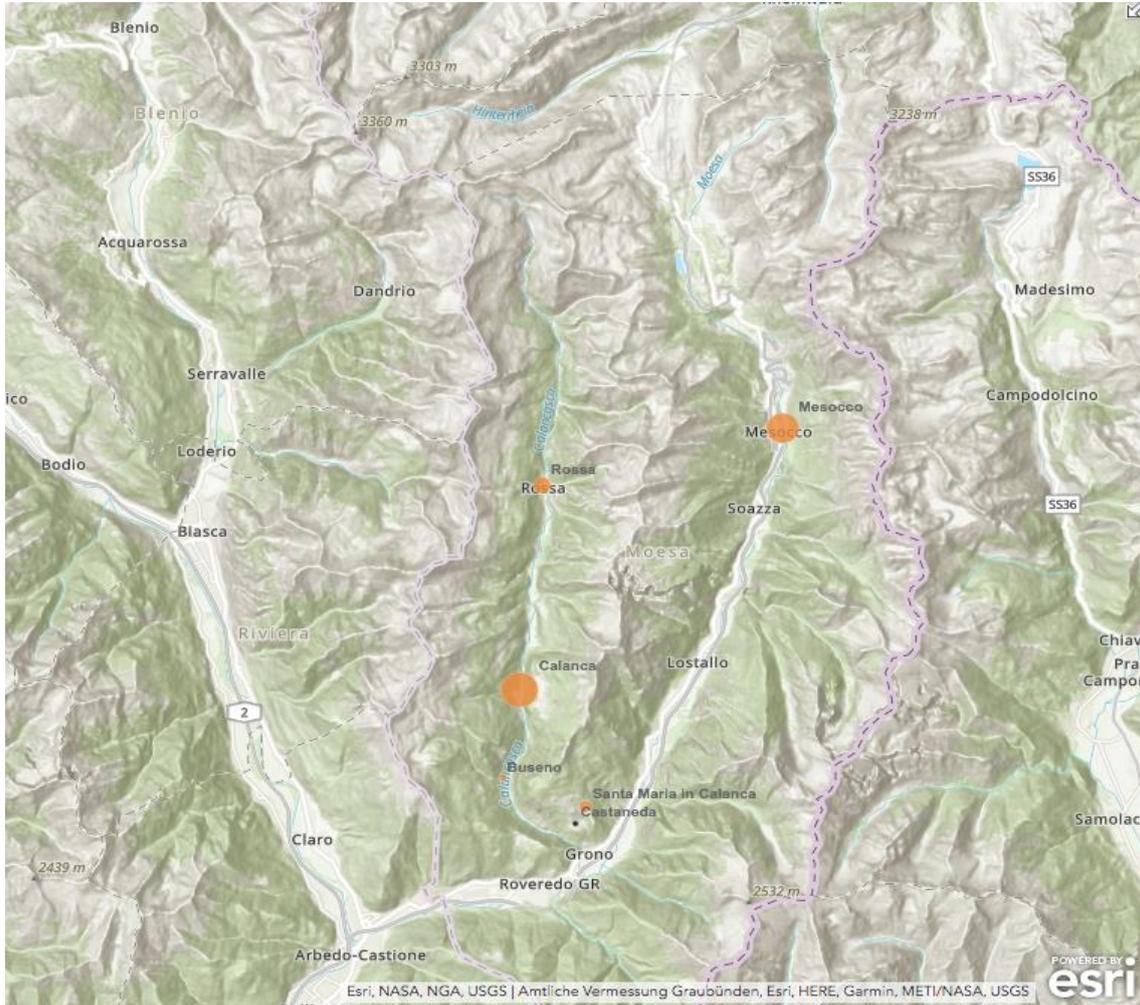


Fig. 13: Präsenz der Lokalitäten im Parco Val Calanca auf Instagram (Analyse Periode: 8.-11.5.2021; Visualisierung: Šormaz A.; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|------------------------|-----------|-------------|----------|------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attraction | Business | Attraction | Business | | | | |
| Calanca | 5944 | 2 | 4 | 1 | 12 | 6 | 0 | 171 | 29 |
| Mesocco (locality) | 2855 | 5 | 15 | 24 | 452 | 13 | 8 | 79 | 6 |
| Rossa | 299 | 1 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 37 | 19 |
| Santa Maria in Calanca | 152 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Buseno | 139 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 53 | 53 |
| Castaneda | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 6 | 0 | 127 | 21 |

Tab. 13: Resultate der Analysen des Parco Val Calanca (Analyse Periode: 8.-11.5.2021).

3.2.11 Naturpark Beverin GR

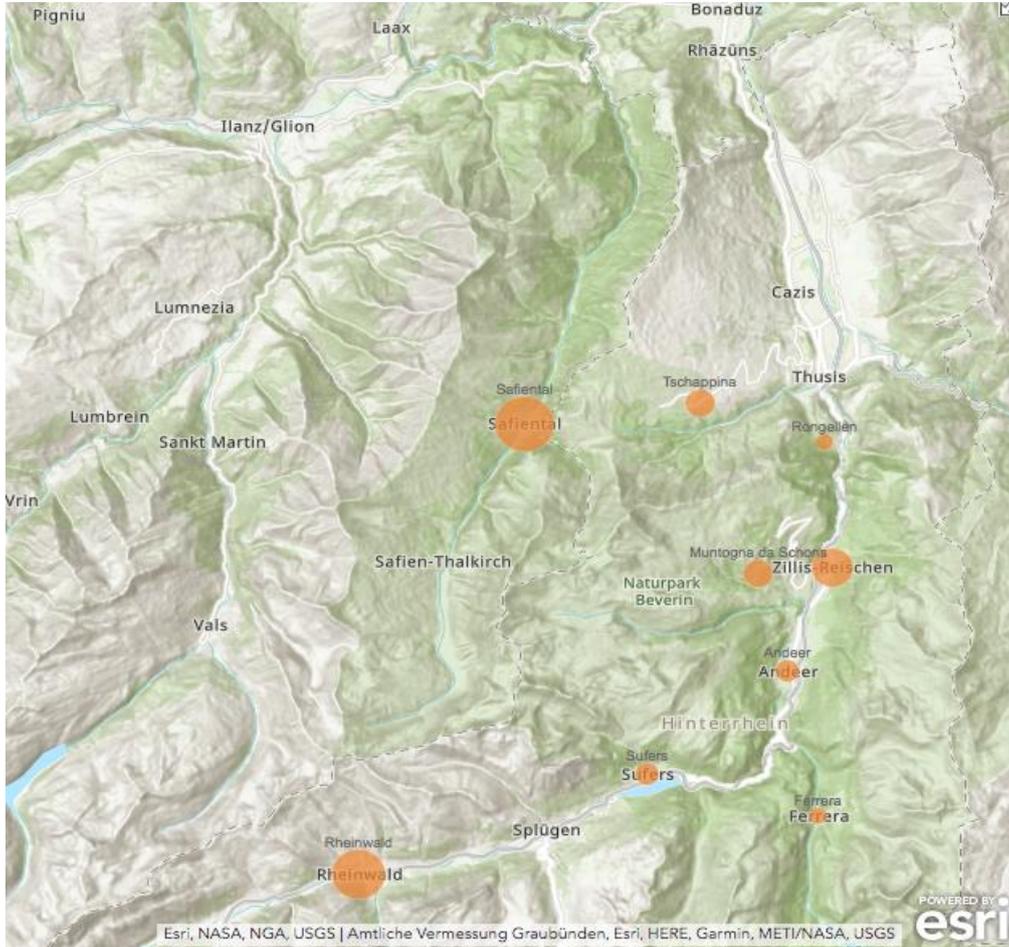


Fig. 14: Präsenz der Lokaltäten im Naturpark Beverin auf Instagram (Analyse Periode: 3.-8.6.2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|--------------------|--------------|-------------|-------------|----------|-----|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Total number | | | | | | | | |
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| Attractions | | Business | Attractions | Business | | | | | |
| Safiental | 36348 | 3 | 13 | 17 | 429 | 21 | 3 | 660 | 31 |
| Rheinwald | 27313 | 4 | 14 | 88 | 441 | 19 | 2 | 542 | 29 |
| Zillis-Reischen | 11814 | 2 | 14 | 153 | 318 | 3 | 1 | 96 | 32 |
| Tschappina | 6186 | 0 | 5 | 0 | 167 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Muntogna da Schons | 5756 | 1 | 8 | 45 | 135 | 6 | 0 | 327 | 55 |
| Sufers | 4226 | 1 | 2 | 10 | 23 | 4 | 0 | 365 | 91 |
| Andeer | 3963 | 5 | 8 | 184 | 314 | 6 | 1 | 135 | 23 |
| Ferrera | 2464 | 0 | 3 | 0 | 17 | 4 | 0 | 69 | 17 |
| Rongellen | 1265 | 1 | 0 | 108 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Tab. 14: Resultate der Analysen des Naturpark Beverin (Analyse Periode: 3.-8.6.2021).

3.2.12 Parc Ela GR

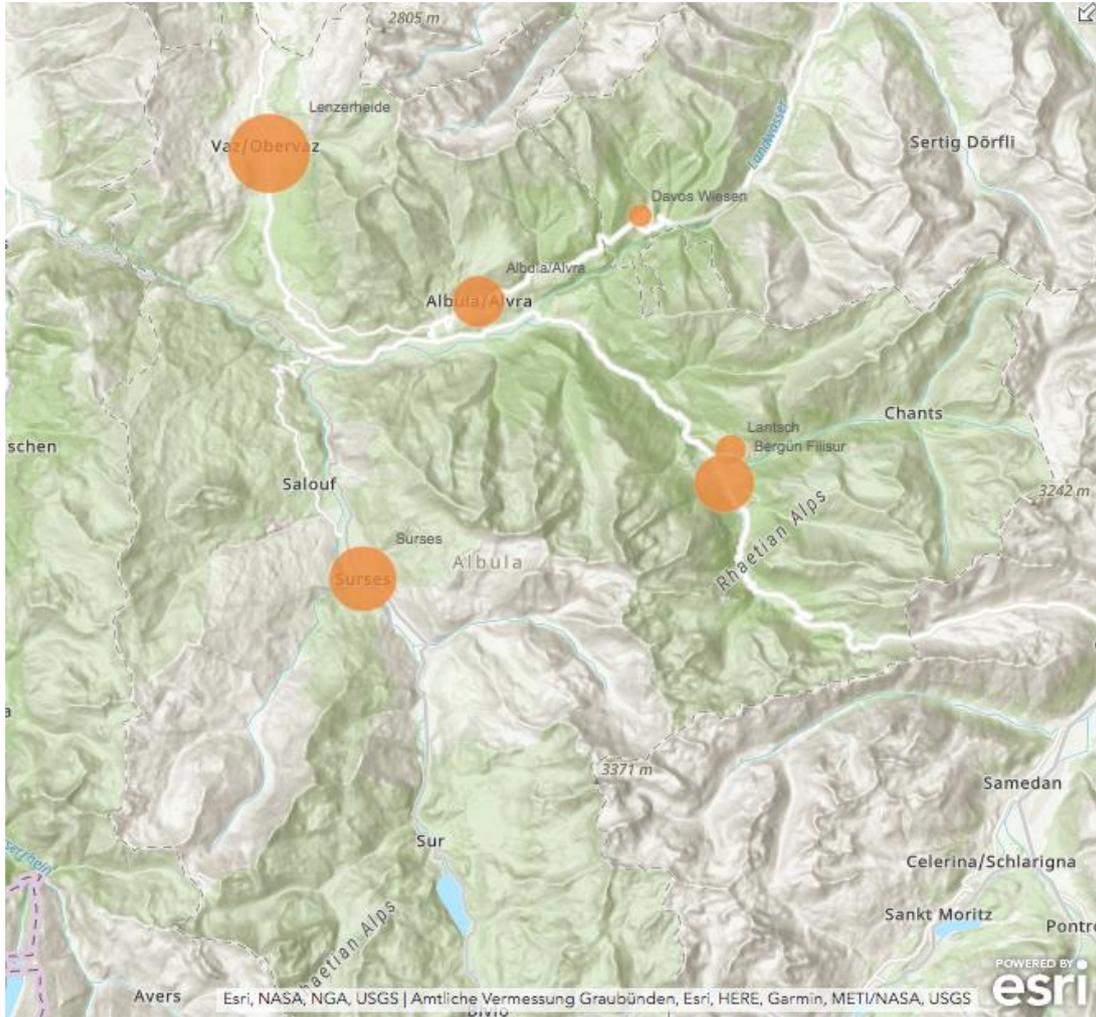


Fig. 15: Präsenz der Lokalitäten im Parc Ela auf Instagram (Analyse Periode: 12.-20.6.2021; Visualisierung: A. Šormaz; Karte: ©2022 Esri and its licensors).

| Localities | Instagram | TripAdvisor | | | | Airbnb | | | |
|----------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------------|---------|---------------------|
| | Posts | Listings | | Reviews | | Lodging rentals | Lodgings w/o reviews | Reviews | Reviews per lodging |
| | | Attractions | Business | Attractions | Business | | | | |
| Lenzerheide | 127619 | 10 | 93 | 327 | 7265 | 277 | 167 | 1914 | 7 |
| Surses | 67487 | 3 | 48 | 7 | 1083 | 79 | 17 | 1087 | 14 |
| Bergün-Filisur | 55952 | 10 | 22 | 309 | 929 | 43 | 20 | 362 | 8 |
| Albula/Alvra | 25071 | 3 | 18 | 32 | 327 | 27 | 9 | 522 | 19 |
| Lantsch | 3610 | 3 | 12 | 2 | 221 | 20 | 10 | 237 | 12 |
| Davos Wiesen | 1913 | 2 | 6 | 1 | 312 | 18 | 4 | 206 | 11 |
| Schmitten | 537 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 4 | 384 | 32 |

Tab. 15: Resultate der Analysen des Parc Ela (Analyse Periode: 12.-20.6.2021).

4. Beobachtungen

Ungeachtet der Tatsache, dass die Anzahl der analysierten Park bezogenen Hashtags mehr als doppelt so hoch ist wie jene der WHS, zeigt die Analyse, dass WHS auf allen drei Social-Media-Plattformen im Vergleich zu den Parks stärker präsent sind (d. h. 1,4 mal mehr).

Parc Naturel Régional Gruyère Pays-d'Enhaut, Naturpark Pfyng-Finges und Parc Ela sind die präsentesten Parks auf allen drei analysierten Plattformen – Instagram, TripAdvisor und Airbnb – im Vergleich zu den anderen Parks. Pays-d'Enhaut zählt 2,5-mal mehr Instagram-Posts als Pfyng-Finges (siehe Tabelle 1). Andere Parks zählen weniger als 150.000 Posts.

Val Calanca, Diemtigtal, Val Müstair und Binntal sind die am wenigsten präsenten Parks auf Instagram und TripAdvisor – auf TripAdvisor auch der Jurapark Aargau.

Parc Naturel Régional Gruyère Pays-d'Enhaut hat die meisten Unterkünfte (869 lodging rentals) und Reviews (14.880) auf Airbnb. Gleichzeitig ist es einer der Parks mit der geringeren Anzahl an Reviews pro Unterkunft (17).

Diemtigtal mit nur zwei Gemeinden ist sehr wenig präsent und damit auch die Visualisierung sehr schwierig.

Akkumulation und Mehrfachnutzung: In der Biosphäre Entlebuch hat der Hashtag #Entlebuch sehr viele Posts, da der Name als Ort, Gemeinde, und Region benutzt wird.

5. Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse zeigen somit, dass Social Media als Monitoring Instrument für die Tourismusedwicklung in Parks geeignet ist.

Es gilt auch zu unterscheiden, ob ein Park primär auf Tourismus ausgerichtet ist (z.B. Parc Naturel Régional Gruyère Pays-d'Enhaut, Naturpark Pfyng-Finges und Parc Ela) oder ob es sich um Landwirtschaftsregionen und Naherholungsgebiete mit Tagestourismus, eine Art "Hit and Run" Park (z.B. Jurapark Aargau) handelt.

Aufgrund der Besonderheiten einiger der oben genannten Parks sind die analysierten Social Media Plattformen jedoch nicht für alle als Besucherlenkungsinstrument geeignet.

5.1 Schweizer Nationalpark

Am Beispiel des Nationalparks wird deutlich dass sich die Social Media eher ausserhalb des Perimeters eignet und innerhalb des Parks die Unterschiede nicht signifikant sind. Mögliche Gründe für die tiefen Werte des Nationalparks (speziell auch im Vergleich zu anderen Pärken):

- Im NP handelt es sich um "alternative" Spots, die nicht touristische Trend Spots darstellen.
- Ziele innerhalb des Perimeters sind nur zu Fuss erreichbar und nicht mit privaten oder öffentlichen Verkehrsmitteln (abgesehen entlang von Ofenpassstrasse).
- Besuchende des NP sind auf den analysierten SM nicht besonders aktiv. Die Nutzung der SM ist abhängig von Alter, Herkunft, Charakter der Besuchenden.
- Zwischen den Lockdowns waren (gemäss NP Management) relativ viele Besuchende in einer kurzen Periode (Mitte Juli bis Mitte September) im NP unterwegs, die aber scheinbar

nur wenig die analysierten SM Plattformen genutzt haben. Differenz zwischen Juli und September 21 ist <100 Posts.

- Der NP kommuniziert primär auf Facebook, mit über 35'500 Followern und die Verlinkung mit der Webseite erlaubt mittels Linkposts ein besseres Crossposting. Die täglichen Posts sind auch auf der Homepage www.nationalpark.ch eingebunden. Die Zahl der Besuche auf der Webseite betrug 2020 fast 700'000 (Angaben gemäss NP).

Mit der geringen Präsenz der NP Besuchenden in den Social Media ist der Einsatz von SM für die Besucherlenkung innerhalb des Perimeters weniger geeignet. Auch Aussagen bezüglich der Wahrnehmung von Spots (Landschaften und andere Attraktionen) durch die Besuchenden sind kaum möglich. Diese Beobachtungen unterscheiden sich wesentlich von jenen Naturwelterben mit wenig erschlossenen Perimeter Gebieten (z.B. SAJA, Swiss Tektonik Arena Sardona).

5.2 Bedeutung der SM in den Schweizer Pärken

Wahrnehmung der Pärke: Alle Pärke können aufgrund der Präsenz in den untersuchten Social Media erfahren, wie ihre Natur- und Kulturwerte sowie die touristischen Spots von den Besuchern wahrgenommen werden, als Bildposts auf Instagram oder in den Reviews auf TripAdvisor und auf Airbnb. Andere SM, z.B. Facebook oder Twitter, haben andere Zwecke, eignen sich daher weniger und sind eher als grosser "Info- oder Marketplace" zu nutzen.

Kommunikation, Bewusstseinsbildung, Informationsvermittlung: Für alle untersuchten Pärke ist dies von grosser Bedeutung, insbesondere auch, weil es gemäss Zielen der Pärke eine zentrale Aufgabe eines jeden Managements ist. Dieser Aspekt sollte bei den meisten Pärken verstärkt werden, da die Bedeutung und Werte vermittelt wird und das Verhalten der Besuchenden dadurch den lokalen Gegebenheiten angepasst wird.

Marketinginstrument: Für Regionale Naturparks ist das Marketing auf Social Media für die touristische Entwicklung und die Positionierung des Brands von Bedeutung und kann helfen, die Werte der Lokalitäten und Angebote oder Events, Attraktionen und Erlebnisse zu kommunizieren und bekannt zu machen. Damit werden die Gäste zu Multiplikatoren und "Controller" der Qualität der Dienstleistungen.

Besucherlenkungsinstrument: Wenig oder nicht bewohnte Pärke haben wenig Posts von der lokalen Bevölkerung, werden aber von den Besuchenden besonders wahrgenommen und auf SM kommuniziert, fotografiert und beschrieben (z.B.). Wegen der oft geringen SM Präsenz innerhalb der Perimeter (NP) sind dort Aussagen bezüglich Besucherströmen weniger geeignet. Sie können aber Informationen über touristische Trends liefern und damit als Managementinstrument bedeutend sein.

Management- und Monitoring Instrument: In allen Pärken sind SM als Instrumente für die strategische Verwaltung und/oder Überwachung einsetzbar, erfordern aber unterschiedliche Ansätze. SM Strategien und Aktionspläne müssen die Unterschiede und Besonderheiten zwischen den einzelnen Pärken berücksichtigen.

Instrument der Sozialen Entwicklung (Community building): Die SM können bei allen Pärken für die Interaktionen und den Informationsaustausch zwischen den Einheimischen, aber auch zwischen Einheimischen und Gästen genutzt werden. SM Plattformen eignen sich zudem als Kommunikationsinstrumente bei partizipativen Entscheidungsprozessen.

6 Way Forward

Die SM Daten können vom Park Management Team benutzt werden, um die Aktionsplanung mit SM im Parkgebiet gezielter anzuwenden und im Besuchermanagement einzusetzen. Das Projekt Team ist gerne bereit Empfehlungen für den Einsatz von SM in Parks für das Besuchermanagement und deren Einbettung in die Park Kommunikation zu erarbeiten und umzusetzen.

6.1 Wiederholung der Analysen

Die vorliegenden Analysen widerspiegeln die momentane Situation als „Zero-Monitoring“ am Ende der Covid-19 Periode. Mit weiteren Analysen, regelmäßig oder in 2 – 3 Jahren, kann die touristische Entwicklung kontrolliert werden. SM Analysen können aber auch als permanentes Führungsinstrument des Destinationsmanagements dienen.

6.2 Weiterführende SM Aktivitäten

Um einen sanften und nachhaltigen Tourismus in den Schweizer Parks zu erreichen, ist eine SM Strategie dienlich. Ein sogenannter Social Media Action Planning (SMAP) hilft die Entwicklung in einer touristischen Destination zu beobachten, zu überwachen und die Wahrnehmung (Inhalte und Werte) der Einheimischen als auch der Besucher zu verstehen. Die Umsetzung eines SMAP ermöglicht eine Zwei-Weg-Kommunikation zwischen lokaler Bevölkerung und Unternehmen sowie den Besuchern, einen gut informierten Entscheidungsfindungsprozess und eine ausgewogene Besucherlenkung. Zwischen Evaluation und Monitoring umfasst der SMAP acht Etappen (Fig. 16).

Strategien und Planungen eines SMAP kombinieren online und offline Lösungen. Sie ermöglichen eine Erfolgskontrolle während der Beobachtungsperiode.

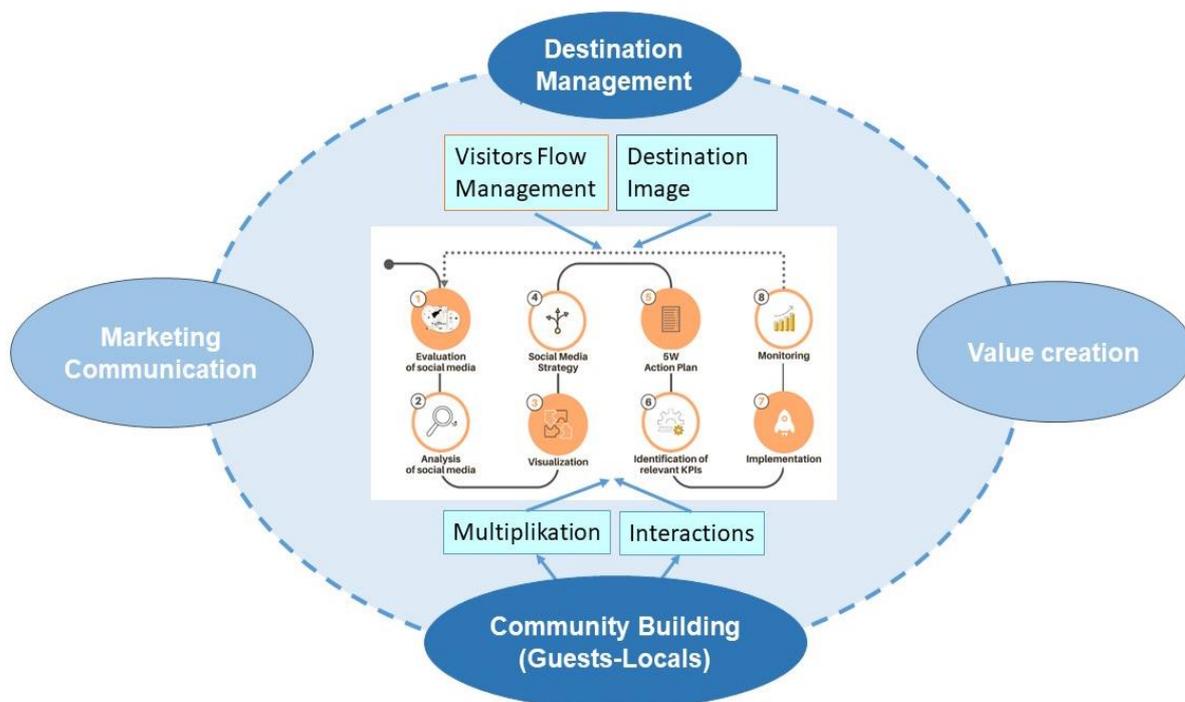


Fig. 16: Social Media als Management Instrument von Heritage Destinationen und das Social Media Action Planning (SMAP).

Social Media Strategien und Aktionspläne unterstützen das Gebietsmanagement und Tourismus Verantwortliche von Natur- und Kulturerbe Destinationen zum:

- Verstehen von Management und Marketingaktivitäten im Gebiet
- Begleiten von Besuchern in allen Phasen einer Reise
- Interagieren mit bisherigen und potentiellen Besuchern
- Vermitteln von Werten des Gebietes an die „Kunden“
- Analysieren, Kontrollieren und Lenken der Besucherströme und des Besucherverhaltens
- Unterscheiden zwischen überlaufenen und weniger besuchten Gebieten und Spots
- Verstehen der Prozesse von Auswirkungen und Veränderungen (bspw. Rückzug von Gletschern, Zerfall und Wiederaufbau von Ruinen, Veränderungen der Qualität des Gastgewerbes, deren Produkte und Dienstleistungen). Nutzer generierte Inhalte sind Zeugen einer Entwicklung
- Kommunizieren von alternativen Spots in Perioden mit hohem Besucheransturm
- Verstehen der Entwicklung des Gastgewerbes in einem Gebiet (offiziell und inoffiziell)
- Evaluieren des Wissens und Verständnisses einer Erbestätte und Destination
- Bewusstseins- und Respektbildung hinsichtlich der Werte des Natur- und Kulturerbes und der lokalen Gemeinschaften
- Vermitteln von Hintergrundinformationen bezüglich Geschichte und lokalen Werten
- Ermöglichen von Interaktionen und vertiefen der Beziehungen zwischen lokaler Bevölkerung, Besuchern, Parkmanagement und weiteren Akteuren einer Destination.
- Verstärken des effektiven und gemeinsamen Engagements von Parkmanagement und Tourismus Akteuren

Der SMAP ist ein gutes Führungsinstrument in der Kommunikation und im Management von touristischen Destinationen und mit zunehmender Wichtigkeit im Besuchermanagement. SM dient nicht nur für das Marketing, sondern hilft vor allem der Kommunikation, Sensibilisierung und Vermittlung sowie der aktiven Partizipation aller Akteure in einem Park. Sie ist zudem die Basis für die künftige Nutzung von IKT (Informations- und Kommunikationstechnologien) in der touristischen Destinationsentwicklung und des Konzepts einer „Heritage Stewardship Destination“.

Die strategischen Ziele eines Parks sind massgebend für die effiziente Nutzung der SM. Die strategische Ausrichtung ist zudem notwendig für die künftige Nutzung von IKT in der touristischen Destinationsentwicklung und des Konzepts einer „Heritage Stewardship Destination“. Aus diesen Gründen sollten die Parks im Zusammenhang mit der Nutzung von digitalen Medien von Beginn weg die SM in der Kommunikationsstrategie verankern und eine verbindliche SMAP definieren.

Referenzpublikationen zum Thema

Untersuchungen in UNESCO designierten Gebieten sind in einer Serie von Publikationen veröffentlicht. Download: <https://www.innoreg.ch/publikationen>

Download der Reports: <https://www.unescochair.usi.ch/publications-reports>