Norman Backhaus, Christine Buser,
Marc Butticaz, Daniela Jorio & Matthias Speich

Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal

Human Geography Series
Schriftenreihe Humangeographie 27

Humangeographie

Herausgeberin:
Ulrike Müller-Böker

Norman Backhaus, Christine Buser, Marc Butticaz, Daniela Jorio & Matthias Speich

Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal

Band 27
Zürich 2013

Geographisches Institut
Abteilung Humangeographie
Universität Zürich
Winterthurerstrasse 190
CH-8057 Zürich
Schweiz

Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal/
Norman Backhaus, Christine Buser, Marc Butticaz, Daniela Jorio & Matthias Speich.
Zürich, 2013.
(Schriftenreihe/Humangeographie 27)

ISBN 3-906302-10-5

© Norman Backhaus, Christine Buser, Marc Butticaz, Daniela Jorio & Matthias Speich

Das Werk darf unter folgenden Creative Commons Vereinbarungen (2.0) genutzt werden:

Sie dürfen das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen.

Sie müssen die Namen der Autoren zitieren (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

Zitiervorschlag:
Backhaus Norman, Buser Christine, Butticaz Marc, Jorio Daniela & Speich Matthias (2013): Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal. = Schriftenreihe Humangeographie 27, Zürich: Geographisches Institut der Universität Zürich.

Titelblattgestaltung und Grafiken:
Martin Steinmann

Titelfoto: Alp la Schera, ein Befragungsort mit Blick auf den Livigno-Stausee
Thomas Knobel

Layout:
Norman Backhaus

ISBN 3-906302-10-5

Diese Studie wurde finanziert durch folgende Institutionen:
Schweizerischer Nationalpark
Biosfera Val Müstair
Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks
Universität Zürich

Inhalt

Glossar 4

Vorwort 5

Zusammenfassung 6

1 Einleitung 7

2 Methoden 9

2.1 Quantitative Befragung 9
Verteilung der Fragebögen
Stichprobe
Rücklauf

2.2 Wertschöpfung 11
Fragen zu den Ausgaben der Gäste
Gästefrequenz
Umsatz, Nachfrage und Wertschöpfung
Bedeutung der Wertschöpfung für die Regionalwirtschaft

2.3 Bewertung von Wald und Besucherzentrum 16

2.4 Auswertung 16

2.5 Nationalpark und Biosfera als Arbeitgeber 17

3 Ergebnisse der Befragung 18

3.1 Gästeprofil 18
Aufenthalt und Mobilität
Herkunft

3.2 Gründe für den Aufenthalt in der Region 23
Rolle des Nationalparks bei der Entscheidung für den Besuch
Assoziationen zur Biosfera Val Müstair

3.3 Bewertungen 30
Bewertung des Besucherzentrums
Behauptungen zum Zustand der Wälder im Nationalpark
Bewertung von Bildern mit und ohne Totholz

3.4 Touristische Wertschöpfung 34
Wer sind die Nationalpark- bzw. Biosferatouristen?
Touristische Ausgaben und Bruttoumsatz
Touristische Wertschöpfung durch den Nationalpark und die Biosfera Val Müstair

3.5 Nationalpark und Biosfera als Arbeitgeber 42
Finanzflüsse und Strukturen
Einnahmen der drei Institutionen im Jahr 2011
Räumliche Verteilung der Einnahmen und Ausgaben
Nationalpark und Biosfera als potentielle Arbeitgeber

4 Diskussion 48

4.1 Das Biosphärenreservat als Wirtschaftsfaktor 48

4.2 Methodenkritik 49

4.3 Empfehlungen 50

Literatur und verwendete Fragebögen 51

Abbildungen

Abb. 1: Wanderer beim Ausfüllen des Fragebogens 9
Abb. 2: Untersuchungsgebiet 10
Abb. 3: Druck, Verteilung und Rücklauf der Fragebögen 11
Abb. 4: Schematische Darstellung der Wertschöpfung 15
Abb. 5: Verbringen des Aufenthalts (Hotelgäste) 18
Abb. 6: Anzahl der Übernachtungen pro Person 19
Abb. 7: Altersstruktur 19
Abb. 8: Aufenthaltsform und Mobilität 20
Abb. 9: Mobilität und Aufenthaltsdauer 21
Abb. 10: Herkunft der Gäste nach Regionen 22
Abb. 11: Rolle des Nationalparks bei der Entscheidung, die Region zu besuchen 23
Abb. 12: Rolle der Biosfera bei der Reiseentscheidung und Wichtigkeit des SNP 24
Abb. 13: Rolle der Biosfera bei der Entscheidung, die Region zu besuchen 25
Abb. 14: Assoziationen zur Biosfera 26
Abb. 15: Gründe für den Aufenthalt in der Region 27
Abb. 16: Wie wurden die Besucher auf die Region aufmerksam? 28
Abb. 17: Alter und die Rolle des Nationalparks bei der Reiseentscheidung 29
Abb. 18: Wissen, dass die Biosfera ein UNESCO-Biosphärenreservat ist und Alter 30
Abb. 19: Das von Valerio Olgiati entworfene Besucherzentrum in Zernez 31
Abb. 20: Behauptungen zum Zustand der Wälder im Nationalpark 32
Abb. 21: Bild a: Totholz im Nationalpark 32
Abb. 22: Bild b: Ausgeräumter Wald an der Grenze zum Nationalpark 33
Abb. 23: Bewertung der Waldbilder 33
Abb. 24: Anteil der Nationalparktouristen und -touristinnen 36
Abb. 25: Anteil der Biosferatouristinnen und -touristen 37
Abb. 26: Aufteilung des Beitrags zur Wertschöpfung zwischen SNP und BVM 37
Abb. 27: Anteil der Wertschöpfung durch SNP und BVM gewichtet 38
Abb. 28: Durchschnittliche Ausgaben 1998, 2006 und 2012 39
Abb. 29: Touristische Wertschöpfung in CHF nach unterschiedlichen Berechnungsarten 40
Abb. 30: Ertrag und Aufwand von Nationalpark, Biosfera und Forschungskommission 2011 45
Abb. 31: Finanzflüsse in die Region und aus der Region 46
Abb. 32: Die meisten Fragebögen wurden vor Ort ausgefüllt 49

Glossar

SNP Schweizerischer Nationalpark (kurz: Nationalpark); bildet auch die Kernzone des Biosphärenreservats Val Müstair Parc Naziunal Svizzer

BVM Biosfera Val Müstair (kurz: Biosfera); umfasst das Gebiet der Gemeinde Val Müstair, die ein regionaler Naturpark ist. Dieser bildet zusammen mit dem Schweizerischen Nationalpark das Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer.

FOK Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks (kurz: Forschungskommission); eine Kommission der Schweizerischen Akademie für Naturwissenschaften (SCNAT) und Teil der Plattform Science and Policy. Die Forschungskommission ist sowohl für die Forschung des SNP als auch der BVM zuständig.

Vorwort

Herzlichen Dank an alle, die uns unterstützt haben!!

Diese Arbeit wurde auf Anregung und im Auftrag des Schweizerischen Nationalparks (SNP), der Biosfera Val Müstair (BVM) sowie der Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks (FOK) durchgeführt. Studierende des Geographischen Instituts der Universität Zürich haben die Erhebung im Rahmen eines integrativen Projekts geplant, durchgeführt und ausgewertet. Ohne die finanzielle Unterstützung der Biosfera Val Müstair, des Schweizerischen Nationalparks, der Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks sowie der Universität Zürich wäre die Durchführung dieser Studie nicht möglich gewesen. Ebenso konnten wir auf die tatkräftige Unterstützung vieler Personen – insbesondere die Praktikantinnen und Praktikanten des Nationalparks und der Biosfera – zurückgreifen.

Wir möchten folgenden Personen unseren herzlichen Dank aussprechen, ohne die die vorliegende Studie so nicht zustande gekommen wäre:

- den weiteren Teilnehmenden des integrativen Projekts (GEO401 FS/HS 2012): Darja Aepli, Raphael Gaus, Franziska Herrmann, Thomas Knobel und Reto Wick,
- dem Schweizerischen Nationalpark: Claudio Bazzell, Heinrich Haller, Ruedi Haller, den Praktikanten Christian Schmid, Stefan Röber und Remo Wild,
- der Biosfera Val Müstair: Gabriella Binkert Becchetti, Hansjörg Weber, Ursula Koch, den Praktikanten Benjamin Ilg, der Praktikantin Kathrin Selhuber sowie Andrea Flück,
- der Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks: insbesondere Bruno Baur und Thomas Scheurer,
- unseren Beraterinnen und Beratern: André Bruggmann, Marcel Hunziker, Florian Knaus, Irene Küpfer und Marco Salvini und last but not least
- allen Personen, die unseren Fragebogen ausgefüllt haben und den Hoteliers, die uns dabei unterstützt haben.

Zürich im Juni 2013

Norman Backhaus
Christine Buser
Marc Butticaz
Daniela Jorio
Matthias Speich

Zusammenfassung

Zwei touristisch attraktive Regionen bilden zusammen das Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer.

Der bald hundertjährige Schweizerische Nationalpark und der junge regionale Naturpark Biosfera Val Müstair bilden zusammen das UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer. Die Region ist touristisch attraktiv, nicht zuletzt aufgrund ihres Schutzgebietsstatus. Es ist ein Ziel der vorliegenden Studie, die durch den Sommertourismus generierte Wertschöpfung durch diese Schutzgebiete zu ermitteln. Aufbauend auf einer Studie von Irene Küpfer (2000), welche die Wertschöpfung durch den Nationalpark im Jahre 1998 ermittelte und einer 2011 erfolgten Erhebung von Knaus (2011) in der Biosphäre Entlebuch werden zeitliche und räumliche Vergleiche gezogen. Dazu wurden im Sommer 2012 quantitative Erhebungen in der Region durchgeführt.

Wie wird Totholz im Nationalpark wahrgenommen?

Neben der Wertschöpfung wurde auch die Einstellung zum Zustand der Wälder im Nationalpark erhoben und mit Resultaten von Marcel Hunziker (2000) verglichen. Er stellte fest, dass Mitte der 1990-er Jahre die Wälder des Nationalparks von einem Drittel der Befragten als unaufgeräumt, wenig ästhetisch oder gar krank wahrgenommen wurden. Gut fünfzehn Jahre später hat sich dieses Bild geändert, wie wir zeigen konnten. Die Wälder werden heute von den Besucherinnen und Besuchern trotz des umherliegenden Totholzes als ästhetisch und gesund wahrgenommen.

Ein grosser Anteil der Touristen kommt wegen des Nationalparks in die Region.

Gut 35% der Besucherinnen und Besucher der Region können als Nationalparktouristen und gut 12% als Biosfera-touristinnen identifiziert werden. Die anteilsmässig auf die gesamte Region hochgerechnete Wertschöpfung durch das Biosphärenreservat erreicht 23.5 Millionen CHF; auf den Nationalpark entfallen 19.7 Millionen CHF, auf die Biosfera 3.8 Millionen CHF. Für die Region ist dies eine zwanzigprozentige Steigerung gegenüber 1998, was angesichts stagnierender Logiernächtezahlen beachtlich ist und die 4.5 Millionen CHF, welche vom Bund, dem Kanton Graubünden und durch Spenden den Managements von Nationalpark und Biosfera zufliessen, um ein Vielfaches übersteigt. Die Steigerung lässt sich hauptsächlich durch grössere Ausgaben der Touristinnen und Touristen für Güter und Dienstleistungen erklären. Die Wertschöpfung durch den Sommertourismus generiert direkt und indirekt etwa 296 Vollzeitstellen in der Region, 240 durch den Nationalpark, 56 durch die Biosfera.

Die Wertschöpfung ist in den letzten fünfzehn Jahren um knapp zwanzig Prozent gestiegen trotz stagnierenden Logiernächtezahlen.

Die Schutzgebiete sind beliebte Arbeitgeber in der Region.

Das Biosphärenreservat ist auch ein beliebter Arbeitgeber, was u.a. an den vergleichsweise hohen Zahlen an Bewerbungen für Stellen abgelesen werden kann. Die Studie zieht grundsätzlich eine positive Bilanz sowohl für den Nationalpark, die Biosfera als auch für das Biosphärenreservat.

1 Einleitung

Das Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer ist eine einzigartige Region.

Das 2010 gegründete Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal besteht aus dem bald hundertjährigen Schweizerischen Nationalpark und der Val Müstair, dem ebenfalls 2010 das Label eines regionalen Naturparks verliehen wurde. Während der Schweizerische Nationalpark (SNP) aufgrund seiner Designation eine grosse touristische Ausstrahlung hat, muss und kann sich diese für den regionalenNaturpark Val Müstair erst noch entwickeln. Die Bildung des Biosphärenreservats wurde zum Anlass genommen, eine Studie über die Bedeutung des Sommertourismus in der Region durchzuführen. Im Auftrag der Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks und der Biosfera Val Müstair und mit finanzieller Unterstützung des Schweizerischen Nationalparks und der Biosfera Val Müstair führte das Geographische Institut der Universität diese Studie im Sommer 2012 durch. Die Befragung basiert auf folgenden Forschungsarbeiten:

Grundlagen wurden in früheren Studien gelegt.

- Irene Küpfer hat zum touristischen Potenzial und zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung des Nationalparks geforscht (Küpfer 2000; Küpfer & Elsasser 2000; Küpfer & Elsasser 2001). Damit hat sie die Ausgangs- und Grundlage für vorliegende Studie geliefert,
- Christian Steiger analysierte in seiner Arbeit die Bedeutung des Schweizerischen Nationalparks als Arbeitgeber (Steiger 1993),
- Marcel Hunziker ermittelte in seiner Studie zur Einstellung der Bevölkerung zu möglichen Landschaftsentwicklungen in den Alpen die Wahrnehmung verschiedener Elemente des Nationalparks u.a. zum Zustand der Wälder (Hunziker 1997; Hunziker 2000),
- Rino Camenisch (2008) wertete die Daten einer 2006/2007 vom Nationalpark durchgeführten Besucherbefragung aus und
- unter der Leitung von Florian Knaus wurde 2011 in der Biosphäre Entlebuch (UBE) eine Gästebefragung durchgeführt (Knaus 2012), die uns als Vergleich – v.a. für die Biosfera Val Müstair – dient.

Zentrale Themen sind Gästeprofile, Aktivitäten und Ausgaben.

Um eine möglichst gute Vergleichbarkeit zu erzielen, haben wir uns stark an die oben genannten Studien angelehnt, sowohl beim Design der Fragebögen als auch bei der Auswertung. Mit der vorliegenden Arbeit möchten wir Aussagen zu folgenden Themen machen können:

- Gästeprofil
- Gründe für den Aufenthalt in der Region
- Aktivitäten in der Region

- Bewertung des Besucherzentrums sowie der Wälder im Nationalpark
- Wertschöpfung durch den Sommertourismus
- Rolle von Nationalpark und Biosfera als Arbeitgeber

Welche Wertschöpfung entsteht aufgrund von Schutzgebietslabels?

Der Frage nach der Wertschöpfung durch den Sommertourismus kommt eine grosse Bedeutung innerhalb der Studie zu. Pärke – regionale Naturpärke und Biosphärenreservate – sind auch der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet, beim Nationalpark besteht zumindest seitens der Bevölkerung die Erwartung, dass der Park zu einer nachhaltigen Entwicklung der Region beitragen sollte. Dies versucht man auf unterschiedliche Weise und mit unterschiedlichen Schwerpunkten zu realisieren. Dem Tourismus kommt dabei eine wichtige Rolle zu. Oft ermöglichen es erst die Einnahmen aus touristischen Angeboten (neben den Zuwendungen von Bund, Kanton und Gemeinden), eine Region ökonomisch aber auch sozial und ökologisch nachhaltig zu entwickeln. Es stellt sich jedoch die Frage, welcher Anteil der regionalen Wertschöpfung aufgrund der Institution «Park» bzw. der Labels «Nationalpark» und «Biosfera» erwirtschaftet wird.

Es werden räumliche und zeitliche Vergleiche angestrebt.

Im Alpenraum gibt es nur wenige Studien (z.B. Getzner 2003; Hackl & Pruckner 2006; Mayer et al. 2010), die der Frage nach der Wertschöpfung von Schutzgebieten nachgegangen sind. Die oben genannten Arbeiten von Küpfer und Knaus sind zwei davon, zu denen hier ein Vergleich gezogen werden soll. Es wird jedoch nicht nur ein zeitlicher und räumlicher Vergleich mit der Biosphäre Entlebuch angestrebt sondern auch ein Vergleich zwischen den beiden Institutionen – «Schweizerischer Nationalpark» und regionaler Naturpark Biosfera Val Müstair –, die wiederum gemeinsam das «Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer» bilden.

Wir haben uns auf den Sommertourismus konzentriert, da der Nationalpark im Winter nicht zugänglich ist und (fast) keine Wertschöpfung generiert. Für die Val Müstair spielt auch der Wintertourismus eine Rolle, die hier jedoch nicht im Fokus steht.

2 Methoden

2.1 Quantitative Befragung

Zwei standardisierte Fragebögen für «Hotelgäste» und «Wanderer» wurden verwendet.

Unser Untersuchungsgebiet ist relativ gross, weswegen aus logistischen Gründen eine Vollerhebung über einen längeren Zeitraum hinweg nicht möglich war. Dennoch haben wir versucht, das Gebiet räumlich und zeitlich möglichst gut abzudecken. In Anlehnung an Küpfer haben wir mit zwei standardisierten Fragebögen gearbeitet, mit einem Fragebogen für Hotelgäste (Hotel-Fragebogen) und einem für Wanderer (Wanderer-Fragebogen). Die Fragen haben wir aufgrund der Erkenntnisse und Empfehlungen von Irene Küpfer, Florian Knaus und Marcel Hunziker entwickelt und mit einem Pretest direkt in der Region getestet. Für diese Studie bot sich ein quantitatives Vorgehen an.

Abb. 1: Wanderer beim Ausfüllen des Fragebogens

Foto: Thomas Knobel

Verteilung der Fragebögen

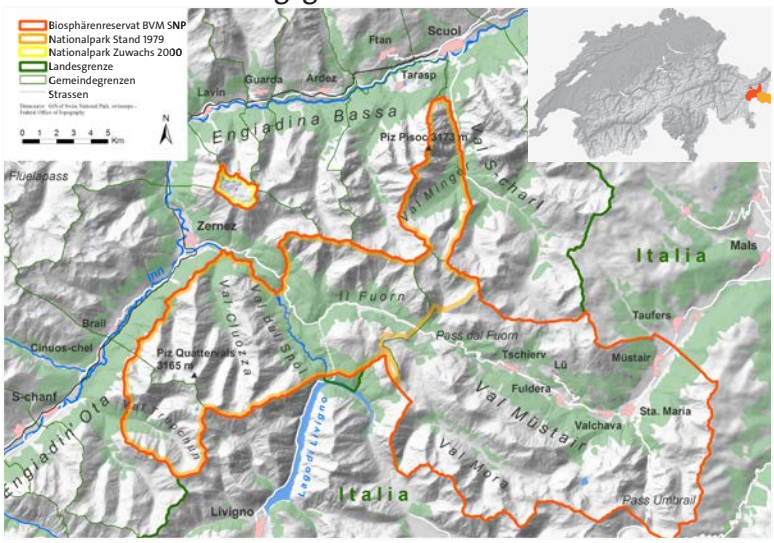
Welche Rolle spielten Nationalpark und Biosfera für die Entscheidung, in die Region zu reisen?

Mit dem kürzeren Hotel-Fragebogen wollten wir – neben Fragen zu den Aktivitäten der Gäste – in erster Linie erfahren, welche Rolle der Nationalpark respektive die Biosfera für die Wahl des Urlaubsziels spielen. Darauf basiert letztlich die Berechnung der Wertschöpfung, die durch diese Institutionen bzw. Labels induziert wird. Der Hotel-Fragebogen wurde zwischen Mitte Juli und Mitte September in den Hotels (81.2%), auf Campingplätzen (4.9%), in Pensionen (1.5%) und Jugendherbergen (2.3%) der Region (Unterengadin, die Oberengadiner Gemeinden S-chanf und Zuoz sowie die Val Müstair) verteilt mit der Bitte, sie an die Gäste weiterzuleiten und wieder einzusammeln. Nach Ablauf von etwa zwei Wochen wurden die Fragebögen in den Hotels abgeholt. Wir sind dabei – wie Küpfer – von der An-

nahme ausgegangen, dass in den Hotels eine repräsentative Gruppe von Touristen und Touristinnen absteigt, also auch Personen, die nicht in erster Linie wegen Nationalpark oder Biosfera in die Region gereist sind.

Die Untersuchungsregion im Südosten der Schweiz.

Abb. 2: Untersuchungsgebiet



Quelle: Schweizerischer Nationalpark (eigene Bearbeitung)

Die getätigten Ausgaben wurden mit dem Wanderer-Fragebogen erfasst.

Der Wanderer-Fragebogen ist doppelt so umfangreich wie der Hotel-Fragebögen. Neben ähnlichen Fragen zur Motivation, die Region zu besuchen und zu Aktivitäten wurde hier detailliert nach den Ausgaben während eines durchschnittlichen Tages gefragt. Ausserdem konnten sich die Befragten zur Situation der Wälder im Nationalpark anhand von Fotografien äussern. Die Wanderer-Fragebogen wurden während zweier Wochen Ende Juli und Anfang August 2012 an den Eingängen des Nationalparks, im Park selbst sowie an Parkplätzen, Bushaltestellen und auf Wanderwegen in der Val Müstair verteilt. Um auch Tagesgäste und Durchreisende zu erfassen, wurden während zweier Wochen intensiv Fragebögen an Passantinnen und Passanten verteilt, die sich in der Region aufhielten. Ein Teil der Fragebögen wurde noch bis Ende der Saison ausgegeben. Auf diese Weise konnten wir eine gute Repräsentativität bezüglich des Ausgabeverhaltens erreichen (jedoch nicht in Bezug auf den Grund der Herreise, wofür wir den Hotelgäste-Fragebogen verwendeten). An der Verteilung beider Fragebogentypen waren Studierende des Geographischen Instituts der Universität Zürich, Praktikanten und Praktikantinnen des Nationalparks und der Biosfera und weitere Helfer beteiligt.

Stichprobe

Robuste Stichprobe durch viele Zählstandorte und Zähltage.

Im Gegensatz zu Küpfer, die nur an *einem* Wochenende zählen konnte, war es uns möglich, die Wanderer-Fragebögen über einen längeren Zeitraum zu verteilen. Allerdings

konnten wir keine Vollerhebung durchführen, da unser Untersuchungsgebiet grösser ist als dasjenige von Küpfer. Wo die Ein- und Ausgänge des Nationalparks vergleichsweise gut zu überblicken und im Tagesablauf morgens oder am späteren Nachmittag bedient werden konnten, gestaltete sich die Situation in der Val Müstair etwas komplexer. Hier mussten Fragebögen breitflächiger verteilt werden. Die Auswahl der Zählstandorte, die relativ günstigen (jedoch nicht aussergewöhnlichen) Wetterbedingungen sowie das Engagement der Befragenden gewährleisten eine robuste Stichprobe, welche für die Gruppe der Wandernden repräsentativ sein dürfte.

Grosse Bereitschaft der Hotellerie, an der Studie mitzuwirken.

Die Befragten konnten die Hotel-Fragebögen jeweils an der Rezeption ihrer Unterkunft abgeben. Die meisten Hoteliers waren bereit, diese an ihre Gäste zu verteilen und die Studie so zu unterstützen. Die Wanderer hatten die Möglichkeit den Fragebogen mit einem beiliegenden vorfrankierten Antwortcouvert einzusenden oder es einer Befragerin, einem Befrager abzugeben. Ein Teil der Fragebögen wurde auch gemeinsam mit den Befragenden ausgefüllt.

Rücklauf

Der gute Rücklauf deutet auf grosses Interesse und zeugt von grossem Engagement.

Der Rücklauf der Fragebögen kann als gut bis sehr gut betrachtet werden. Gut 40% der gedruckten Fragebögen kamen zurück und konnten ausgewertet werden (vgl. Abb. 3). Es wurden jedoch nicht alle Fragebögen verteilt, die gedruckt worden sind. Wir können die Zahl der effektiv verteilten Fragebögen nur schätzen, weswegen die sich daraus ergebenden Anteile am Rücklauf mit Vorsicht zu geniessen sind. Aufgrund des guten Rücklaufs können wir auf eine gute Repräsentativität des Samples schliessen. Ausserdem zeigt dies das grosse Interesse der Befragten am Thema aber auch den Einsatz der Befragenden.

Der relativ gute Rücklauf steht für eine robuste Stichprobe.

Abb. 3: Druck, Verteilung und Rücklauf der Fragebögen

	Hotel-Fragebogen	Wanderer-Fragebogen
Druck	2000	6000
Verteilung	ca. 1600	ca. 4500
Rücklauf	883	2474
Rücklauf Anteil am Druck	44%	41%
Rücklauf Anteil an Verteilung	ca. 55%	ca. 55%

Quelle: eigene Darstellung

2.2 Wertschöpfung

Hochrechnung der Wertschöpfung aufgrund der Angaben in den Fragebögen.

Die touristische Wertschöpfung wurde aufgrund der Angaben der Befragten des Wanderer-Fragebogens und anhand der Gästefrequenzen auf die Region hochgerechnet. Beim Vorgehen haben wir uns stark an Knaus (2012) angelehnt,

der sich wiederum auf Küpfer (2000) abgestützt hat, um einen Vergleich zu ermöglichen. Allerdings sind die Voraussetzungen für jede Region und jede Erhebung etwas anders, so dass das Vorgehen z.T. etwas variiert.

Einige Vorannahmen müssen getroffen werden.

Ein Ziel der Studie ist es, den Bruttoumsatz zu ermitteln, der durch die touristische Nachfrage und aufgrund der Labels «Nationalpark» und «Biosfera Val Müstair» generiert wird. Um diesen Wert berechnen zu können, werden Multiplikatoren eingesetzt, anhand derer die direkten und indirekten Effekte sowie die Vorleistungen berechnet werden können. Um die Wertschöpfung ermitteln zu können, müssen einige Annahmen getroffen werden, die im Folgenden erläutert werden.

Fragen zu den Ausgaben der Gäste

Ausgaben wurden zu einem bestimmten Tag statt über einen grösseren Zeitraum hinweg erfasst.

Um Ausgaben hochrechnen zu können, müssen die Angaben der Befragten möglichst repräsentativ für ihre Ausgaben während des Aufenthalts in der Region sein. Dazu kann man sie ihre Gesamtausgaben für bestimmte Dinge schätzen lassen oder stichprobenartig einen Tag auswählen, zu welchem Angaben gemacht werden. Beide Vorgehensweisen haben Vor- und Nachteile. Fragt man nach den Gesamtausgaben über den Aufenthalt hinweg, werden Tagesschwankungen ausgeglichen, doch können die Angaben auch sehr ungenau werden, wenn sich die Befragten an zurückliegende Tage und Wochen erinnern müssen und sie nicht genau Buch führen. An einen bestimmten Tag erinnern sie sich in der Regel besser, dieser kann jedoch vom Durchschnitt ihrer Ausgaben abweichen. Wir haben uns dennoch – im Gegensatz zu Küpfer – für letztere Variante entschieden und die Befragten gebeten, «…einen aus Ihrer Sicht *durchschnittlichen* Tag aus[zuwählen] (z.B. gestern).» Die Ausgaben wurden differenziert nach Unterkunft, Verpflegung, Transport, Einkauf, Veranstaltungen und Sonstiges. Wir gehen davon aus, dass sich allfällige Schwankungen über das Sample hinweg ausgleichen und damit letztlich die Angaben zu den Ausgaben präziser sind.

Gästefrequenz

Die Gästefrequenz entspricht der Anzahl der Logiernächte plus die Anzahl an Tagesgästen.

Die Gästefrequenz gibt alle Aufenthaltstage der Gäste in einer Region an und ist somit höher als die Anzahl der Gäste. Bei Übernachtungsgästen entspricht die Gästefrequenz der Anzahl der Logiernächte, bei den Tagesgästen der Anzahl der Gäste selbst. Um die gesamte Gästefrequenz in einer Region zu ermitteln, müssen die Logiernächte der Hotellerie, der Parahotellerie (Ferienhäuser, Campingplätze, Jugendherbergen) und die Anzahl der Tagesgäste einer bestimmten Periode – wir haben die Monate Mai bis Oktober berücksichtigt – zusammengezählt werden. Zuverlässige

Zahlen gibt es jedoch lediglich zu den Logiernächten der Hotellerie. Das Bundesamt für Statistik erhebt seit einigen Jahren die entsprechenden Zahlen für die Parahotellerie nicht mehr und die Tagesgäste müssen aufgrund anderer Erhebungen berechnet werden.

Es besuchen wenige Tagesgäste die Untersuchungsregion.

Spezifische Charakteristika der Regionen sind wichtig. Während in der Biosphäre Entlebuch den Tagesgästen eine wichtige Rolle zukommt – ihr Anteil beträgt gemäss Knaus (2012) 63% – ist diese in unserer Untersuchungsregion vergleichsweise gering, da sie sich zu weit weg von den Zentren befindet um von vielen Tagesgästen frequentiert zu werden. Letztlich stellt sich die Frage, ob die ausgewerteten Fragebögen hinsichtlich des Übernachtungsstatus der Gäste repräsentativ sind. Wir können dies aufgrund der vorhandenen Daten nicht schlüssig beantworten, doch gibt es auch keine (theoretische oder praktische) Evidenz, die dagegen spräche. Deswegen betrachten wir die Frequenzen in unserem Wanderer-Fragebogen als für die Grundgesamtheit aller Gäste der Region repräsentativ und rechnen mit diesen Werten.

Umsatz, Nachfrage und Wertschöpfung[1]

Bruttoumsatz = alle direkten Ausgaben der Touristen

Der *Bruttoumsatz* umfasst alle direkten Ausgaben der Touristen in der Untersuchungsregion und berechnet sich aus der Multiplikation der täglichen Ausgaben der Gäste mit der Gästefrequenz. Können unterschiedliche Typen von Gästen unterschieden werden – wie Hotelgäste, Tagesgäste, Gäste mit Unterkunft in der Parahotellerie – macht es Sinn, ihre Ausgaben differenziert zu betrachten (wenn sie sich unterscheiden) und hochzurechnen.

Gesamtnachfrage = Bruttoumsatz minus Ausgaben ausserhalb der Untersuchungsregion

Die *Gesamtnachfrage* ist der Bruttoumsatz, von dem die Ausgaben, welche ausserhalb der Untersuchungsregion anfallen, abgezogen werden. Mit dem Fragebogen haben wir jedoch nur nach Ausgaben in der Region gefragt. Somit ist der Anteil der Ausgaben ausserhalb der Untersuchungsregion vernachlässigbar und die Gesamtnachfrage entspricht dem Bruttoumsatz.

Indirekter touristischer Umsatz = tourismusinduzierte Vorleistungen und Investitionen plus Einkommenseffekt

Der *indirekte touristische Umsatz* setzt sich aus zwei Teilen zusammen, den *tourismus-induzierten Vorleistungen und Investitionen* und dem *Einkommenseffekt*. Die meisten Güter und Dienstleistungen, die von Touristen konsumiert werden, beinhalten Vorleistungen und Investitionen, die von anderen Unternehmen erbracht wurden. Das heisst, dass diese Unternehmen indirekt ebenfalls Umsätze in der Region generieren, obwohl die Touristen nicht direkt bei Ihnen einkaufen. Die Einkommenseffekte entstehen durch die Nachfrage oder den Konsum von Angestellten, die

1 Dieser Abschnitt bezieht sich auf Knaus (2012: 9-10).

aufgrund der touristischen Nachfrage in der Region eine Anstellung haben. Diese beiden Komponenten werden mit Multiplikatoren berechnet. Rütter, Guhl und Müller (1996 in Knaus 2012: 9) geben einen Multiplikator für die Vorleistungen von 0.43 bis 0.73 und 0.22 für den Einkommenseffekt an. Küpfer (2000) verwendet die Werte 0.43 und 0.22, die wir für diese Studie übernommen haben.

Gesamtmultiplikator = 0.74 (1+0.43)*0.22

Der aus diesen Werten berechnete Gesamtmultiplikator ist 0.74 ((1+0.43)x0.22). Der *gesamte touristische Umsatz* ist die Summe aus direktem Umsatz, touristisch induzierten Vorleistungen und Investitionen und dem Einkommenseffekt.

Anteil der Wertschöpfung = 50%

Mit *Wertschöpfung* wird der Zuwachs an Wert bezeichnet, der während der Produktion eines Gutes oder einer Dienstleistung in der Region hinzugewonnen wird. Dabei werden Vorleistungen von ausserhalb nicht berücksichtigt und Vorleistungen aus der Region werden in den oben beschriebenen tourismus-induzierten Vorleistungen berücksichtigt. Der Anteil der Bruttowertschöpfung wurde von Knaus mit 50% und Küpfer mit 49.5% eingerechnet. Das Bundesamt für Statistik (2012) gibt für alle Branchen einen Wert an, der von 2008 mit 0.49 bis 2011 auf 0.51 ansteigt. Es macht also nicht nur aus Gründen der Vergleichbarkeit Sinn, hier ebenfalls einen Wert von 0.50 bzw. 50% anzunehmen.

Gesamte touristische Wertschöpfung = direkte + induzierte + durch Einkommenseffekte ausgelöste touristische Wertschöpfung

Die *gesamte touristische Wertschöpfung* ist die Summe der direkten touristischen Wertschöpfung, der touristisch induzierten Wertschöpfung und der durch Einkommenseffekte ausgelösten touristischen Wertschöpfung. Diese Zusammenhänge werden in Abb. 4 schematisch dargestellt.

Bedeutung der Wertschöpfung für die Regionalwirtschaft

Die Gesamtwertschöpfung in der Untersuchungsregion beträgt 673 Millionen CHF.

Die in unserer und anderen Studien zur touristischen Wertschöpfung ermittelten Werte müssen schliesslich zur Gesamtwertschöpfung in Relation gestellt werden, um letztlich die Bedeutung des Tourismus im Allgemeinen und der durch die Park-Institutionen erwirtschafteten Wertschöpfung im Spezielle aufzuzeigen. Es gibt allerdings nur wenige Vergleichszahlen, welche die Untersuchungsregion abbilden, weswegen mit Näherungswerten gearbeitet werden muss. BAKBASEL (2010) hat die Wertschöpfung in den Regionen des Kantons Graubünden ermittelt. 2008 betrug der Studie gemäss das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf im Unterengadin knapp 69'000 CHF und in den Südtälern (Bergell, Misox, Puschlav und Val Müstair) ca. 55'000 CHF. Der Durchschnitt im Kanton Graubünden betrug 64'000 CHF, was etwa 6'000 CHF unter dem schweizerischen Durchschnitt lag.[2] Gemäss dem Amt für Wirtschaft und Touris-

2 Da die Teuerung zwischen 2008 und 2012 gemäss LIK-Teuerungsrechner des Bundesamtes für Statistik (Zugriff: 30.01.2013) -0.3% betrug, können die gleichen Werte verwendet werden.

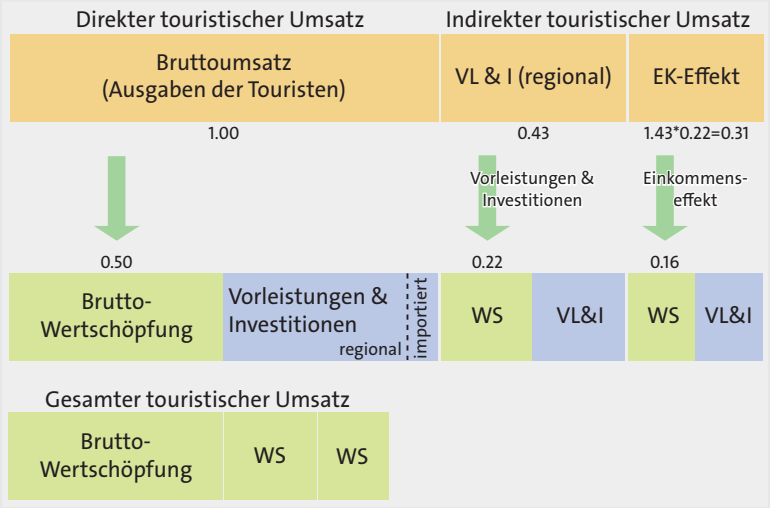
mus Graubünden beträgt die Einwohnerzahl des Nordteils unseres Untersuchungsgebietes[3] 8'510 und die des Val Müstair 1'552 (Amt für Tourismus und Wirtschaft Graubünden 2012). Das Bruttoinlandsprodukt beträgt somit für den Norden 587 Millionen CHF[4] und für die Val Müstair gut 86 Millionen CHF.

Arbeitsproduktivität in der Untersuchungsregion = 85'000 CHF pro Person und Jahr

Die *Bruttowertschöpfung* bzw. die Arbeitsproduktivität in den Bündner Südtälern betrug 2008 gemäss BAKBASEL (2010) 105'000 CHF pro Vollzeiterwerbsstelle und im Unterengadin sind es 89'000 CHF. Da jedoch die sehr produktive Energiewirtschaft v.a. in den Südtälern eine grosse Bedeutung hat, müssen die Werte für die touristische Arbeitsproduktivität nach unten korrigiert werden. Regiosuisse (2011) gibt für den Dienstleistungssektor in der Untersuchungsregion Werte von 84'000-91'999 CHF an. Dies liegt im Rahmen des von Küpfer angenommenen Wertes von 85'000 CHF (Knaus arbeitet für das Entlebuch mit dem tieferen Wert von 80'000 CHF). Für diese Studie übernahmen wir den Wert von Küpfer.

Die Wertschöpfung basiert auf direktem und indirektem touristischem Umsatz.

Abb. 4: Schematische Darstellung der Wertschöpfung



Quelle: Eigene Darstellung nach Knaus 2012

Die gesamte Wertschöpfung einer Region berechnet sich aus der Summe der 50-prozentigen Anteile am direkten und indirekten touristischen Umsatz. Die regionalen Vorleistungen und Investitionen werden mit 43% des Bruttoumsatzes veranschlagt, der Einkommenseffekt mit 22% der Summe von Bruttoumsatz und der Vorleistungen/Investitionen.

3 Die Parkgemeinden Zernez, S-chanf, Scuol und Lavin mit Tarasp-Vulpera, Ardez, Guarda, Susch sowie Zuoz.

4 Davon entfallen 122 Millionen CHF auf die Gemeinde Zuoz, die im Oberengadin und am Rande des Untersuchungsgebiets gelegen ist.

2.3 Bewertung von Wald und Besucherzentrum

Totholz wurde früher von den Parkbesuchern als Störfaktor betrachtet.

In einer von Hunziker (1997; 2000) Mitte der 1990-er Jahre durchgeführten Studie im Nationalpark gab ein Drittel der Befragten an, dass sie sich am im Nationalpark umherliegenden Totholz störten. Der Wald erschien ihnen vernachlässigt zu sein und die Anzahl an toten Bäumen deuteten sie als Zeichen für einen ungesunden Zustand des Waldes. Hunziker stellte fest, dass sich die negative Einstellung zum Totholz gegenüber einer unpublizierten Umfrage des Nationalparks von anfangs der 1990-er abgeschwächt hat, jedoch immer noch für eine grosse Minderheit der Besucher zutraf. Eine Begründung dafür kann die damals noch nicht allzu lange zurückliegende Diskussion um das Waldsterben sein, eine andere der ungenügende Informationsstand der Parkbesucherinnen und -besucher in Bezug auf ökologische Zusammenhänge in Wildnisgebieten. Aufgrund der Resultate jener Studie investierte das Parkmanagement in Informationskampagnen, bei denen darauf hingewiesen wurde, dass Totholz zu einem naturbelassenen Wald gehört und nichts mit Krankheit oder Vernachlässigung zu tun hat.

Der Wald im Nationalpark wurde visuell und textbezogen bewertet.

Im Wanderer-Fragebogen wurden die Befragten mit verschiedenen Behauptungen zu Totholz im Nationalpark konfrontiert. Sie wurden dazu aufgefordert, ihre Meinung abzugeben. Ausserdem wurden ihnen zwei Bilder von Wäldern gezeigt (vgl. Abb. 21 und Abb. 22), eines mit viel Totholz aus dem Nationalpark und eines ohne Totholz aus einem angrenzenden Gebiet. Wir fragten, ob die Bilder gefallen oder nicht, auch um herauszufinden, ob Text- und Bildbotschaften unterschiedlich bewertet werden. Die Bilder waren beim kontinuierlichen Ausfüllen des Fragebogens nicht sichtbar wenn die Behauptungen zum Wald ausgefüllt werden mussten und umgekehrt.

Kann das Besucherzentrums in Zernez weiterempfohlen werden?

Das neue Besucherzentrum des Nationalparks (vgl. Abb. 19) wird von vielen Parkbesuchern und -besucherinnen aufgesucht und stellt mit seiner Ausstellung und seiner Architektur eine Attraktion in Zernez dar. Wir fragten, ob die Interviewten den Besuch weiterempfehlen können.

2.4 Auswertung

Das Einscannen der Fragebögen ist ein aufwändiger Prozess.

Beide Fragebogentypen wurden an der Universität Zürich von den Teilnehmenden des «Integrativen Projektes 2012 (GEO401)» eingescannt. Die Fragen wurden mit der Software Remark Office OMR erfasst. Offene Fragen konnten dabei direkt eingegeben werden und die automatische Erstellung eines pdf-Files erlaubte es später, in Zweifelsfällen rasch im gescannten Original nachzuschauen. Die Daten wurden in Microsoft Excel-Dateien übertragen, überprüft

und korrigiert und schliesslich in das Statistikprogramm SPSS 20 überführt. Die grosse Menge der Fragebögen sowie die ständige Nachjustierung des Scanprozesses benötigten relativ viel Zeit. Die im SPSS generierten Frequenztabellen und Graphiken wurden mit Adobe Illustrator überarbeitet, der Bericht wurde schliesslich mit Adobe InDesign erstellt.

2.5 Nationalpark und Biosfera als Arbeitgeber

Eine Diplomarbeit aus den 1990-er Jahren diente als Hintergrund.

In seiner Diplomarbeit ermittelte Steiger (1993) die wirtschaftliche Bedeutung, des Nationalparks als Arbeits- und Auftraggeber für die Untersuchungsregion. Dabei untersuchte er die Finanzflüsse, die vom Nationalpark ausgelöst werden, und deren räumliche Inzidenz. Hier soll an die Arbeit von Steiger angeknüpft werden. Die Ausgangslage unserer Teilstudie unterscheidet sich insofern von Steiger, als mit der Biosfera eine weitere Institution eine aktive Rolle in der Region übernimmt. Zudem sind einige Änderungen am institutionellen Rahmen zu verzeichnen: einerseits fusionierten 2009 alle sechs Gemeinden der Val Müstair, so dass nicht mehr Valchava, Tschierv, Fuldera, Sta. Maria, Müstair und Lü sondern die neu gegründete Gemeinde Val Müstair zu den Parkgemeinden zählt. Anderseits gehört seit der Erweiterung des Nationalparks um die Macun-Seen auch die Gemeinde Lavin zu den Parkgemeinden.

Die Gemeinden Val Müstair und Lavin sind neue Elemente, die es zu berücksichtigen gilt.

Es werden Finanzflüsse und ausgeschriebene Stellen berücksichtigt.

Auch methodisch gibt es Unterschiede. Wir verzichten auf eine Untersuchung der räumlichen Inzidenz, es werden nur die Finanzflüsse untersucht. Zudem enthält dieser Teilbericht auch einen qualitativen Aspekt, in dem die Bedeutung des Nationalparks und der Biosfera innerhalb und ausserhalb der Region untersucht wurde. Dazu wurden die Anzahl Bewerbungen auf ausgeschriebene Stellen und deren räumliche Verbreitung erfasst.

Es wurden die Finanzflüsse von drei Institutionen berücksichtigt.

Die Finanzflüsse wurden aufgrund der Jahresrechnungen des Nationalparks, der Biosfera und der Forschungskommission ermittelt. Die Untersuchungsperiode umfasst das Jahr 2011 (das im Gegensatz zu 2012 ein in finanzieller Hinsicht «normales» Jahr war; persönliche Mitteilung von Claudio Bazzell, Leiter Stabsstelle Administration SNP). Die Zahlen der Jahresrechnung des Nationalparks wurden dem Geschäftsbericht (ENPK & Stiftung Schweizerischer Nationalpark 2012) entnommen. Die Jahresrechnung der Biosfera ist in jener der Gemeinde Val Müstair integriert (Cumün da Val Müstair 2011). Für die Forschungskommission stellte ihr Geschäftsführer Thomas Scheurer die relevanten Daten bereit. Die Angaben zu den Stellenausschreibungen und Bewerbungen wurden von Ruedi Haller (SNP) und Gabriella Binkert Becchetti (BVM) zur Verfügung gestellt.

3 Ergebnisse der Befragung

3.1 Gästeprofil

Wer bereist die Untersuchungsregion?

Im Folgenden wird das Profil der Gäste dargestellt. Dort wo in beiden Fragebögen Angaben zum jeweiligen Thema erfragt wurden, werden diese im Vergleich dargestellt. Es gibt jedoch auch Fragen, die nur in einem der beiden Fragebögen vorkommen – einerseits aus Platzgründen, aber auch, weil die Frage für die befragte Gruppe nicht relevant war. In diesem Fall werden die Angaben nur einzeln dargestellt.

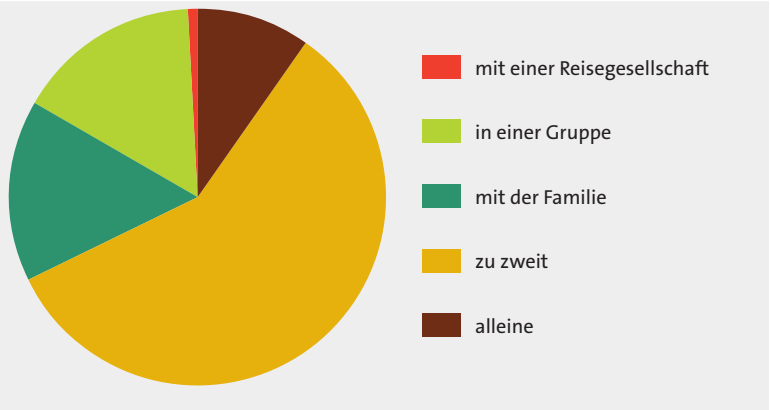
Aufenthalt und Mobilität

Die häufigsten Gäste der Region sind Paare.

Die meisten Hotelgäste[5] sind zu zweit in die Region Engadin-Val Müstair gekommen, je etwa ein Sechstel ist mit der Familie respektive mit einer Gruppe unterwegs, etwas weniger alleine und nur sehr wenige mit einer Reisegesellschaft (Abb. 5).

Nur die Wenigsten besuchen die Region mit einer Reisegesellschaft.

Abb. 5: Verbringen des Aufenthalts (Hotelgäste)



Quelle: eigene Darstellung (Hotelgäste n=871)

Die Verweildauer ist relativ lang.

Die durchschnittliche Anzahl an Übernachtungen (Abb. 6) beträgt 4.8 bei den Hotelgästen[6] und 7.5 bei den Wanderern, der häufigste Wert ist 3 (Hotelgäste) und 5 (Wanderer); 2-3 Nächte sowie 4-7 Nächte sind die am häufigsten genannten Kategorien (auch bei den Wanderern aber in umgekehrter Reihenfolge), nur wenige der befragten Hotelgäste bleiben länger als eine Woche und rund ein Fünftel bleibt nur eine Nacht, bei den Wanderern sind dies lediglich 11%. Wanderer bleiben demnach länger in der Region als die durchschnittlichen Hotelgäste, was auch von Camenisch (2008) bestätigt wird, der sich auf eine Besucherbefragung von 2006/2007 bezieht. Dies hat auch damit zu tun, dass wir Per-

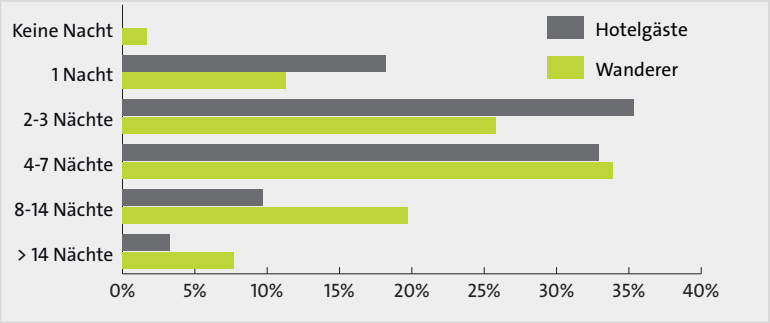
5 Die Kategorie «Hotelgäste» wurde mit unserem Hotel-Fragebogen erhoben, der in Unterkünften inklusive Bed & Breakfast, auf Campingplätze und in Jugendherbergen verteilt wurde. Die Angaben zu den Hotelgästen umfassen also auch diese Kategorien, wobei sie zahlenmässig weniger ins Gewicht fallen.

6 Das BfS (2012b) gibt für Graubünden – der Kanton mit der längsten Aufenthaltsdauer – eine durchschnittliche Logiernächtezahl von 2.6 an. Die Nationalparkregion liegt also weit über diesem Wert.

sonen, die in ihren eigenen Ferienwohnungen bzw. -häusern übernachten (und evtl. länger bleiben) nur mit dem Wandererfragebogen erfasst haben.

(Verlängerte) Wochenenden und ganze Wochen sind die häufigsten Verweildauern.

Abb. 6: Anzahl der Übernachtungen pro Person



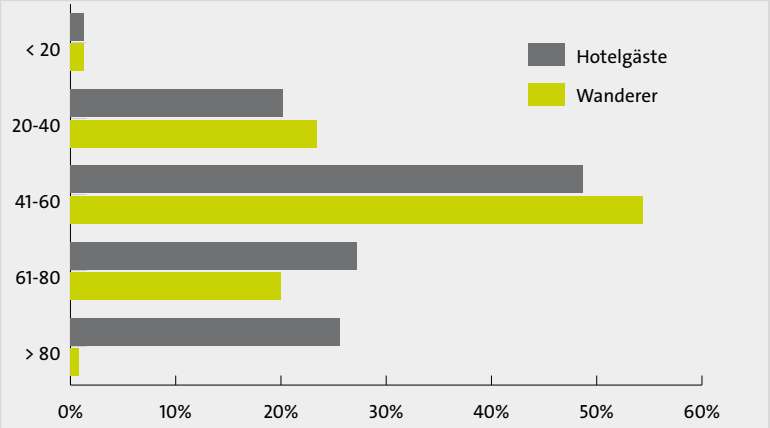
Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=883, Wanderer n=2356)

Zwei Fünftel der Übernachtungen erfolgen in der Val Müstair.

Von den befragten Hotelgästen übernachten drei Fünftel (60.9%) im Unterengadin (bzw. in den Oberengadiner Gemeinden S-chanf und Zuoz), fast zwei Fünftel (38.9%) in der Val Müstair. Bei den Wanderern sind es 45%, die im Norden des Nationalparks übernachten, 28.2% in der Val Müstair und 26.8% anderswo (bei denjenigen, die in der Region übernachten ist das Verhältnis demnach ebenso wie bei den Hotelgästen 3:2).[7] Lässt man bei den Wanderern diejenigen ausser Acht, welche anderswo übernachtet haben, kommt man auf die gleichen Zahlen wie bei den Hotelgästen.

Besucherinnen und Besucher der mittleren Alterskategorien sind am häufigsten vertreten.

Abb. 7: Altersstruktur



Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=819, Wanderer n=2285)

Die Region zieht Gäste v.a. mittleren und höheren Alters an (Abb. 7), die Kategorie der 41-60-Jährigen stellt fast die Hälfte der Befragten, gefolgt von den 61-80-Jährigen und den 20-40-Jährigen[8]. Dies ist vergleichbar mit den Zahlen der Biosphäre Entlebuch. Den Hotel-Fragebogen haben zu

7 Hotelgäste n=881, Wanderer n=1671

8 Die unter 20-Jährigen sind nur schwach vertreten. Dies bedeutet jedoch nicht, dass keine Jugendlichen die Region besuchten (zumeist sind sie mit ihren Eltern unterwegs), sondern dass nur wenige Jugendliche den Fragebogen selbst ausgefüllt haben.

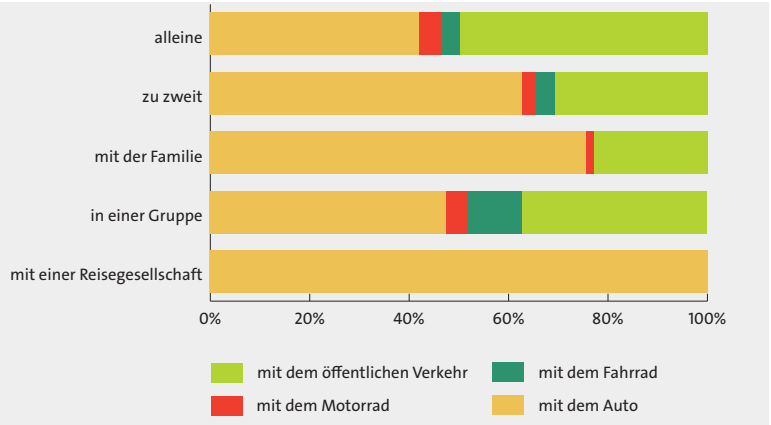
52.3% Frauen ausgefüllt, beim Wandererfragebogen waren es 48.7%.[9]

Das Auto ist das beliebteste Transportmittel.

Die meisten Gäste sind mit dem eigenen Auto angereist (Hotel 60.5% Wanderer 71.3%[10]), viele mit dem öffentlichen Verkehr (Hotel 32.1%, Wanderer 26.3%), nur wenige mit dem Fahrrad (Hotel 4%; Wanderer 1.2%) oder dem Motorrad (Hotel 3.1%, Wanderer 1.2%). Im Vergleich zu 1993 als über 72% (Lozza 1996), 1997 als über 80% (Küpfer 2000) und 2006 (Lozza 2009) als drei Viertel der Parkbesucher mit dem Privatauto anreisten, hat sich der Modalsplit nur leicht zugunsten des öffentlichen Verkehrs verändert. Bei den Hotelgästen ist der Anteil der Benutzer des öffentlichen Verkehrs im Unterengadin leicht höher als in der Val Müstair (35.1%, resp. 28%). Bei den Wanderern sind diese Verhältnisse umgekehrt: hier sind im Norden 28.5% der Gäste mit dem öffentlichen Verkehr angereist, während es in der Val Müstair 35.7% sind. Diese Angaben treffen für Frauen und Männer gleichermassen zu. Zudem zeigt sich, dass die Gäste aus dem Ausland häufiger mit dem Auto anreisen (87.5% der Wanderer) als jene aus der Schweiz (66.9% der Wanderer).

Familien reisen bevorzugt mit dem Auto an, Alleinreisende mit dem öffentlichen Verkehr.

Abb. 8: Aufenthaltsform und Mobilität



Quelle: Eigene Darstellung (n=871)

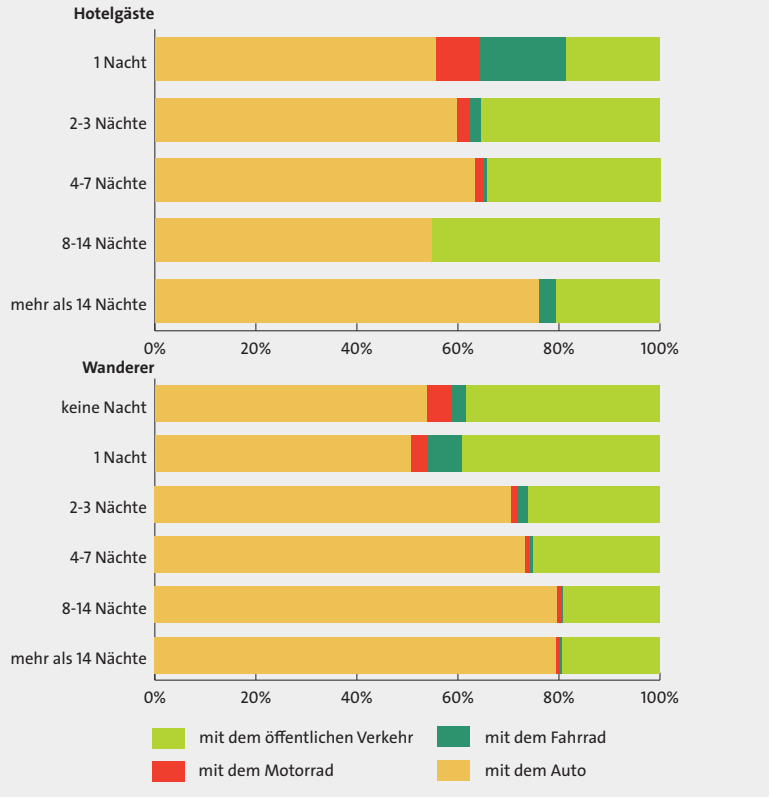
Allein und in Gruppen Reisende nutzen am ehesten den öffentlichen Verkehr.

Organisierte Reisegesellschaften reisen mit Bussen in die Region, um möglichst flexibel zu bleiben. Für Familien stellt das Auto die bequemste und – falls es ohnehin vorhanden ist – die günstigste Transportform dar. Die Alleinreisenden benutzen zum grössten Teil den öffentlichen Verkehr, wohl auch aus Kostengründen. Gruppenreisende nutzen ebenfalls stark den öffentlichen Verkehr, obwohl sie Autos gut auslasten könnten. Hier spricht eher das Gruppenerlebnis des gemeinsamen Reisens im Zug und Postauto eine wichtige Rolle für die Wahl des Transportmittels.

9 Hotelgäste n=733, Wanderer n=2285.
10 Hotelgäste n=871, Wanderer n=1667.

Je mehr Zeit in der Region verbracht wird, desto häufiger wird das Auto verwendet.

Abb. 9: Mobilität und Aufenthaltsdauer



Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=865; Wanderer n=2347)

Fahrrad- und Motorradfahrende verweilen weniger lang in der Region.

Bezüglich der Aufenthaltsdauer und der Verkehrsmittelwahl gibt es nur geringe Unterschiede. Tendenziell nehmen länger Verweilende eher das Auto. Auffallend ist, dass der Anteil der Motorrad- und Fahrradfahrenden unter den Kurzaufenthaltern am grössten ist, da diese oft auf einer Tour sind und nicht länger in einem Gebiet verweilen.

Das Bildungsniveau unter den Befragten ist relativ hoch.

Das Bildungsniveau[11] der Befragten ist relativ hoch, mehr als die Hälfte haben einen Universitäts- oder Hochschulabschluss (Hotel 53.7%, Wanderer 60.4%), ein Drittel der Hotelgäste und ein Viertel der Wanderer hat eine Berufslehre abgeschlossen, 10% bzw. 12% gaben die Matura als höchsten Bildungsabschluss an und nur 3% bzw. 2.2% die obligatorische Schule.

Herkunft

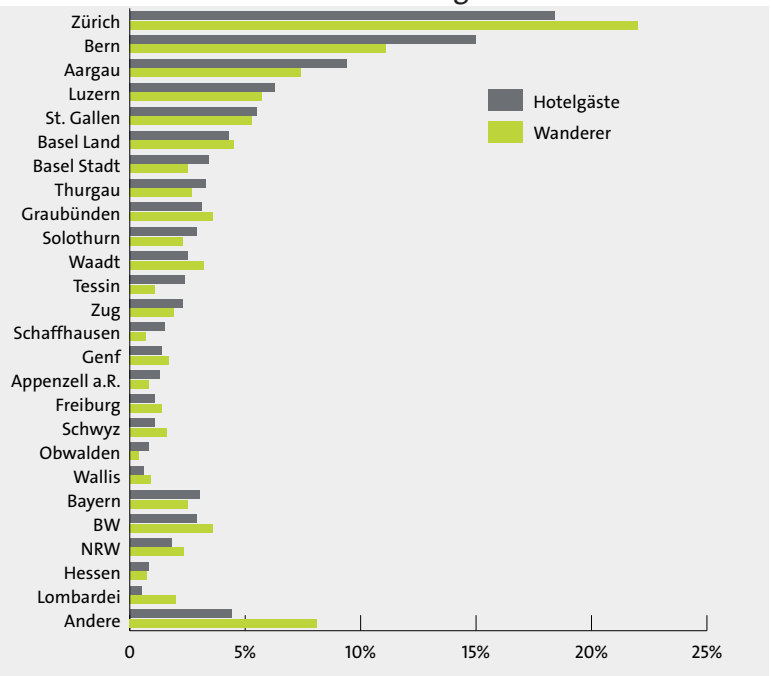
Wenig überraschend stellen die Besucher aus der Schweiz (83% bei den Hotelgästen, 79% bei den Wanderern) den grössten Anteil, gefolgt von Gästen aus Deutschland (je 11%). Bei den Wanderern gaben 3.8% an, aus Italien zu kommen und 2.5% aus den Niederlanden. Andere Nationen haben jeweils einen Anteil von unter 2%.[12] Die Herkunft der Gäste nach Regionen ist in Abb. 10 ersichtlich.

11 Hotelgäste n=810, Wanderer n=2413
12 Hotelgäste n=860, Wanderer n=2457

Die meisten Gäste kommen aus den bevölkerungsreichen Kantonen Zürich, Bern, Aargau und Luzern. Die Ostschweiz ist stärker vertreten als die Westschweiz und bei den Ausländern sind es vier deutsche Bundesländer – Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Hessen – die noch vor der Lombardei, der ersten italienischen Region kommen.

Die meisten Gäste kommen aus dem Norden.

Abb. 10: Herkunft der Gäste nach Regionen



Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=795, Wanderer n=2296; BW = Baden-Württemberg, NRW = Nordrhein-Westfalen)

Die Gäste kommen v.a. aus dem Norden.

Folgende Faktoren können zur Erklärung der überproportionalen Anzahl an Gästen aus dem Norden herangezogen werden:

Bevölkerung, Sprache und der starke Franken sind Erklärungen für die Herkunft der Gäste.

- *Bevölkerung*: die bevölkerungsreichen Gebiete sind stärker vertreten als bevölkerungsarme.
- *Sprache*: Obwohl in der Region romanisch gesprochen wird, können die Gäste davon ausgehen, dass ihre Gastgeber auch deutsch verstehen und sprechen. Wenngleich auch viele Einwohnerinnen und Einwohner des Engadins und der Val Müstair italienisch sprechen, dürfte dies den italienischen Gästen weniger bekannt sein – Graubünden wird als deutsch- und/oder romanischsprechend wahrgenommen – was sie lieber im benachbarten italienischen Südtirol übernachten lässt.
- *Wechselkurs zum Euro*: Im Befragungszeitraum war der Schweizerfranken mit einem Wechselkurs von etwa 1.20 zum Euro relativ stark bewertet, was den Aufenthalt für Ausländer und Ausländerinnen aus dem Euroraum

verteuert. Gleichzeitig verbilligt sich der Euroraum für Schweizer Touristen, was nahelegen würde, dass die Logiernächte aufgrund des starken Frankens zurückgegangen wären. Dies ist allerdings nur marginal der Fall, 2011 und 2012 war die Zahl der Logiernächte (Sommer und Winter) in der Region praktisch gleich (BfS, Zugriff 22.01.2013)[13], nachdem sie von 2009/10 auf 2010/12 um rund 10% zurückgegangen waren (TESSVM, 2012)

3.2 Gründe für den Aufenthalt in der Region

Der Nationalpark ist schon lange eine starke Marke.

Kaufmann (zit. in Camenisch 2008: 15) ermittelte 1991, dass 43% der Befragten Urlauber den Nationalpark als einen der wichtigsten Gründe für Ferien in der Val Müstair nennen. Dies ist auch heute noch in starkem Masse der Fall.

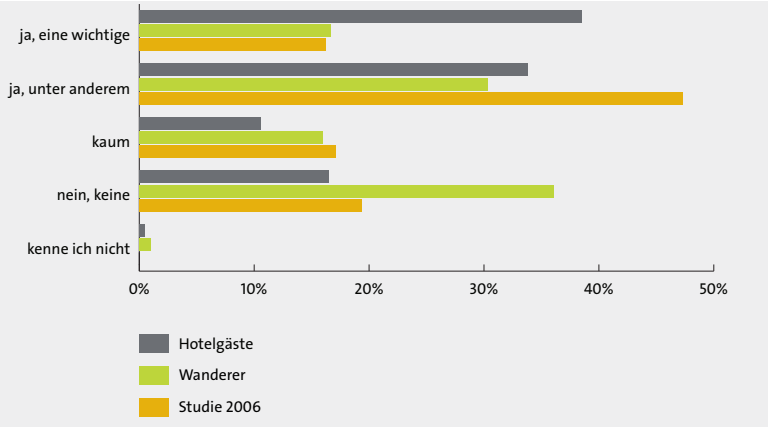
Rolle des Nationalparks bei der Entscheidung für den Besuch

Für 40% spielt der Nationalpark eine wichtige Rolle für die Entscheidung, in die Region zu reisen.

Der Nationalpark hat für die befragten Hotelgäste eine andere Bedeutung als für die im Gelände befragten Wanderer (vgl. Abb. 11), von denen fast 40% aussagten, dass der Nationalpark eine wichtige Rolle spielte bei der Entscheidung, in die Region zu reisen. Die von Camenisch ausgewerteten Daten von 2006 können am ehesten mit unseren Resultaten der Hotelgäste verglichen werden. Zählt man die Kategorien «ja, eine wichtige» und «unter anderem» sowie «kaum» und «nein, keine» jeweils zusammen, so halten sich deren Anteile bei den Hotelgästen die Waage, bei der Studie 2006 sind es über 60%, bei denen der Nationalpark eine Rolle spielte und bei den Wanderern über 70%.

Vor allem für Wanderer ist der Nationalpark ein wichtiger Grund, um in die Region zu kommen.

Abb. 11: Rolle des Nationalparks bei der Entscheidung, die Region zu besuchen



Quelle: eigene Darstellung (Hotelgäste n=876, Wanderer n=2455; Daten «Studie 2006» Camenisch 2008)

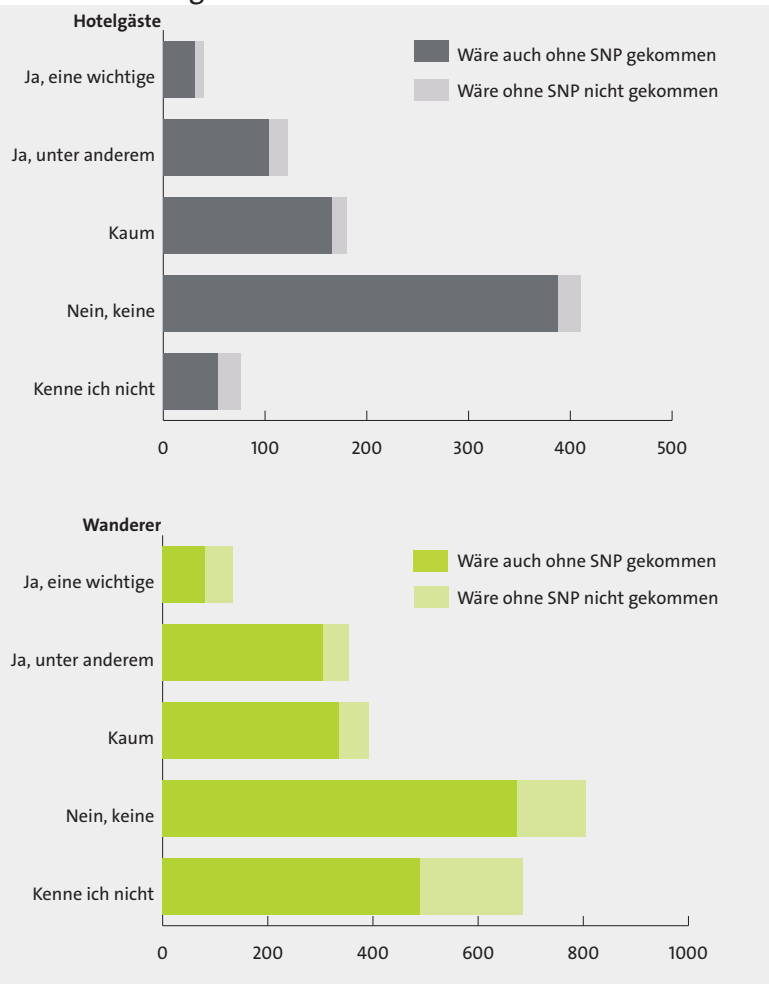
13 Das BfS (2012b) gibt für die Schweiz in den letzten Jahren eine geringe Schwankung für die Logiernächte an. Allerdings nahmen die Einnahmen aus dem Tourismus im Zuge der Finanzkrise 2008 stark ab und erholten sich seither zwar, allerdings nicht auf das Niveau von vor 2008.

20% wären ohne Nationalpark nicht in die Region gereist.

20% der befragten Wanderer geben an, dass sie nicht in die Region gereist wären, wenn es den Nationalpark nicht gäbe, bei den Hotelgästen sind es 10%. Das ist der gleiche Wert, der auch in der Befragung von 2006 ermittelt wurde. Von den Personen, die das Label Nationalpark als einen der zwei wichtigsten Gründe für ihren Aufenthalt nennen, wären 42% (Hotelgäste) bzw. 44.5% (Wanderer) ohne den Nationalpark nicht in die Region gekommen. Es zeigt sich auch, dass manche Touristen den Nationalpark regelmässig besuchen. Von den Wanderern, die in der Schweiz wohnen, gaben 31.8% an, in den letzten zehn Jahren den Nationalpark mehr als dreimal besucht zu haben. Bei den Gästen aus dem Ausland beträgt dieser Anteil 21.6%.

Das Label «Biosfera Val Müstair» spielt eine untergeordnete Rolle beim Entscheid, die Region zu besuchen.

Abb. 12: Rolle der Biosfera bei der Reiseentscheidung und Wichtigkeit des SNP



Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=828, Wanderer n=2367)

Die Biosfera ist bei den Hotelgästen besser bekannt als bei den Wanderern.

Abb. 12 zeigt, dass die Anzahl derer, die ohne den Nationalpark nicht in die Region gereist wären, in Bezug auf die Rolle, welche die Biosfera bei der Wahl einer Reisedestination gespielt hat, eher untergeordnet ist. Überraschend ist, dass

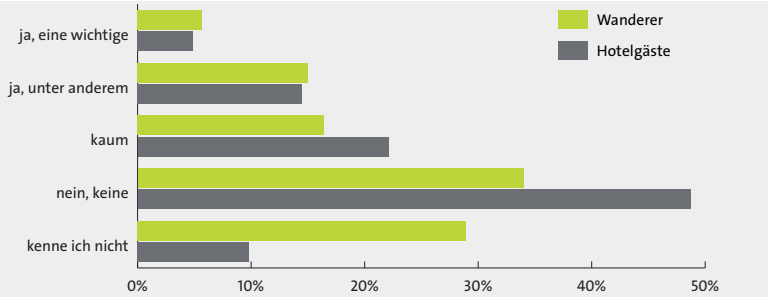
die Biosfera bei den Wanderern weit weniger bekannt ist als bei den Hotelgästen (allerdings muss dieses Resultat etwas relativiert werden, da der Anteil der in der Biosfera verteilten Fragebögen geringer war). Unter den Wanderern hat es auch überdurchschnittlich viele, die ohne die Existenz der Nationalparks nicht angereist wären.

Das Biosfera-Label ist unter den Besucherinnen und Besuchern noch wenig verankert.

Auf die Frage, ob die Hotelgäste in die Biosfera Val Müstair gekommen wären, wenn es dieses Label nicht gäbe, antwortet nur 4% mit nein, bei den Wanderern sind es 5%. Der Nationalpark als gut etablierte und lang existierende Institution ist eine Attraktion, die von vielen aktiv aufgesucht wird, bei der Biosfera, die erst seit kurzem besteht, konnte sich diese Verbundenheit noch nicht in diesem Masse entwickeln. Dies zeigt sich auch bei der Frage, welche Rolle die Biosfera beim Entscheid spielte, in die Region zu kommen (Abb. 13).

Hotelgästen ist das Label «Biosfera» besser bekannt als den Wanderern.

Abb. 13: Rolle der Biosfera bei der Entscheidung, die Region zu besuchen



Quelle: eigene Darstellung (Hotelgäste n=856, Wanderer n=2441)

Für einen Fünftel ist die Biosfera ein Grund, die Region zu besuchen.

Nur für die wenigsten Wanderer und Hotelgäste spielt die Biosfera eine wichtige Rolle, doch für rund einen Fünftel ist sie ein wichtiger oder unter anderem ein Grund zur Anreise. Auch geben mehr Personen an, die Biosfera nicht zu kennen. Interessanterweise sind es bei den Wanderern gegen 30%, bei den Hotelgästen dagegen nur 10%. Zudem zeigt sich, dass die Touristen, bei denen der Nationalpark eine wichtige Rolle spielt, mit dem Label «Biosfera» nicht unbedingt besser vertraut sind als die anderen. Somit geben die Wanderer, die in erster Linie wegen dem Nationalpark angereist sind, überdurchschnittlich oft an, die Biosfera nicht zu kennen (knapp 36% bei den Hotelgästen, während es bei den Wanderern etwa 25% sind, die das Label «Biosfera» nicht kennen).

Man kann aber beobachten, dass das Label bei den regelmässigen Gästen des Nationalparks besser bekannt ist: von den Wanderern, die in den letzten Jahren im Nationalpark waren, geben 26% an, die Biosfera sei für sie ein Grund, in die Region zu kommen. Bei den Wanderern, die noch nie oder weniger häufig im Nationalpark waren, beträgt dieser

Wert zwischen 17% und 23%. Zudem zeigt sich, dass für die Gäste, die wegen der Biosfera in die Region gekommen sind, der Nationalpark auch eine wichtige Rolle spielt. Es besteht hier durchaus Potenzial das Label stärker zu verankern, der Grundstein dafür wurde gelegt.

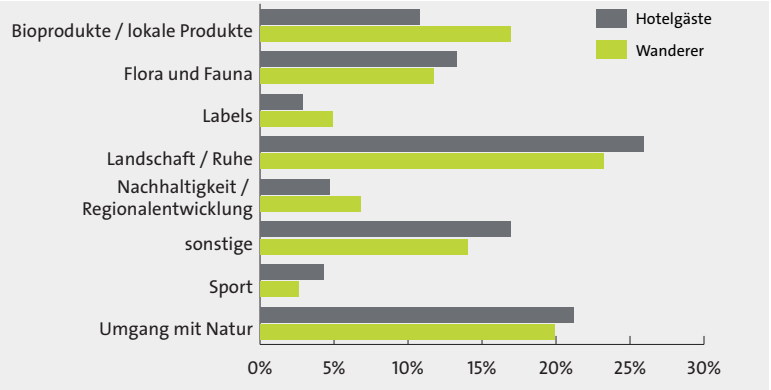
Assoziationen zur Biosfera Val Müstair

Die Biosfera wird als Region der Ruhe und Naturerlebnisse wahrgenommen.

Die Respondenten wurden gefragt, was sie spontan mit der Biosfera Val Müstair verbinden[14] und sie konnten zwei offene Antworten eintragen. Die meisten (vgl. Abb. 14) verbinden mit der Biosfera Landschaft, Ruhe und Naturerlebnisse, nur wenige denken an Sport (dies dürfte in der Wintersaison anders sein). Mit Nachhaltigkeit, Regionalentwicklung, dem Biosfera-Label und lokalen Produkten wird das Tal auch, aber in geringerem Masse assoziiert. Das mentale Bild, das die Befragten von der Biosfera haben ist von einer ruhigen Landschaft geprägt, in der natürliche Aspekte eine grosse Rolle spielen. Dies entspricht grundsätzlich den Charakteristiken einer Erholungslandschaft und die Aussagen stellen somit keine grosse Überraschung dar. Das gezeichnete Bild steht damit in einem (leichten) Kontrast zum Bild, das in der Region selbst gezeichnet wird und wo Bilder, die mit Lebens- und Produktionsräumen verbunden werden, stärker in den Vordergrund rücken (vgl. Thommen 2010).

Die Biosfera wird von den Touristen als Erholungslandschaft gesehen.

Abb. 14: Assoziationen zur Biosfera



Quelle: eigene Darstellung (Angaben in Prozenten, Mehrfachnennungen waren möglich, Hotelgäste n=278, Wanderer n=693)

Auch Besucherinnen und Besucher der Biosfera wandern gerne im Nationalpark.

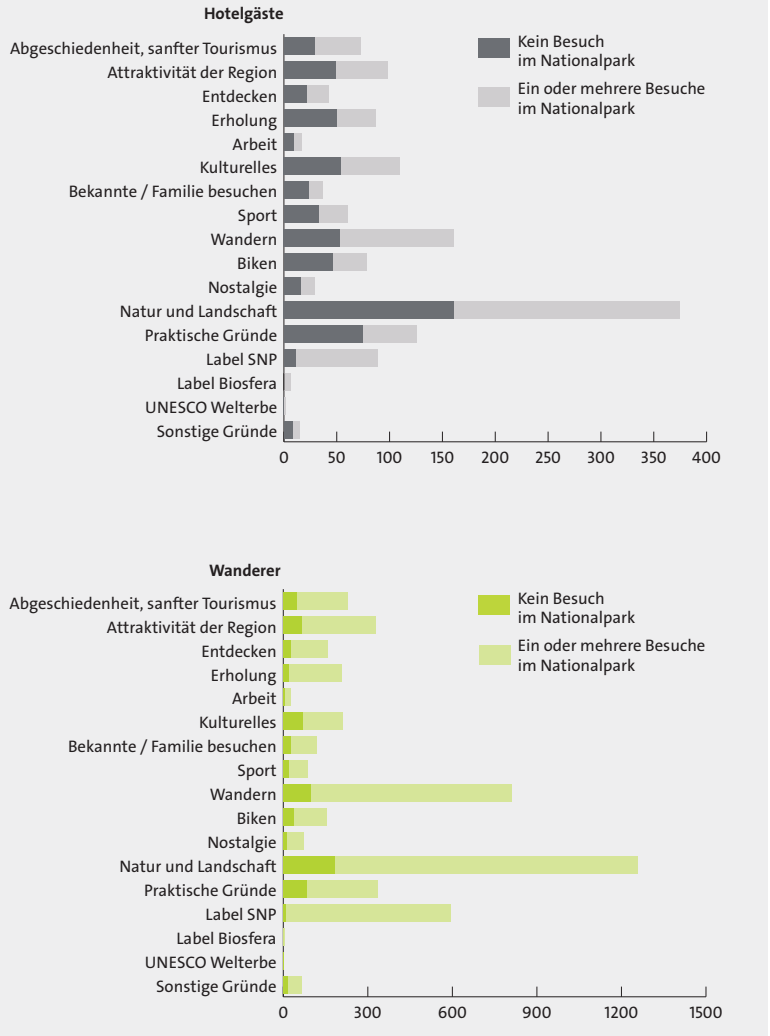
Bei den Gründen, die für einen Besuch der Region sprechen (Abb. 15), stechen Natur und Landschaft sowie Wandern ins Auge, aber auch der Nationalpark wird häufig genannt, v.a. bei den Gästen, die im Unterengadin übernachten. Das offenbar weniger bekannte Biosfera-Label ist (noch) bei den wenigsten ein Grund dafür, die Region zu besuchen. Von den Wanderern, die in der Val Müstair übernachten,

14 Die Frage wurde nur zur Biosfera Val Müstair gestellt, da es darum geht, herauszufinden, wie die neu geschaffene Region wahrgenommen wird. Da angenommen wurde, dass die Antworten zum Nationalpark stark in Richtung Natur, Flora und Fauna tendieren, wurde im Fragebogen nicht darauf eingegangen.

geben 20% an, wegen der Abgeschiedenheit und dem sanften Tourismus in die Region gereist zu sein. Dass die mit dem Wanderer-Fragebogen Befragten überdurchschnittlich häufig das Wandern und den Nationalpark angeben, dürfte auch am Ort der Fragebogenverteilung liegen.

Das Erleben von Natur und Landschaft ist ein Hauptgrund für den Besuch der Region.

Abb. 15: Gründe für den Aufenthalt in der Region



Quelle: Eigene Darstellung (Mehrfachnennungen möglich; Hotelgäste n=742, Wanderer N=2350)

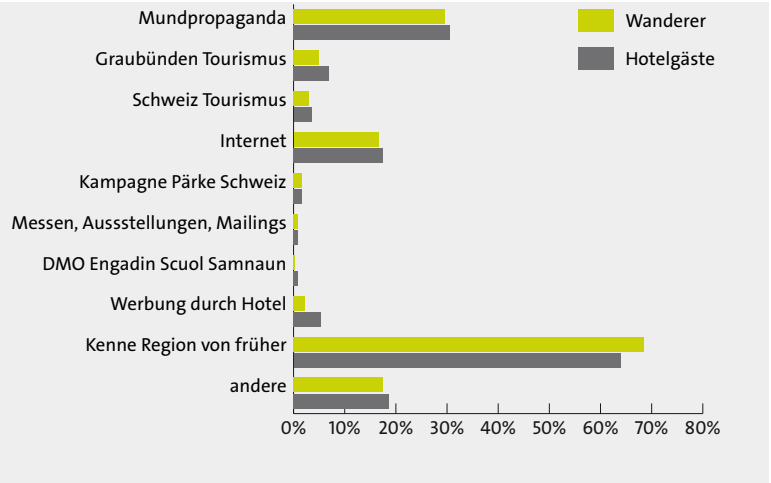
Das Geschlechterverhältnis ist bei allen genannten Gründen ausgeglichen, ausser beim Biken, wo sowohl bei den Hotelgästen als auch bei den Wanderern die Männer in der Mehrheit sind (jeweils ca. 60%). Zudem sind unter den Hotelgästen die Frauen beim Wandern (61%) und der Erholung (65%) deutlich in der Mehrheit.

Des weiteren wird ersichtlich, dass Wanderer den Nationalpark häufiger besuchen als Hotelgäste. Umgekehrt besuchen nur wenige derjenigen, die Wandern als Grund für den Besuch der Region angeben, den Nationalpark nicht. Der Nationalpark ist somit im Fokus der am Wandern Inte-

ressierten. Bei den befragten Wanderern fällt auf, dass der Besuchsgrund «Kloster Müstair» für viele eine Alternative zum Wandern darstellt.[15]

Mundpropaganda und Kenntnisse von früher sind die wichtigsten Informationsquellen.

Abb. 16: Wie wurden die Besucher auf die Region aufmerksam?



Quelle: eigene Darstellung (Angaben in Prozenten, Mehrfachnennungen waren möglich, Hotelgäste n=856, Wanderer n=2449)

Stammgäste sind die wichtigste Besuchergruppe.

Die meisten Besucher und Besucherinnen kennen die Region von früheren Besuchen, sind also wiederkehrende Gäste. Zudem ist Mundpropaganda eine wichtige Informationsquelle. Das bedeutet, dass Personen, die einmal die Region bereisten, häufig wieder bereit sind zurückzukehren. Ein recht grosser Teil informiert sich über das Internet. Ein Teil der weniger häufig genannten Informationsquellen dürfte in der Kategorie «Internet» enthalten sein. Die Unterschiede zwischen den beiden Gruppen sind nicht gross. Einzig bei «Werbung durch Hotel» fällt auf, dass die Hotelgäste dies häufiger angekreuzt haben, was jedoch durch die Auswahl dieser Befragtengruppe erklärt werden kann.

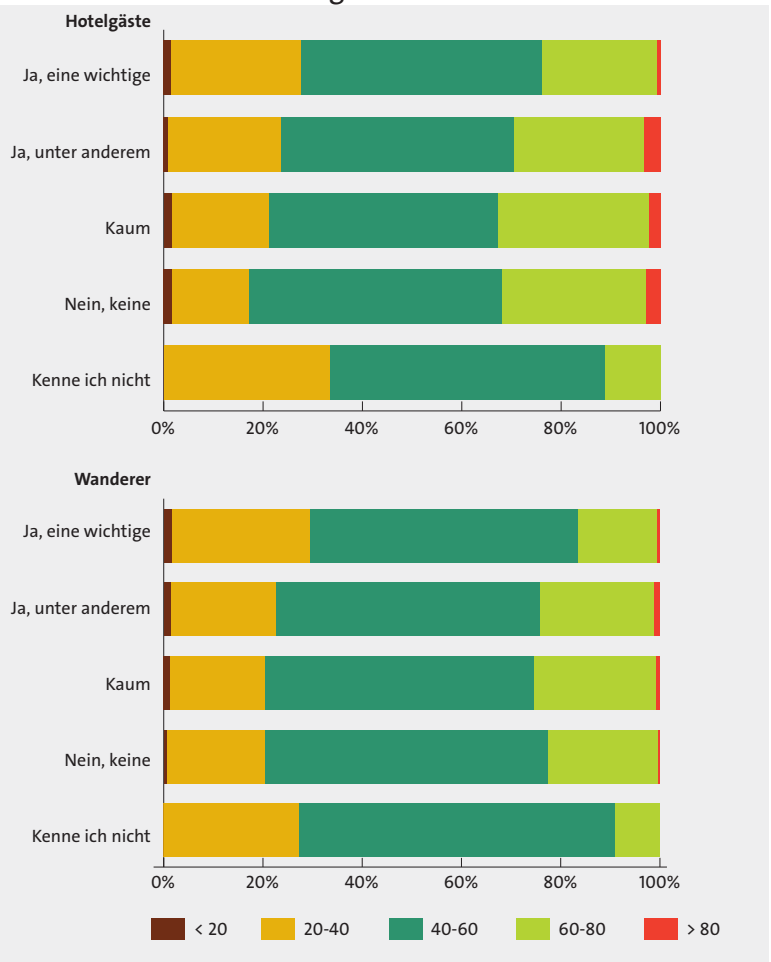
Auch in den offenen Fragen wird der Nationalpark häufig als Besuchsgrund genannt.

25% der Befragten Wanderer und 11.6% der Hotelgäste nennen das Label «Nationalpark» als einen der zwei wichtigsten Gründe, in die Region zu reisen. Bei der Betrachtung dieser Werte muss man beachten, dass die Frage offen gestellt wurde – das Label war also nicht als mögliche Antwort vorgeschlagen. Hier fällt zudem auf, dass jüngere Gäste häufiger angeben, der Nationalpark sei für sie ein wichtiger Grund gewesen, in die Region zu kommen (Abb. 17).

15 Dass von denjenigen, die das Label «Biosfera» als Besuchsgrund angeben, niemand den Nationalpark besucht hat, kann mit der geringen Anzahl der Antworten erklärt werden und dürfte nicht repräsentativ sein.

Unkenntnis über den Nationalpark ist eher bei den Jüngeren vorhanden.

Abb. 17: Alter und die Rolle des Nationalparks bei der Reiseentscheidung



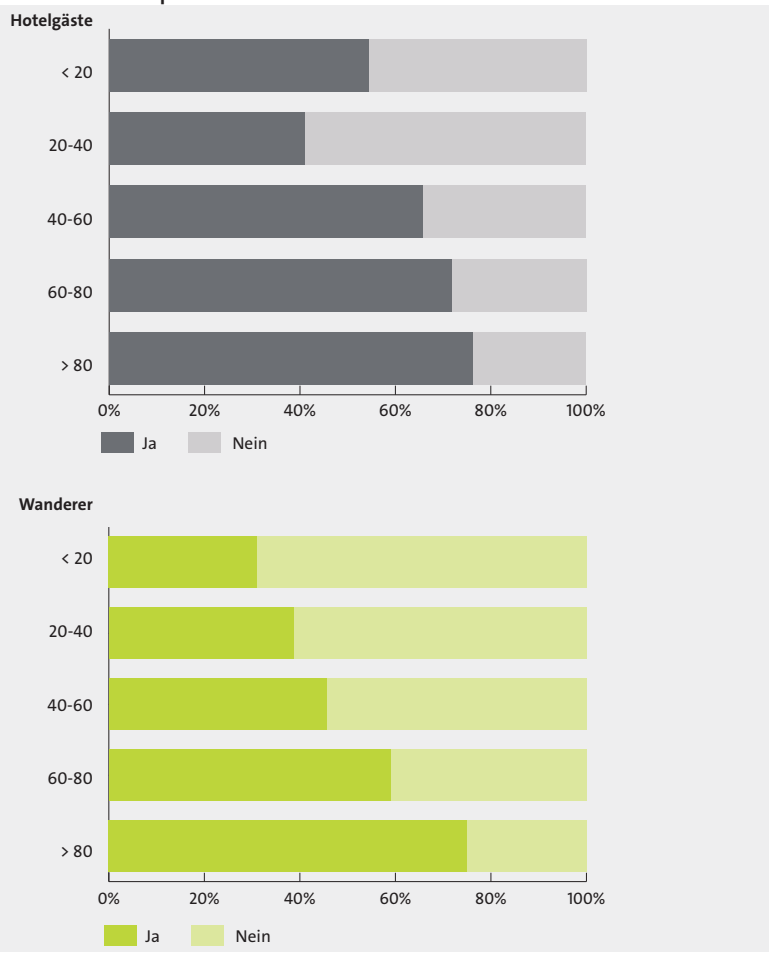
Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=836, Wanderer n=2303)

Auch die Biosfera ist bei den Älteren besser bekannt.

Das Label «UNESCO Biosphärenreservat» ist noch relativ neu (vgl. Abb. 18), doch ist es etwa der Hälfte der Befragten bekannt. Es gibt eine klare Altersverteilung: je älter die Befragten sind, desto eher kennen sie es. Dies stimmt mit der Erkenntnis überein, dass ältere Touristen sich genau informieren und ein grosses Interesse an der Region zeigen (Trachsel & Backhaus 2011). Der Bekanntheitsgrad des Labels bei den unter 20-jährigen Hotelgästen gibt zwar zur Hoffnung Anlass, doch haben nur wenige Junge überhaupt den Fragebogen ausgefüllt. Zudem fällt auf, dass der Anteil der Touristen, die das Label kennen, gleich hoch ist unter jenen, für die der Nationalpark eine wichtige Rolle spielt, wie bei den anderen.

Hotelgäste kennen die Biosfera besser.

Abb. 18: Wissen, dass die Biosfera ein UNESCO-Biosphärenreservat ist und Alter



Quelle: Eigene Darstellung (Hotelgäste n=813, Wanderer n=2232)

3.3 Bewertungen

In einem weiteren Teil des Fragebogens geht es um Einschätzungen und Bewertungen der Befragten. Wir wollten wissen, ob das neue Besucherzentrum gefällt und wie umherliegendes Totholz im Nationalpark bewertet wird.

Bewertung des Besucherzentrums

Mehr als die Hälfte der Befragten kennt das Besucherzentrum.

Das von Valerio Olgiati entworfene Besucherzentrum (Abb. 19) des Nationalparks beherbergt eine Ausstellung zu unterschiedlichen Themen und einen kleinen Shop. Die Wanderer wurden gefragt, ob sie das Besucherzentrum kennen und weiterempfehlen würden. Nur knapp 40% geben an, das Besucherzentrum nicht zu kennen. Von denen, die es kennen, können es zwei Drittel «ja, unbedingt» empfehlen, ein Drittel «eher ja» und nur gut 1% «eher nicht» (0.6% «nein, gar nicht»).[16] Aufgrund der guten Resonanz besteht also ein Potenzial weitere Gäste in das Zentrum zu bringen.

16 Alle Antworten n=2440, nur die, welche das Besucherzentrum kennen n=1487.

Abb. 19: Das von Valerio Olgiati entworfene Besucherzentrum in Zernez

Foto: Norman Backhaus

Behauptungen zum Zustand der Wälder im Nationalpark

Totholz wurde in den 1990-er Jahren mit Waldsterben assoziiert.

In Marcel Hunzikers Studie (Hunziker 1997; 2000), bei der es um die Wahrnehmung des Nationalparks im Allgemeinen und um das Totholz im Speziellen ging, wurde das im Park umherliegende abgestorbenes Holz mit dem Waldsterben assoziiert und von einem Drittel der Befragten eher negativ bewertet. Anhand zweier Bilder (Abb. 21 und Abb. 22) und fünf Behauptungen (Abb. 20) wollten wir feststellen, ob sich diese Einstellung bis heute verändert hat.

Totholz wird nicht als Folge von Klimawandel oder Luftverschmutzung gesehen.

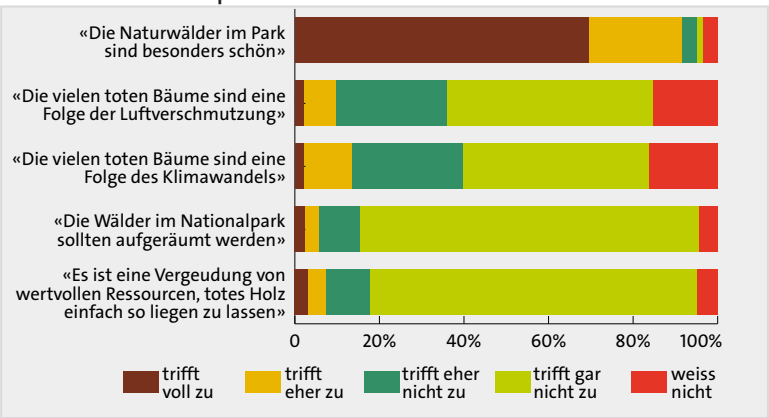
Die Wälder im Nationalpark werden von den Befragten grundsätzlich als schön erachtet, es gibt nur wenige, die nicht so empfinden. Bei den Behauptungen, bei denen es um Luftverschmutzung und Klimawandel geht, ist nur eine Minderheit der Meinung, dass Totholz eine Folge vom einen oder anderen ist. Doch immerhin gaben mehr als 15% an, die Frage nicht beantworten zu können. Man kann dies als Verunsicherung deuten angesichts dessen, dass der Klimawandel in aller Munde ist und für viele Umweltveränderungen verantwortlich gemacht wird.

Die Aufklärungsarbeit des Nationalparks trägt Früchte.

Die vom Nationalpark angestrengte Informationskampagne über die Rolle von Totholz in einem natürlichen Ökosystem scheint Früchte getragen zu haben, da die Wanderer grossmehrheitlich verneinen, dass die Wälder aufgeräumt werden sollten bzw. dass es eine Vergeudung sei, Totholz als wertvolle Ressource ungenutzt im Park verrotten zu lassen. Man kann dies so interpretieren, dass zur Zeit kein unmittelbarer Handlungsbedarf besteht für die Vermittlung von Informationen, welche die Behauptungen betreffen. Dennoch wäre es nicht sinnvoll, die bestehende Kampagne zu reduzieren.

Die Wälder des SNP werden als besonders schön betrachtet.

Abb. 20: Behauptungen zum Zustand der Wälder im Nationalpark



Quelle: Eigene Darstellung (n=2349, 2318, 2304, 2321, 2328)

Bewertung von Bildern mit und ohne Totholz

Bilder wirken anders als Text.

Die Bewertung von Texten und von Bildern unterscheiden sich, auch wenn sie ähnliche Botschaften haben. Die in unserem Wanderer-Fragebogen dargestellten Wälder zeigen einmal einen Wald, in dem viel Totholz umherliegt (Abb. 21) und einen, in welchem dies nicht der Fall ist (Abb. 22). Da die Bilder schwarz-weiss abgedruckt wurden, werden zwar Strukturen betont, doch erfordern sie auch ein grösseres Abstraktionsvermögen als dies bei Farbaufnahmen der Fall ist.

Im Fragebogen verwendetes Bild, um einen Wald mit Totholz darzustellen.

Abb. 21: Bild a: Totholz im Nationalpark

Foto: Schweizerischer Nationalpark

Im Fragebogen verwendetes Bild, um einen bewirtschafteten Wald ohne Totholz darzustellen.

Abb. 22: Bild b: Ausgeräumter Wald an der Grenze zum Nationalpark

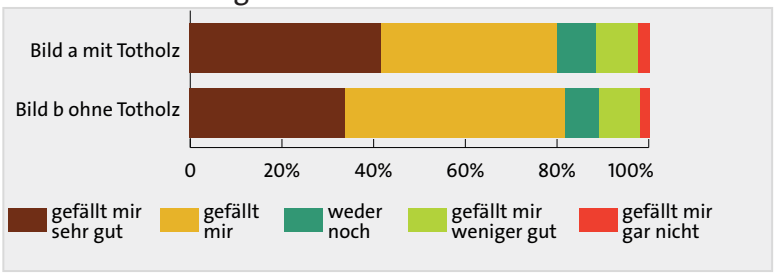
Foto: Norman Backhaus

Totholz wird heute eher als ästhetisches Element betrachtet.

Aus Abb. 23 lässt sich schnell ablesen, dass die Bilder kaum unterschiedlich bewertet werden. Das Bild mit Totholz gefällt mehr Befragten sehr gut als das ohne. Nimmt man die Kategorien «gefällt mir sehr gut» und «gefällt mir» zusammen wird das Bild ohne Totholz leicht besser beurteilt. Wir können daraus schliessen, dass Totholz kaum (mehr) negativ bewertet wird und nicht nur als notwendiges Übel, sondern als durchaus ästhetisches Element wahrgenommen wird.[17] Die Zahl derjenigen, die Totholz als störend empfinden ist sehr gering. Dies entspricht einem Trend, der Anfang der 1990-er Jahre mit einer negativen und vom Diskurs über das Waldsterben geprägten Einstellung begann und dann bis heute kontinuierlich abnahm.

Totholz wird nicht mehr als Störfaktor angesehen.

Abb. 23: Bewertung der Waldbilder



Quelle: Eigene Darstellung (n=2449, 2434)

17 Methodisch kann man hier argumentieren, dass sich bei Bewertungen von Bildern die von den Herstellern des Fragebogens beabsichtigten generellen Einschätzungen zu Totholz bzw. ausgeräumtem Wald schlecht von den konkreten Inhalten, die auf den individuellen Bildern zu sehen sind (z.B. Licht, Baumarten, Strukturen), trennen lassen. Es muss bei der Bewertung damit gerechnet werden, dass konkrete Aspekte eines Bildes stärker bewertet werden als die hinter den Bildern stehende Frage. Aufgrund von Kommentaren der Befragten können wir jedoch sagen, dass sich die Bilder in ihrer grundsätzlichen Qualität nur wenig unterscheiden. Somit können wir davon ausgehen, dass sich die Wanderer zum Thema geäussert haben, wenn sie die Bilder bewertet haben.

3.4 Touristische Wertschöpfung

Die Region verzeichnet über eine halbe Million Logiernächte.

Die Nationalparkregion verzeichnete in einer Sommersaison (Mai bis Oktober 2012) gut 554´000 Logiernächte[18]. Gemäss Küpfer (2000) werden davon 42% durch Nationalparktouristen generiert[19]. Einschliesslich indirekter und induzierter regionalwirtschaftlicher Effekte schätzt sie die durch den Nationalparktourismus generierte Wertschöpfung auf 17.4 Millionen CHF in der Untersuchungsregion, was rund 4% des regionalen BIP ausmacht (Küpfer 2000, Camenisch 2008). Eine ältere Arbeit von Schlegel (zit. in Camenisch 2008:14) aus dem Jahre 1983 schätzt, dass in der Gemeinde Zernez 60-70% der Arbeitsplätze und Umsätze durch den Nationalparktourismus generiert werden. Wer nun aber ist Nationalparktourist, und wer nicht, wer Biosfera Val Müstair-Touristin und wer gilt als Besucher des Biosphärenreservates Val Müstair Parc Naziunal? Um diese Fragen zu beantworten haben wir uns in vorliegender Studie wiederum an die Arbeiten von Küpfer und Knaus angelehnt, die sich jedoch in der Berechnungsgrundlage nicht in allen Punkten einig sind.

Wer sind die Nationalpark- bzw. Biosferatouristen?

Der eine Fragebogen dient zur Festlegung, wer Nationalparktouristin bzw. Biosferatourist ist.

Würden lediglich die Angaben der befragten Wanderer berücksichtigt, so würde daraus eine Verzerrung resultieren, da davon ausgegangen werden kann, dass Personen, die im und um den Nationalpark bzw. in der Biosfera befragt werden, überdurchschnittlich stark wegen dieser beiden Parklabels angereist sind. Deswegen wurde auch in den Hotels befragt, wo wir davon ausgehen können, diesbezüglich ein repräsentativeres Sample zu ziehen. Gemäss Küpfer, die ebenfalls dieses Vorgehen anwendete, wurden die Hotelgäste gefragt, welche Rolle der Nationalpark bzw. die Biosfera bei ihrer Entscheidung spielte, in die Region zu kommen und ob sie ohne die Existenz dieser Labels auch gekommen wären. Um als Nationalparktourist oder -touristin zu gelten, mussten bei Küpfer (2000: 91) folgende Bedingungen erfüllt sein:

- Der Nationalpark war für den Besucher, die Besucherin – mindestens unter anderem – ein Grund, um in die Region zu kommen UND
- sie besuchten den Nationalpark während ihres Aufenthaltes in der Region mindestens einmal.

1998 wurden 42% aller Logiernächte durch Nationalparktouristen generiert.

Nach dieser Annahme wurden 1998 42% aller Sommer-Logiernächte in der Untersuchungsregion durch National-

18 Davon sind 258'967 Hotelübernachtungen (BfS 2012a) und 295'223 Übernachtungen in der Parahotellerie (TESSVM 2012). Die für die ganze Saison fehlenden Daten von Ardez und Lavin wurden aufgrund von Angaben des Geschäftsberichtes des TESSVM (2012) geschätzt, die teilweise fehlenden von S-chanf, Zuoz und Susch aufgrund der Vormonate bzw. Vorjahre extrapoliert.

19 Bei allen folgenden Berechnungen wurden die in den Fragebogen angegebenen Kinder wie Erwachsene gezählt.

parktouristen generiert, also durch Personen, die mindestens unter anderem wegen des Nationalparks in die Region gekommen waren und diesen mindestens einmal besucht hatten (Küpfer 2000: 101).

Es bestehen unterschiedliche Grundlagen für die Bestimmung der Nationalpark- bzw. Biosferatouristen.

Knaus (2012) gibt zu bedenken, dass zwei Aspekte dieser Annahme problematisch sind. Zum einen zählt Küpfer eine Person, die nur «unter anderem» in den Nationalpark gekommen ist, voll als Nationalparktouristin. Das bedeutet, dass die Ausgaben dieser Person zu 100% als nationalparkgeneriert gerechnet werden. Dies obwohl sie ja auch wegen anderer Attraktionen, für die sie potenziell Geld ausgab, in die Region gekommen ist. Zum anderen birgt die Frage, ob jemand in die Region gekommen wäre, gäbe es den Nationalpark nicht, einen gewissen Bias, da sich die Existenz des Parks kaum aus den Entscheidungen wegdenken lässt. Aus diesen Gründen schlägt Knaus ein leicht verändertes Verfahren vor, das wir hier übernehmen und an unser Untersuchungsgebiet anpassen möchten.

Bedingungen, um zu 100% als Nationalparktourist zu gelten.

100% der Wertschöpfung, die durch einen Gast generiert wird, entsteht aufgrund des Nationalparks, wenn eine der folgenden Bedingungen (1-4) erfüllt ist:

1) Der Nationalpark spielte eine «wichtige» Rolle für den Besuch der Region.
2) Der Nationalpark spielte «unter anderem» oder «kaum» eine Rolle UND
   a) wenn die Person 3 oder weniger Nächte in der Region verbrachte und ihre bisherigen plus geplanten Parkbesuche grösser oder gleich der Anzahl Nächte sind ODER
   b) wenn die Person 4 oder mehr Nächte in der Region verbrachte und ihre bisherigen plus geplanten Parkbesuche grösser als 3 sind.
3) Der Nationalpark spielte «unter anderem» eine Rolle UND die Person bei der Frage nach den wichtigsten Gründen, weswegen sie in die Region gekommen ist, den Nationalpark genannt hat UND die Anzahl der bisherigen plus geplanten Parkbesuche grösser als Null ist.
4) Der Nationalpark spielte «unter anderem» eine Rolle UND als eine Antwort auf die Frage, wie die betreffende Person auf die Region aufmerksam wurde, die «Kampagne der Schweizer Pärke» genannt wurde.

Bedingungen, um zu 50% als Nationalparktouristin zu gelten.

50% der Wertschöpfung, die durch einen Gast generiert wird, entsteht aufgrund des Nationalparks wenn folgende Bedingung erfüllt ist:

5) Bedingungen 1-4 sind nicht erfüllt und der Nationalpark spielte «unter anderem» eine Rolle UND die bisherigen plus geplanten Parkbesuche sind grösser als Null.

Wendet man diese Regeln auf das Sample an, so ergibt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 24): 27.5% der Touristen tragen voll und 8.2% halb zur durch den Nationalpark generierten Wertschöpfung bei. Nach Küpfers Berechnungsmethode wären es 28.2%, die voll gerechnet werden können. Beim Wandererfragebogen wären die entsprechenden Zahlen 48.3% respektive 20.5%. Mit Küpfers Berechnungsmethode sind es 66.1%, die voll angerechnet würden. Doch wie oben erklärt, können die Wandererfragebögen nicht auf alle Besucher und Besucherinnen der Region hochgerechnet werden, weswegen diese Zahlen nicht weiterverwendet werden.

27.5% der touristischen Wertschöpfung ist zu 100% und 8.2% zu 50% durch den Nationalpark generiert.

Als Nationalparktouristinnen können 35.7% eingestuft werden.

Abb. 24: Anteil der Nationalparktouristen und -touristinnen

Bedingung		**Hotelgäste-Fragebogen**				**Wanderer-Fragebogen**			
Anteil		Anzahl		%		Anzahl		%	
voll	1	146		16.5		946		38.2	
	2	88	243	10.0	**27.5**	159	1194	6.4	48.3
	3	19	*249*	2.2	*28.2*	103	*1635*	4.2	*66.1*
	4	4		0.5		13		0.5	
halb	5	72	72	8.2	**8.2**	506	506	20.5	20.5

Quelle: eigene Darstellung (kursiv unsere Zahlen nach Küpfers Berechnungsmethode). Die Bedingungen 1-4 schliessen sich nicht gegenseitig aus, weswegen die kumulierten Zahlen kleiner sind als die Summe der Bedingungen (n=2474).

Bedingungen, um zu 100% als Nationalparktouristin zu gelten.

Ähnliche Bedingungen wurden für die Identifikation von Biosfera-Touristinnen formuliert. 100% der Wertschöpfung, die durch einen Gast generiert wird, entsteht aufgrund der Biosfera, wenn eine der folgenden Bedingungen (1-4) erfüllt ist:

1) Die Biosfera spielte eine «wichtige» Rolle.
2) Die Biosfera spielte «unter anderem» oder «kaum» eine Rolle UND
   es wurde ein Ort oder mehr in der Biosfera besucht UND
   es wurde in der Biosfera übernachtet.
3) Die Biosfera spielte «unter anderem» eine Rolle UND
   die Person bei der Frage nach den wichtigsten Gründen, weswegen sie in die Region gekommen ist, die Biosfera genannt hat UND mindestens einen Ort in der Biosfera besucht hat.
4) Die Biosfera spielte «unter anderem» eine Rolle UND als eine Antwort auf die Frage, wie die betreffende Person auf die Region aufmerksam wurde die Kampagne Pärke Schweiz genannt wurde.

Bedingungen, um zu 50% als Nationalparktourist zu gelten.

50% der Wertschöpfung, die von durch einen Gast generiert wird, entsteht aufgrund der Biosfera, wenn folgende Bedingung erfüllt ist:

5) Bedingungen sind 1-4 nicht erfüllt und die Biosfera spielte «unter anderem» eine Rolle UND es wird in der Biosfera übernachtet.

6% der touristischen Wertschöpfung ist zu 100% und 6.2% zu 50% durch die Biosfera generiert.

Wendet man diese Regeln auf das Sample an, so ergibt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 25): 6% der Gäste tragen voll und 6.2% halb zur Wertschöpfung durch die Biosfera bei. Nach Küpfers Berechnungsmethode wären es 9.6%, die voll gerechnet werden können. Beim Wandererfragebogen wären die entsprechenden Zahlen mit 14.1% respektive 7%. Mit Küpfers Berechnungsmethode wären es 16.1%, die voll angerechnet würden.

12.2% sind Biosferatouristinnen

Abb. 25: Anteil der Biosferatouristinnen und -touristen

Bedingung		**Hotelgäste-Fragebogen**				**Wanderer-Fragebogen**			
Anteil		Anzahl		%		Anzahl		%	
voll	1	42	53 *85*	4.8	**6.0** *9.6*	139	348 *398*	5.6	14.1 *16.1*
	2	0		0		196		7.9	
	3	6		0.7		1		0.0	
	4	5		0.6		14		0.6	
halb	5	55	55	6.2	**6.2**	174	174	7.0	7.0

Quelle: eigene Darstellung (kursiv unsere Zahlen nach Küpfers Berechnungsmethode; n=883).

Da viele der Befragten sowohl den Nationalpark als auch die Biosfera besucht haben, können ihre Ausgaben nicht beiden Gebieten voll angerechnet werden. Oben wurden zur Berechnung der Wertschöpfung Bedingungen (1-5) gestellt und festgelegt, ob eine Person voll, halb oder gar nicht als Nationalparktouristin bzw. Biosferatourist gezählt wird. Daraus ergeben sich neun mögliche Kombinationen zwischen Nationalpark und Biosfera.

Es gibt neun Möglichkeiten für das Verhältnis der Anteile von SNP und BVM zur Wertschöpfung.

Abb. 26: Aufteilung des Beitrags zur Wertschöpfung zwischen SNP und BVM

Fall	**Trägt bei zur SNP-Wertschöpfung**	**Trägt bei zur BVM-Wertschöpfung**	**Von 100 CHF sind SNP-generiert**	**Von 100 CHF sind BVM-generiert**
1	100%	0%	100.00	0.00
2	100%	50%	66.66	33.33
3	100%	100%	50.00	50.00
4	50%	0%	50.00	0.00
5	50%	50%	25.00	25.00
6	50%	100%	33.33	66.66
7	0%	50%	0.00	50.00
8	0%	100%	0.00	100.00
9	0%	0%	0.00	0.00

Quelle: eigene Darstellung

Aus den in Abb. 26 dargestellten neun Fällen ergibt sich die Verteilung der Anteile an der Wertschöpfung, die dem Nationalpark bzw. der Biosfera zugeschrieben werden können. Diese ist zudem nach der Anzahl der Respondenten in den verschiedenen Klassen gewichtet (vgl. Abb. 27). Daraus er-

gibt sich, dass 28.4% der touristischen Wertschöpfung dem Nationalpark und 6.6% der Biosfera zuzuordnen sind.

Die Anteile der Wertschöpfung von SNP und BVM müssen gewichtet werden.

Abb. 27: Anteil der Wertschöpfung durch SNP und BVM gewichtet

	SNP			BVM		
Anteil %	**Befragte**	**%**	**Gewicht**	**Befragte**	**%**	**Gewicht**
0	558	64.5	0	757	87.5	0
25	9	1.0	2.3	9	1.0	2.3
33	6	0.7	2.0	20	2.3	6.6
50	88	10.3	44.0	58	6.7	29
66	20	2.3	13.2	6	0.7	4.0
100	184	21.3	184.0	15	1.8	15
Total	865	100	**28.4**	865	100	**6.6**

Quelle: eigene Darstellung

Touristische Ausgaben und Bruttoumsatz

Gut 600'000 Gäste besuchten die Region im Sommer des Jahres 2012.

Die durch den Tourismus induzierte Gesamtnachfrage (Bruttoumsatz bzw. direkter touristischer Umsatz) wird aus den durchschnittlichen Tagesausgaben multipliziert mit der Gästefrequenz berechnet. Die Gästefrequenz setzt sich zusammen aus den Hotelübernachtungen (258´967; BfS), den Übernachtungen in der Parahotellerie (295´223; TESSVM) und den Besuchen von Tagesgästen (50'000; Hochrechnung aufgrund der Wandererfragebögen und einem Abgleich mit den an den Eingängen zum Nationalpark angebrachten Zählmatten[20]); total beträgt so die Gästefrequenz im Sommer 2012 604´190.

Durchschnittlich gibt eine Person 115 CHF pro Tag aus.

Im Durchschnitt gab jeder Gast der Hotellerie 159 CHF pro Tag in der Region aus, in der Parahotellerie 111 CHF und die Tagesgäste 77 CHF (vgl. Abb. 28); im gewichteten Durchschnitt sind dies 115 CHF. Im Gesamtdurchschnitt wird am meisten für Unterkunft (39%), Verpflegung (25%) und Einkauf (22%) ausgegeben, weniger für Transport (9%), Veranstaltungen (3%) und Sonstiges (2%).

Über die Hälfte der Befragten (53.2%) gaben an, während ihres Aufenthalts Waren gekauft zu haben, die als lokale Produkte ausgewiesen waren, 22% kauften mit «Biosfera» gekennzeichnete Produkte und 36.2% gaben an, Produkte erworben zu haben, die als lokale Produkte vermarktet wurden.

Der von Sommertouristen generierte Bruttoumsatz in der Untersuchungsregion beträgt demnach 78'035'840 CHF.

20 Berechnung aufgrund der Logiernächte BfS (258'967) + Parahotellerie TESSVM (295'223) und des Verhältnisses der Besuche von Tages- zu Nicht-Tages-Touristen im Wandererfragebogen (9.89%) = 54'834. Knapp 13% der Besuche im Nationalpark und der Biosfera gehen auf Tagesgäste zurück (Total der über Zählmatten erfassten Besucher = 97'216 * 0.13 = 12'592 plus Personen, die ausschliesslich die Biosfera besucht haben und somit nicht von den Zählmatten im Nationalpark erfasst wurden (=8.46% der 12'592 = 1065) = 13'657. Diese Zahl ist wohl zu tief, da einerseits Tagesgäste der Biosfera eher unterrepräsentiert sind (aufgrund der Fragebogenverteilung). Darum wurde die Entscheidung gefällt, die Tagesgäste auf 50'000 festzulegen.

Der indirekte touristische Umsatz berechnet sich aus dem Bruttoumsatz, der mit dem Faktor 0.74 multipliziert wird und damit 57´746´521 CHF beträgt. Der gesamte touristische Umsatz ist die Summe des direkten und indirekten touristischen Umsatzes: 135'782'361 CHF. Davon kann die Hälfte als Vorleistungen und Investitionen abgezogen werden. Die resultierende touristische Gesamtwertschöpfung beträgt dann 67´891´181 CHF für die Sommersaison in der Untersuchungsregion.

Hotelgäste geben am meisten aus.

Abb. 28: Durchschnittliche Ausgaben 1998, 2006 und 2012

in CHF	1998*	2006*	2012
Gesamt (gewichtet)	98	141**	115
Hotelgäste	143	k.A.	159
Parahotellerie	66	k.A.	111
Tagesgäste	22	k.A.	77

Quelle: Daten 1998 nach Küpfer (2000); Daten 2006 nach Camenisch (2008) *teuerungsbereinigt nach Preisen von 2012 (1998 Faktor 11.1%, 2006 2.9%), Daten 2012 eigene Erhebungen. ** Die Erhebung von 2006 wurde v.a. in Hotels durchgeführt, was den relativ hohen Wert erklären könnte.

Das Bruttoinlandprodukt der Region beträgt über eine halbe Milliarde CHF, etwa 75 Millionen gehen auf den Tourismus zurück.

Die Bedeutung des Tourismus für die regionale Wirtschaft kann aus dem regionalen Bruttoinlandprodukt (BIP) pro Kopf von 60'000 CHF (geschätzt nach BAKBASEL 2010: 13) und der Anzahl Einwohner im Untersuchungsgebiet (10'062; Amt für Wirtschaft und Tourismus 2012) errechnet werden. Das BIP der Region beträgt so 603'720'000 CHF. Die Bedeutung des Tourismus wird von BAKBASEL (2010) mit 13% veranschlagt; mit den von uns ermittelten Zahlen kommen wir auf 11.25%. Im Folgenden werden wir diesen Wert verwenden. Der Beschäftigungseffekt durch den Tourismus kann mit der Arbeitsproduktivität im Tourismus errechnet werden. Kronthaler et al. (2008) gehen von knapp 79'000 CHF aus. Knaus (2012: 10-11) benutzt mit 80'000 CHF einen vergleichbaren Wert. Küpfer hat für 1998 85'000 CHF angenommen, Rütter, Guhl und Müller (1996) haben für den Kanton Bern einen Wert von 86'000 CHF und Rütter et al. (2011) haben für das Wallis eine Arbeitsproduktivität von 72'000 CHF im Tourismussektor ermittelt. Mit dem tiefsten Wert beträgt der Beschäftigungseffekt 943 Vollzeitstellen, mit dem höchsten 790 und mit 80'000 CHF 848. Durch den Tourismus werden in der Untersuchungsregion also gut 850 Vollzeitstellen geschaffen.

Durch den Tourismus werden gut 800 Vollzeitstellen in der Region generiert.

Touristische Wertschöpfung durch den Nationalpark und die Biosfera Val Müstair

28.4% können als Nationalparktouristinnen und 6.6% als Biosferatouristen identifiziert werden.

Der Anteil, den die Nationalparktouristen an der touristischen Wertschöpfung haben, beträgt gemäss der von uns (basierend auf Knaus) verwendeten Berechnungen 28.4%, für Biosferatouristen 6.6%. Nach der Berechnungsformel

von Küpfer sind es 26.4% und 7.75% (jeweils nur aufgrund der Angaben aus dem Hotelfragebogen, d.h. ohne Tagestouristen). Die touristische Wertschöpfung durch das Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal kann (inklusive Tagestouristen[21], die jedoch nur einen kleinen Teil – 875'977 CHF – ausmachen) auf 23'502'192 CHF veranschlagt werden, der Anteil des Nationalparks beträgt 19'727'333 CHF, derjenige der Biosfera 3'774'859 CHF. Nimmt man die Berechnungsgrundlage von Küpfer, ist das Total für die Gesamtregion fast gleich, der Anteil der Biosfera aber rund eine Million CHF höher (vgl. Abb. 29).

Durch den Tourismus im Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal werden 23.5 Millionen CHF Wertschöpfung generiert, davon entfallen 19.7 Millionen CHF auf den Nationalpark und 3.7 Millionen auf die Biosfera.

Abb. 29: Touristische Wertschöpfung in CHF nach unterschiedlichen Berechnungsarten

Gebiet, Methode	Gesamt	Hotellerie	Para-hotellerie	Tagesgäste
Untersuchungsgebiet				
Knaus	**23'502'192**	12'566'774	10'059'441	875'977
Küpfer	23'469'539	12'053'844	10'496'808	918'887
effektiv*	25'416'473			
Nationalpark				
Knaus	**19'727'333**	9'963'656	8'980'602	783'075
Küpfer	18'676'267	9'104'499	8'834'813	736'954
effektiv*	20'214'625			
Biosfera				
Knaus	**3'774'859**	2'603'117	1'078'839	92'903
Küpfer	4'793'272	2'949'345	1'661'995	181'932
effektiv*	5'201'848			

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; *bei dieser Methode wurden die effektiven Ausgaben der als Nationalpark- bzw. Biosferatouristen kategorisierten Personen verwendet (nicht der Gesamtdurchschnitt). Hervorgehoben die Werte, die für die Berechnung der Wertschöpfung verwendet wurden.

Der Nationalpark konnte das Niveau der Wertschöpfung trotz globaler Finanzkrise und Euroschwäche halten.

Küpfer (2000) ermittelte eine touristische Wertschöpfung durch den Nationalpark 1998 von 17.4 Millionen CHF. Teuerungsbereinigt zu Werten von 2012 wären dies 19.3 Millionen CHF, also ziemlich genau gleich viel wie 2012 allein durch den Nationalpark erzielt wurde. Doch Küpfers Zahlen beziehen sich auf die gesamte Untersuchungsregion, die Biosfera existierte als solche noch nicht, das Tal wurde von ihr jedoch zur Nationalparkregion gezählt. Das bedeutet, dass die kumulierte Wertschöpfung durch Nationalpark und Biosfera 2012 um mehr als 20% höher ist als 1998. Zahlenmässig kann man diesen Zuwachs mit der durch die Biosfera erwirtschafteten Wertschöpfung gleichsetzen, inhaltlich müssen aber andere Erklärungen gesucht werden, da die Besucherzahlen nicht ebenfalls um 20% gestiegen, sondern gegenüber 1998 sogar leicht zurückgegangen sind. Der Grund für die Steigerung der Wertschöpfung liegt v.a. bei den gestiegenen durchschnittlichen Ausgaben. Aus Abb.

21 Die Bedeutung des Nationalparks respektive der Biosfera wurde bei den Tagestouristen aufgrund des Wandererfragebogens berechnet. Dazu wurde ein Korrekturfaktor verwendet, der aus dem Unterschied der Bedeutungen dieser Regionen zwischen Wanderer- und Hotelfragebogen errechnet wurde.

29 lässt sich unter anderem auch ersehen, dass Besucher, die angegeben haben, wegen dem Nationalpark respektive der Biosfera gekommen zu sein (Wert «effektiv»), tendenziell mehr ausgeben als andere Besucher.

Die durchschnittlichen Tagesausgaben sind gegenüber 1998 gestiegen.

Die Tagesausgaben sind gesamthaft um 17% gestiegen (teuerungsbereinigt). Ein Blick auf Abb. 28 zeigt, dass v.a. in der Parahotellerie mehr ausgegeben wird und auch, dass die Tagesgäste 2012 offenbar mehr als dreimal so viel ausgeben wie 1998. Diese Steigerung (die aufgrund der geringen Zahl der Tagesgäste nicht stark ins Gewicht fällt) dürfte auf methodische Unterschiede zurückzuführen sein. Küpfer fragte ihre Respondenten nach den Ausgaben für die vergangene Woche, wir hingegen fragten nach einem «durchschnittlichen Tag, z.B. gestern». Dies aufgrund der Annahme, dass man sich an die Ausgaben des gestrigen Tages besser erinnert als an die der vergangenen Woche. Schwankungen und Ausreisser sollten aufgrund des relativ grossen Samples ausgeglichen werden. Da dieses aber gerade bei den Tagesgästen relativ klein ist, kann der relativ grosse Betrag bei dieser Gruppe so erklärt werden. Die Steigerung der Gesamtausgaben um 17% sind unserer Ansicht nach jedoch nicht durch methodische Faktoren zu erklären, sondern durch eine gesteigerte Bereitschaft höherwertige Produkte zu erwerben, was einem gesellschaftlichen Trend entspricht. Ausserdem wurde die Region durch die Eröffnung des Vereinatunnels 1999 und die Schaffung des Biosphärenreservates aufgewertet.

Die Bereitschaft, höherwertige Produkte zu kaufen ist grösser geworden.

Direkt und indirekt werden maximal knapp 300 Vollzeitstellen durch den Schutzgebietstourismus geschaffen.

Bei einem Anteil der durch den Nationalparktourismus erzielten Wertschöpfung von 28.4%, werden 240 Vollzeitstellen (Annahme 848 Stellen durch den Tourismus) geschaffen, bei der Biosfera sind es 56 Vollzeitstellen, insgesamt also 296. Diese Zahlen sind jedoch Maximalwerte, bei denen Vorleistungen und Einkommenseffekte mitberücksichtigt sind. Der vergleichbare Wert bei Küpfer liegt bei 204 Vollzeitstellen, die jedoch mit einem um 6% höheren Wert für die Arbeitsproduktivität gerechnet hat.

Der Nationalpark kann von seiner Bekanntheit zehren.

Wir können aus diesen Zahlen schliessen, dass die Bedeutung der Schutzgebiete in der Region seit 1998 zugenommen hat und mehr touristische Ausgaben durch Besucherinnen und Besucher von Biosfera und Nationalpark generiert werden. Das Ungleichgewicht zwischen Nationalpark und Biosfera kann einerseits mit dem Bekanntheitsgrad des Parks erklärt werden, anderseits auch damit, dass Biosphärenreservate sich visuell nur wenig von ähnlichen Landschaften unterscheiden und zudem ihre (touristische) Nutzung weniger reguliert ist. Kurz: es ist sehr unwahrscheinlich, dass den Nationalpark betretende Personen nichts von

seiner Existenz mitbekommen, hingegen beim Betreten der Biosfera ist dies sehr wohl möglich. Deswegen ist die explizit durch das Label «Biosfera Val Müstair» erzielte Wertschöpfung nicht zu unterschätzen und vier Jahre nach der Lancierung der Biosfera durchaus als Erfolg zu werten, zumal die touristische Infrastruktur im Vergleich zum Unterengadin bescheidener ist.

3.5 Nationalpark und Biosfera als Arbeitgeber

Finanzflüsse und Strukturen

Drei Parkinstitutionen bieten Arbeitsplätze in und ausserhalb der Region.

Im folgenden Abschnitt werden die Einnahmen und Ausgaben der drei Institutionen Nationalpark (SNP), Forschungskommission (FOK) und Biosfera Val Müstair (BVM) untersucht. Dabei spielen die geographische Herkunft der Finanzflüsse und der Ort, an dem die Ausgaben getätigt wurden, eine wichtige Rolle. Obwohl die drei Institutionen zusammen ein Gesamtsystem bilden, werden die Jahresrechnungen von Nationalpark, der Forschungskommission und der Biosfera getrennt behandelt.

Zusammen schaffen die drei Institutionen über 30 Vollzeitstellen.

Der Nationalpark ist eine öffentlich-rechtliche Stiftung mit Sitz in Bern. 2011 waren 37 Personen beim Nationalpark angestellt, mit insgesamt 27.2 Vollzeitäquivalenten. Der Nationalpark verfügt über zwei Fonds, aus dem der finanziert wird: den Nationalparkfonds und den Erneuerungsfonds. Die Forschungskommission ist eine Kommission der Schweizerischen Akademie der Naturwissenschaften (SCNAT), mit einer Stelle. Die Gemeinde Val Müstair bildet die Trägerschaft des regionalen Naturparks Biosfera Val Müstair (Charta BVM 2011). 2011 beschäftigte die Biosfera vier Personen, mit insgesamt 3.35 Vollzeitäquivalenten.

Einnahmen der drei Institutionen im Jahr 2011

Betriebskosten, Pachtzinsen und Wildschadenverhütung bzw. -vergütung sind die grössten Ausgaben des Nationalparks.

Der grösste Anteil der Einnahmen des *Nationalparks* besteht aus Bundesbeiträgen (vgl. Abb. 30), v.a. des Bundesamts für Umwelt (BAFU) als Beteiligung für die Betriebskosten. Daneben erfolgt jährlich eine Zahlung von 500’000 CHF vom Bund direkt an die Nationalparkgemeinden. Diese Zahlung deckt die Pachtzinsen (427’000 CHF) sowie die Kosten von Wildschadenverhütung (45’000 CHF) und -vergütung (28’000 CHF), und erfolgte unabhängig von der Jahresrechnung des Nationalparks[22]. Ein zweiter wichtiger Teil der Einnahmen des Parks stammt aus eigenen Leistungen, d.h. aus Verkäufen und Dienstleistungen, Erträgen aus den Liegenschaften im Besitz des Nationalparks sowie aus finanziellen Anlagen. Zudem stammen 458’938 CHF aus diversen Spenden, Legaten und Schenkungen. Total nahm der Nationalpark 2011 also 5’387’250 CHF ein.

22 Dies hat sich 2012 geändert.

Die Forschungskommission verfügt über eine Geschäftsstelle, ihre Mitglieder arbeiten weitgehend ehrenamtlich.

Die *Forschungskommission* (deren Mitglieder weitgehend ehrenamtlich für die Kommission tätig sind) wird zum grössten Teil von der Schweizerischen Akademie der Naturwissenschaften (SCNAT) finanziert. Der Beitrag der SCNAT zur Finanzierung der Forschungskommission belief sich 2011 auf 247'000 CHF. Der Rest der Einnahmen besteht aus Stiftungsbeiträgen des Nationalparks sowie aus dem Ertrag aus dem Verkauf von Publikationen, insgesamt 271'684 CHF.

Bund und Kanton Graubünden finanzieren den grössten Teil der Biosfera.

Die Aktivitäten der *Biosfera* wurden 2011 vor allem mit öffentlichen Mitteln finanziert, aus Beiträgen vom Kanton Graubünden (340'071 CHF), vom Bund (287'000 CHF) und der Gemeinde Val Müstair (117'104 CHF). Der Rest der Einnahmen setzt sich aus diversen Beiträgen und Spenden zusammen (30'602 CHF) sowie aus dem Ertrag aus dem Verkauf von Produkten (3'357 CHF). Gesamthaft beträgt die Summe der Einnahmen der Biosfera im Jahr 2011 799'750 CHF.

Die Personalkosten stellen jeweils den grössten Anteil der Ausgaben dar.

Die Personalkosten schlagen mit 57% der Ausgaben des Nationalparks im Jahr 2011 am stärksten zu Buche. Dazu kommen 239'911 CHF für die Verwaltungs- und 67'559 CHF für die Betriebskosten. Die Ausgaben für die Liegenschaften betrugen 535'493 CHF. Dieser Punkt enthält Kosten für verschiedene Investitionen und Reparaturen an den Immobilien, aber auch die jährliche Abschreibung für das Besucherzentrum. Weitere Ausgaben werden in den Bereichen Geoinformation, Kommunikation & Information und Forschung getätigt.

Die Forschungskommission vergibt Mandate und deckt Feldspesen.

Die Personalkosten der Forschungskommission betrugen 2011 193'240 CHF. Darin enthalten sind Gehälter, aber auch Reise- und Feldspesen sowie Mandate. Zusätzliche Ausgaben fallen für die Nutzung von Büros, die Durchführung von Tagungen und Sitzungen und den Druck von Publikationen an.

Auch bei der Biosfera wurde der grösste Teil der Ausgaben für Dienstleistungen und Honorare aufgewendet (556'831 CHF). Zudem gingen 104'408 CHF an die Gemeinde Val Müstair.

Räumliche Verteilung der Einnahmen und Ausgaben

Nicht alle Finanzflüsse können räumlich verortet werden.

Es ist nicht bei allen Finanzflüssen möglich, zu bestimmen, ob sie aus der Region stammen bzw. von ausserhalb in die Region fliessen. Dies ist eine Quelle der Unsicherheit bei der Analyse der Finanzflüsse. Folgende vereinfachende Annahmen werden deswegen getroffen:

- Einnahmen, die durch Verkäufe und Dienstleistungen an Touristen generiert wurden, werden als Geldflüsse von

ausserhalb in die Region betrachtet, da die meisten Besucher nicht aus der Region stammen. Dies betrifft die Erträge des Nationalparks aus seinen Liegenschaften, aus dem Verkauf und aus Dienstleistungen, sowie die Einnahmen der Biosfera durch den Verkauf lokaler Produkte.

- Die Ausgaben des Nationalparks für Forschung und Geoinformation werden als Finanzflüsse nach aussen betrachtet, da die meisten Projekte in diesen Bereichen in Zusammenarbeit mit Partnern ausserhalb der Region durchgeführt werden.[23]
- Bei den Ausgaben des Nationalparks für Information und Kommunikation konnte nicht bestimmt werden, ob sie vorwiegend ausserhalb oder innerhalb der Region getätigt wurden, oder in welchem Verhältnis die Ausgaben im Engadin zu jenen ausserhalb der Region stehen. Auch hier wäre eine genauere Auswertung für diese Studie zu aufwändig. Deshalb können die 466'218 CHF dieses Ausgabepostens in der Rechnung der Finanzflüsse nicht berücksichtigt werden.
- Die Ausgaben der Biosfera für Dienstleistungen und Honorare werden vor allem in der Val Müstair getätigt (persönliche Mitteilung Gabriella Binkert Becchetti). Vereinfachend wird der gesamte Betrag zu den Finanzflüssen gezählt, die in der Region bleiben.

Spenden sind schwierig zuzuordnen, v.a. wenn sie anonym sind.

- Die Spenden bilden einen Sonderfall, da es viele individuelle Spender gibt, die nicht einzeln ausgewiesen werden. Zudem werden beträchtliche Geldsummen anonym gespendet. Im Falle des Nationalparks sind einige Spender deklariert, so dass ihre Beiträge berücksichtigt werden können. Es handelt sich dabei um Pro Natura (Beitrag von 108'431 CHF), zwei Stiftungen (insgesamt 26'667 CHF), die kantonale Denkmalpflege (6'500 CHF) und das Geoteam (Studentische Fachschaft Geographie) der Universität Zürich (5'000 CHF). Zudem kommen noch 180'000 CHF, die der Nationalpark von drei Stiftungen für die Organisation der Jubiläumsfeier 2014 erhalten hat. Diese Spenden stammen alle von ausserhalb der Region. Die Herkunft der restlichen Spenden an Nationalpark und Biosfera ist unbekannt. Deshalb kann dieser Betrag in der Berechnung der Finanzflüsse nicht eingeordnet werden. Auf jeden Fall stammt aber auch ein Teil dieser Spenden von lokalen Sponsoren (ENPK & Stiftung Schweizerischer Nationalpark, 2011).

23 Gemäss einer persönlichen Mitteilung von Ruedi Haller ist dies nicht ganz korrekt – eine genauere Auswertung der Ausgaben wäre jedoch mit erheblichem zusätzlichem Aufwand verbunden, was diese vereinfachende Annahme nötig macht.

Ausgaben werden mehrheitlich in der Region getätigt.

Aufgrund dieser Annahmen und Vereinfachungen wurden die Finanzflüsse in Abb. 31 zusammengefasst. Dabei fällt auf, dass bei allen drei Organisationen die Einnahmen von ausserhalb der Region überwiegen. Die Ausgaben hingegen fallen vor allem in der Region an, ausser bei der Forschungskommission. Da diese in Bern domiziliert ist, ihre Aktivitäten räumlich stark verteilt sind und ihre Finanzen zum grössten Teil von der ebenfalls in Bern beheimateten SCNAT stammen, betreffen die Ausgaben der Forschungskommission die Region kaum.

Der Nationalpark erhält eine erkleckliche Summe durch Spenden.

Abb. 30: Ertrag und Aufwand von Nationalpark, Biosfera und Forschungskommission 2011

	SNP	BVM	FOK	Total
Ertrag				
Bundesbeiträge	3'220'429	287'000	247'000	3'754'429
Kantonsbeiträge		340'071		340'071
Spenden, Legate, Schenkungen, Stiftungen	458'938	21'500	23'333	503'771
Verkäufe, Dienstleistungen	1'052'157	3'358	1'351	1'056'866
Liegenschaften	130'359			130'359
Finanzen, Zinsen	68'052	114		68'166
Veränderung Fonds, Rückstellungen	457'315	147'707		605'022
Ertrag total	*5'387'250*	*799'750*	*271'684*	*6'458'684*
Aufwand				
Personal, Honorare	3'048'612	556'831	81'200	3'686'643
Verwaltung, Betrieb	307'470	28'893	36'942	373'305
Liegenschaften	535'493			535'493
Forschung	84'710		108'795	193'505
Geoinformation	507'762			507'762
Kommunikation, Information	466'218			466'218
Zweisungen, Einlagen, Veränderungen Fonds	436'927	104'408		541'335
Aufwand total	*5'387'192*	*690'132*	*226'937*	*6'304'261*
Saldo	***58***	***109'618***	***44'747***	***154'423***

Quelle: Eigene Darstellung, Daten SNP (Eidgenössische Nationalparkkommission ENPK 2012); BVM (Cumün da Val Müstair 2012); FOK (persönliche Mitteilung Thomas Scheurer).

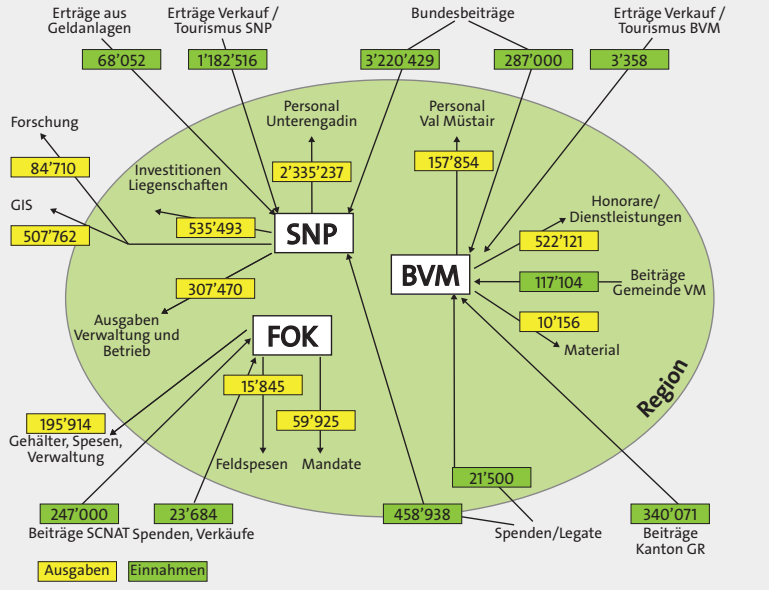
Die Einkünfte des Nationalparks sind in den letzten dreissig Jahren stark gestiegen.

Vergleicht man die heutige Situation mit der Arbeit von Steiger (1993), so fällt als erstes auf, dass das Budget des Nationalparks in der Zwischenzeit stark gewachsen ist. Betrugen die gesamten Einnahmen des Nationalparks im Jahr 1990 1'825'000 CHF (teuerungsbereinigt zu Preisen von 2011 sind dies 2'416'324 CHF), so waren es im Jahr 2011 mit 5'387'250 CHF mehr als doppelt so viel. Die Tatsache hingegen, dass der überwiegende Anteil der Finanzflüsse von ausserhalb der Region stammt, ist auch in Steigers Bericht

gegeben. 1990 stammten 58% der Finanzflüsse vom Bund – dieser Anteil ist bis 2011 auf 66% gewachsen. Der Anteil an selbst erwirtschafteten Mitteln unterscheidet sich zwischen den beiden Untersuchungsperioden kaum (23% im Jahr 1990 und 22% im Jahr 2011), während der Anteil der Spenden 2011 11% betrug. Zählt man die Biosfera und die Forschungskommission hinzu, so betragen die Anteile von Bundesbeiträgen, selbst erwirtschafteten Mitteln und Spenden 67%, respektive 21% und 8%. Dazu kommen die Anteile des Kantons Graubünden (6%) und der SCNAT (4%).

Der grösste Teil der in die drei Institutionen fliessenden Gelder bleibt in der Region.

Abb. 31: Finanzflüsse in die Region und aus der Region



Quelle: Eigene Darstellung (nicht aufgeführt, da nicht zuzuordnen sind Ausgaben SNP für Kommunikation und Information (466'218 CHF) und Ausgaben FOK ausserhalb der Region (150'810 CHF).

Nationalpark und Biosfera als potentielle Arbeitgeber

Ausgeschriebene Stellen und Stellenbewerbungen sagen etwas über die Attraktivität der Institutionen aus.

Im Jahr 2011 hatte die Biosfera eine Stelle als Umweltingenieurin bzw. -ingenieur im Bereich Natur und Landschaft neu zu besetzen. Der Nationalpark hatte drei Stellen ausgeschrieben, eine Vollzeit-PR-Assistenz und zwei Sachbearbeiter-Stellen in Teilzeit. Um auch die qualitative Bedeutung von wissenschaftlichen Stellen des Nationalparks zu untersuchen, wurde zusätzlich eine 2012 ausgeschriebene Stelle als wissenschaftliche Mitarbeiter-Stelle des Nationalparks berücksichtigt.

Bewerbungen auf wissenschaftliche Stellen kommen von ausserhalb der Region.

Während alle 25 Bewerbungen für die Stelle bei der Biosfera von ausserhalb des Tales stammten, sind die Bewerbungen beim Nationalpark je nach Stelle unterschiedlich zwischen den Regionen Unter- und Oberengadin, dem Rest des Kantons Graubünden, den anderen Schweizer Kantonen und dem Ausland verteilt. Während die Bewerbungen für die wissenschaftliche Mitarbeiter-Stelle alle von ausserhalb des Kantons stammen (31 Bewerbungen aus dem Rest der

Schweiz und 13 aus dem Ausland), bilden die Bewerbungen aus dem Engadin bei den Sachbearbeiter-Stellen eine Mehrheit (14 aus dem Unter- und 12 aus dem Oberengadin, bei einem Total von 42 Bewerbungen). Bei der PR-Assistenz stammte weniger als die Hälfte aller Bewerbungen aus dem Engadin (7 Bewerbungen aus dem Unter- und 12 aus dem Oberengadin, von insgesamt 43), während mit 13 Bewerbungen rund ein Drittel aus den restlichen Schweizer Kantonen stammte.

Nationalpark und Biosfera sind attraktive Arbeitgeber.

In der Schweiz werden keine Statistiken zur Anzahl Bewerbungen pro Stelle erhoben. Dadurch ist es nicht möglich, diese Zahlen direkt in den Zusammenhang des schweizerischen Arbeitsmarktes zu setzen. Als Annäherung werden deshalb die Zahlen des IAB (2010) verwendet, die die Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt im Jahr 2009 darstellen. Laut dem Bericht des IAB hatten sich bei Betrieben mit weniger als zehn Beschäftigten im Durchschnitt elf Personen pro Stelle beworben. Bei Betrieben mit 10 bis 49 Beschäftigten waren es 14 Bewerbungen pro Stelle. Die Anzahl Bewerbungen für die Stellen der Biosfera und des Nationalparks liegen alle deutlich über diesen Werten. Da keine Daten verfügbar sind, die einen direkten Vergleich mit dem schweizerischen Arbeitsmarkt ermöglichen, ist die Unsicherheit bei diesem Vergleich hoch. Zudem sind die Zahlen des IAB nicht nach Branche oder Art der Stellen differenziert, obwohl hier beträchtliche Unterschiede zu erwarten sind. Dennoch deutet dieser Vergleich darauf hin, dass Biosfera und Nationalpark als relativ attraktive Arbeitgeber wahrgenommen werden.

Wissenschaftliches Personal muss v.a. an Hochschulstandorten rekrutiert werden.

Dass keine Bewerbungen für die wissenschaftliche Mitarbeiter-Stelle aus der Region eingegangen sind, kann man dadurch erklären, dass sich die Ausschreibung an Personen richtete, die vor kurzem eine Dissertation abgeschlossen hatten. Somit ist zu erwarten, dass die Bewerber und Bewerberinnen zum grössten Teil (noch) in der Nähe einer Hochschule wohnten. Für die Stelle der Biosfera ist denkbar, dass die tiefe Einwohnerzahl der Region und das spezifische Anforderungsprofil dazu führten, dass keine Bewerbungen aus dem Val Müstair eintrafen. Eine Schwäche dieses Vergleiches ist jedoch, dass nur der Wohnort der Sich-Bewerbenden zum Zeitpunkt der Bewerbung bekannt ist, und nicht ihr Bezug zur Region.

4 Diskussion

4.1 Das Biosphärenreservat als Wirtschaftsfaktor

Schutzgebiete sind ein bedeutender Faktor der touristischen Wertschöpfung.

Vorliegende Studie hat – wie auch die vorangegangenen – gezeigt, dass Schutzgebiete ein wirtschaftlich bedeutender Faktor für eine Region sein können. Vereinfacht ausgedrückt investieren Bund und der Kanton Graubünden zusammen etwa vier Millionen CHF in den Nationalpark und die Biosfera. Die touristische Wertschöpfung, die durch die Labels erzielt wird, übersteigt dies um fast das Sechsfache. Die Beiträge sind somit eine gute Investition, die über den Schutz der Natur hinausgeht (auch wenn sich diese Investitionen nur indirekt auszahlen).

Die Verteilung der Wertschöpfung zwischen Nationalpark und Biosfera ist asymmetrisch.

Zwischen den beiden Gebieten sind die Zahlen ungleich verteilt, sowohl was die Investitionen als auch was die touristische Wertschöpfung anbelangt. Dies liegt einerseits an der unterschiedlichen Natur der Schutzkategorien und den damit verbundenen touristischen Konsequenzen, aber auch am Alter der jeweiligen Labels. Der Nationalpark ist mit seiner bald hundertjährigen Geschichte als einziger Nationalpark der Schweiz einzigartig und hat einen entsprechenden, über die Landsgrenze hinausstrahlenden Ruf. Zudem ist sein Perimeter deutlich sichtbar vom Umland abgegrenzt und für Touristen als Wildnis erfahrbar.

Tagesgäste sind in der Biosfera Val Müstair weniger wichtig als in der Biosphäre Entlebuch.

Demgegenüber ist die 2008 ins Leben gerufene Biosfera – und die zwei Jahre später erfolgte Zertifizierung als Regionaler Naturpark – sehr jung. Sie ist zudem nicht der einzige regionale Naturpark der Schweiz (nur zusammen mit dem Nationalpark ist sie ein Biosphärenreservat) und lässt sich von ihrer Umgebung visuell weniger deutlich abgrenzen, da es sich auch um einen Siedlungs- und Produktionsraum handelt. Gleichwohl ist die Biosfera – was die touristische Wertschöpfung anbelangt – vergleichbar mit der Biosphäre Entlebuch (vgl. Knaus 2012), wo durch das Label 5.2 Millionen CHF an touristischer Wertschöpfung erzielt werden. In der Biosfera sind es 3.7 Millionen CHF, wobei sich die beiden regionalen Naturpärke in ihrer Gästestruktur unterscheiden. Im Entlebuch sind die Tagesgäste weit bedeutender als in der Biosfera, wo wiederum die Gäste in der Hotellerie und Parahotellerie eine wichtigere Rolle spielen.

Die Schutzgebietslabels sind zwar bekannt, doch besteht noch Potenzial für eine bessere Verankerung.

Das Label Nationalpark ist gut bekannt und verankert bei den Besucherinnen und Besuchern der Region, doch gibt es immer noch eine grössere Anzahl von Touristen, für die das Label nicht relevant ist. Das jüngere Biosfera-Label ist zwar weniger gut bekannt, doch bereits etabliert. Auch

die Tatsache, dass beide Gebiete zusammen ein Biosphärenreservat bilden, ist vielen Befragten bewusst, wobei hier angemerkt werden muss, dass die Frage «Wissen Sie, dass der Nationalpark zusammen mit der Biosfera Val Müstair ein UNESCO Biosphärenreservat ist?» einen gewissen suggestiven Charakter hat und der effektive Bekanntheitsgrad tiefer sein dürfte. Es besteht also für alle drei Label (am wenigsten für den Nationalpark) Potenzial für eine bessere Verankerung bei Touristen. Es ist allerdings nicht das Ziel des Nationalparks, der in erster Linie dem Naturschutz, der Forschung und der Umweltbildung verpflichtet ist, zum Tourismusmagnet zu werden bzw. stark in die touristische Werbung zu investieren.

4.2 Methodenkritik

Die Stichprobe aufgrund eines guten Rücklaufs robust.

Aufgrund unseres Forschungsdesigns – das unterschiedliche Befragungsstandorte und -zeitpunkte umfasste – und wegen dem guten Rücklauf, können wir von robusten Resultaten ausgehen. Die von Küpfer übernommene Zweiteilung in eine Befragung der Hotelgäste und der sog. Wanderer, erlaubte es uns, die Stichprobe bezüglich ihrer Affinität zu den Schutzgebieten zu eichen und so zuverlässige Zahlen für die Wertschöpfung zu ermitteln.

Abb. 32: Die meisten Fragebögen wurden vor Ort ausgefüllt

Foto: Andrea Flück

Einige Annahmen mussten getroffen werden.

Doch musste – wie in den anderen genannten Studien auch – eine Reihe von Annahmen getroffen werden, die einen Einfluss auf die Berechnung der touristischen Wertschöpfung haben. Wir sind der Meinung, dass die getroffenen Annahmen adäquat sind, doch möchten wir dennoch die

ermittelten Werte als Richtwerte verstanden wissen, die einem Schwankungsbereich unterliegen. Am schwierigsten war es, die Anzahl der Tagesgäste zu ermitteln, da diese nirgends genau erfasst wird. Die getroffene Annahme von 50'000 Tagesgästen in der Sommersaison dürfte eher hoch geschätzt sein. Auch die Ausdifferenzierung der Wertschöpfung nach Nationalpark und Biosfera war nicht einfach, wir gehen jedoch davon aus, dass die vorgeschlagene Triage Sinn macht und die Resultate plausibel sind.

4.3 Empfehlungen

Einerseits müsste das Label «Biosfera Val Müstair» besser verankert werden, anderseits sollten Nationalpark und Biosfera stärker zusammenwachsen.

Da die Val Müstair gegenwärtig noch am wenigsten von der touristischen Wertschöpfung des Biosphärenreservats profitiert, müssten hier Anstrengungen ansetzen, das Label und damit auch die Biosfera bekannter zu machen. Gleichwohl müsste vermehrt darüber reflektiert werden, wie aus Nationalpark und Biosfera wirklich die Einheit Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer werden kann. Dies ist insbesondere dann umso wichtiger, wenn der Nationalpark – wie von der UNESCO gefordert – im Norden mit einer Umgebungszone ergänzt wird.

Stammgäste sind wichtige Multiplikatoren.

Die Werbung durch Kampagnen, DMO und Hotels ist dabei zweifelsohne wichtig. Allerdings zeigen unsere Resultate, dass Mundpropaganda und die Vertrautheit mit der Region von früher her die wichtigsten Kanäle sind, über die sich Besuchende informieren. Stammgäste sind somit sehr wichtige Multiplikatoren, die es als solche zu erkennen und zu nutzen gilt.

Einbettung in die Schweizer Pärkelandschaft sowie Alleinstellung.

Im grösseren Kontext der neu entstehenden Pärkelandschaft in der Schweiz gilt es unseres Erachtens eine gute Kombination von Zugehörigkeit und Alleinstellungsmerkmalen zu finden. Eine Identität unserer Untersuchungsregion als Teil des Schweizer Pärkenetzes kann eine gute Aussenwirkung erzielen. Dazu müssten Nationalpark, Biosfera und auch das UNESCO-Kulturerbe Kloster Müstair (das wenig mit dem Biosphärenreservat assoziiert wird) deutlicher als heute als einzigartige Teile einer sich nachhaltig entwickelnden Region verstanden werden.

Literatur und verwendete Fragebögen

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. (2012). Ständige Wohnbevölkerung Graubünden 1980-2011. Chur.

BAKBASEL (2010). Wertschöpfung im Kanton Graubünden: Entwicklung von Regionen und Branchen 1990 bis 2013. Basel: BAKBASEL.

BfS (Bundesamt für Statistik Schweiz). (2004). Landesindex der Konsumentenpreise: LIK-Teuerungsrechner. Zugriff 30.01.2013, http://www.portal-stat.admin.ch/lik_rechner/d/lik_rechner.htm

BfS (Bundesamt für Statistik Schweiz). (2012a). Produktionskonto nach Branchen. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik Schweiz (BfS).

BfS (Bundesamt für Statistik Schweiz). (2012b). Schweizer Tourismusstatistik 2011.

BfS (Bundesamt für Statistik Schweiz). (2013). Logiernächtezahlen. Zugriff 22.01.2013, http://www.bfs.admin.ch

Camenisch, R. (2008). Charakteristiken der Besucherinnen und Besucher der Region Unterengadin / Val Müstair mit Fokus auf die Bedeutung des Schweizerischen Nationalparks. Masterarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich, Zürich.

Cumün da Val Müstair. (2012). Cumün da Val Müstair: Rendaquint 2011. Müstair.

Engadin St. Moritz. (2010). Engadin St . Moritz Facts & Figures. St. Moritz.

ENPK (Eidgenössische Nationalparkkommission), & Stiftung Schweizerischer Nationalpark Zernez. (2012). Schweizerischer Nationalpark: Geschäftsbericht 2011. Zernez: Schweizerischer Nationalpark.

Getzner, M. (2003). The economic impact of national parks: the perception of key actors in Austrian national parks. International Journal of Sustainable Development, 6(2), 183.

Hackl, F., & Pruckner, G. J. (2006). Do expected income changes bias contingent valuation. Quarterly Journal of International Agriculture, 45(4), 421–435.

Hunziker, M. (1997). Totholz in den Nationalparkwäldern: Attraktion oder Störfaktor? Cratschla, (2), 3–8.

Hunziker, M. (2000). Einstellungen der Bevölkerung zu möglichen Landschaftsentwicklungen in den Alpen. Universität Zürich.

IAB (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung). (2010). Stellenbesetzungen in der Krise: Kurzbericht. Zugriff 10.03.2013, http://doku.iab.de/kurzber/2010/kb2310.pdf

Karthäuser, M. (2008). Die Biosfera Val Müstair-Parc Naziunal: Zur Akzeptanz des geplanten UNESCO-Biosphärenreservats. Diplomarbeit am Institut für Biologie und Umweltwissenschaften. Universität Oldenburg, Oldenburg.

Knaus, F. (2012). Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Schüpfheim.

Küpfer, I. (2000). Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus: untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Liestal: Lüdin.

Küpfer, I., & Elsasser, H. (2000). Regionale touristische Wertschöpfungsstudien: Fallbeispiel Nationalparktourismus in der Schweiz. Tourismus Journal, 4(4), 433–448.

Küpfer, I., & Elsasser, H. (2001). Tourismus im Schweizer Nationalpark – eine Chance für die Region? Tourism Review, 56(1-2), 48–50.

Lozza, H. (1996). Tourismusbefragung 1993 im Schweizerischen Nationalpark. University of Zurich, Zernez.

Lozza, H. (2009). Nutzungsdruck im Schweizerischen Nationalpark. Collage, (2), 15–18.

Mayer, M., Müller, M., Woltering, M., Arnegger, J., & Job, H. (2010). The economic impact of tourism in six German national parks. Landscape and Urban Planning, 97(2), 73–82.

Meier, M. (2010). Die Einstellung der Lokalbevölkerung zum Schweizerischen Nationalpark. Masterarbeit am Geographisches Institut. Universität Zürich, Zürich.

Steiger, C. (1993). Die Bedeutung des Schweizerischen Nationalparks als Arbeit- und Auftraggeber for die Region Unterengadin/Münstertal. Diplomarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich, Zürich.

Suter, S., Werner, S., Bertschy, K., & Bachmann, T. (2011). Monitoringbericht 2011. Brig: Regiosuisse Netzwerkstelle Raumentwicklung.

Thommen, S. (2010). Die Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal ins Bild gesetzt. Forschung. Masterarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich, Zürich.

TESSVM (Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG 2012. Geschäftsbericht 2011. Scuol.

Trachsel, A. (2010). Wahrnehmung und Bedürfnisse der älteren Besucherinnen und Besucher des Schweizerischen Nationalparks. Masterarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich, Zürich.

Trachsel, A., & Backhaus, N. (2011). Perception and needs of older visitors in the Swiss National Park: A qualitative study of hiking tourists over 55. eco.mont, 3(1), 47–50.

Universität Zürich[UZH]

Liebe Gäste der Region Engadin-Val Müstair

Hotel: deutsch

Das Geographische Institut der Universität Zürich führt in der Region mehrere Studien zum Tourismus durch. Ihre Angaben sind anonym und werden vertraulich behandelt.

Herzlichen Dank für das vollständige Ausfüllen des Fragebogens!
Nehmen Sie doch an unserem Wettbewerb am Schluss des Fragebogens teil!

Bei Familien oder Gruppen bitten wir darum, dass nur **eine** Person den Fragebogen ausfüllt.

1 Wie verbringen Sie Ihre Ferien/ Ihren Kurzaufenthalt in der Region Engadin-Val Müstair?
- alleine ☐
- zu zweit ☐
- mit der Familie ☐
- in einer Gruppe ☐
- mit einer Reisegesellschaft ☐

Anzahl Erwachsene (inkl. Sie selbst) ____

Jugendliche/Kinder unter 18 Jahren ____

2 Wie lange bleiben Sie in der Region und wo übernachten Sie?

Anzahl der Nächte ____

Name der Unterkunft: _____

3 Wie sind Sie von zuhause in die Region Engadin-Val Müstair **hauptsächlich** (längste Strecke) gereist?
- mit dem Auto ☐
- mit dem Motorrad ☐
- mit dem Fahrrad ☐
- mit dem öffentlichen Verkehr ☐

4 Bitte nennen Sie die 2 wichtigsten Gründe, weswegen Sie in die Region Engadin-Val Müstair gekommen sind.

1 _____

2 _____

5 Welche Tätigkeiten üben Sie während Ihres gegenwärtigen Aufenthalts in der Region Engadin-Val Müstair aus? *(Mehrere Antworten möglich)*
- Wandern/Bergsteigen ☐
- Ausspannen/Relaxen ☐
- Baden ☐
- Fahrradfahren/Mountainbiken ☐
- Museen besichtigen ☐
- Spazieren ☐
- Natur beobachten ☐
- Kurse besuchen ☐

andere: _____

6 Wie oft besuchen Sie den Nationalpark während Ihrer **gegenwärtigen** Ferien/ Ihres Kurzaufenthalts?

Anzahl bisher ____

Anzahl geplant ____

7 Spielte der **Nationalpark** eine Rolle bei Ihrer Entscheidung, in die Region Engadin-Val Müstair zu reisen?
- ja, eine wichtige ☐
- ja, unter anderem ☐
- kaum ☐
- nein, keine ☐
- kenne ich nicht *(weiter mit Frage 9)* ☐

Bitte wenden ➜

Universität Zürich[UZH]

Liebe Gäste der Region Engadin-Val Müstair

Hotel: deutsch

Das Geographische Institut der Universität Zürich führt in der Region mehrere Studien zum Tourismus durch. Ihre Angaben sind anonym und werden vertraulich behandelt.

Herzlichen Dank für das vollständige Ausfüllen des Fragebogens!
Nehmen Sie doch an unserem Wettbewerb am Schluss des Fragebogens teil!

Bei Familien oder Gruppen bitten wir darum, dass nur **eine** Person den Fragebogen ausfüllt.

1 Wie verbringen Sie Ihre Ferien/ Ihren Kurzaufenthalt in der Region Engadin-Val Müstair?
- alleine ☐
- zu zweit ☐
- mit der Familie ☐
- in einer Gruppe ☐
- mit einer Reisegesellschaft ☐

Anzahl Erwachsene (inkl. Sie selbst) ____

Jugendliche/Kinder unter 18 Jahren ____

2 Wie lange bleiben Sie in der Region und wo übernachten Sie?

Anzahl der Nächte ____

Name der Unterkunft: _____

3 Wie sind Sie von zuhause in die Region Engadin-Val Müstair **hauptsächlich** (längste Strecke) gereist?
- mit dem Auto ☐
- mit dem Motorrad ☐
- mit dem Fahrrad ☐
- mit dem öffentlichen Verkehr ☐

4 Bitte nennen Sie die 2 wichtigsten Gründe, weswegen Sie in die Region Engadin-Val Müstair gekommen sind.

1 _____

2 _____

5 Welche Tätigkeiten üben Sie während Ihres gegenwärtigen Aufenthalts in der Region Engadin-Val Müstair aus? *(Mehrere Antworten möglich)*
- Wandern/Bergsteigen ☐
- Ausspannen/Relaxen ☐
- Baden ☐
- Fahrradfahren/Mountainbiken ☐
- Museen besichtigen ☐
- Spazieren ☐
- Natur beobachten ☐
- Kurse besuchen ☐

andere: _____

6 Wie oft besuchen Sie den Nationalpark während Ihrer **gegenwärtigen** Ferien/ Ihres Kurzaufenthalts?

Anzahl bisher ____

Anzahl geplant ____

7 Spielte der **Nationalpark** eine Rolle bei Ihrer Entscheidung, in die Region Engadin-Val Müstair zu reisen?
- ja, eine wichtige ☐
- ja, unter anderem ☐
- kaum ☐
- nein, keine ☐
- kenne ich nicht *(weiter mit Frage 9)* ☐

Bitte wenden ➜

Universität Zürich[UZH]

deutsch

Liebe Gäste der Region Engadin-Val Müstair

Das Geographische Institut der Universität Zürich führt in der Region mehrere Studien zum Tourismus durch. Ihre Angaben sind anonym und werden vertraulich behandelt.

Herzlichen Dank für das vollständige Ausfüllen des Fragebogens!
Nehmen Sie doch an unserem Wettbewerb am Schluss des Fragebogens teil!

Haben Sie Fragen zur Studie oder wünschen Sie Informationen über die Resultate, schreiben Sie bitte an
Prof. Dr. Norman Backhaus, Geographisches Institut Universität Zürich, Winterthurerstr. 190, 8057 Zürich; norman.backhaus@geo.uzh.ch

Bei Familien oder Gruppen bitten wir darum, dass nur **eine** Person den Fragebogen ausfüllt.

1 Wie sind Sie von zuhause in die Region Engadin-Val Müstair **hauptsächlich** (längste Strecke) gereist?
- ☐ mit dem Auto
- ☐ mit dem Motorrad
- ☐ mit dem Fahrrad
- ☐ mit dem öffentlichen Verkehr

2 Wo übernachten Sie?
- ☐ Ich übernachte nicht in der Region
- ☐ Hotel
- ☐ Campingplatz
- ☐ Pension/Bed and Breakfast
- ☐ Jugendherberge/Gruppenunterkunft
- ☐ gemietete(s) Ferienwohnung/-haus
- ☐ eigene(s) Ferienwohnung/-haus
- ☐ bei Freunden/Verwandten/Bekannten
- ☐ andere: _____

Ortschaft: _____

3 Wie lange übernachten Sie dort?
Anzahl der Nächte ____

4 Bitte nennen Sie die 2 wichtigsten Gründe, weswegen Sie in die Region Engadin-Val Müstair gekommen sind.
1 _____
2 _____

5 Wie wurden Sie auf die Region Engadin-Val Müstair aufmerksam? *(Mehrere Antworten möglich)*
- ☐ Mundpropaganda
- ☐ Graubünden Tourismus
- ☐ Schweiz Tourismus
- ☐ Internet
- ☐ Kampagne Pärke Schweiz
- ☐ Messen, Ausstellungen, Mailings
- ☐ DMO Engadin Scuol Samnaun
- ☐ Werbung durch Hotel
- ☐ Ich kenne die Region von früher
- ☐ andere: _____

6 Welche Schutzgebietskategorien/-typen sind Ihnen im Zusammenhang mit der Region Engadin-Val Müstair geläufig?
_____

Bitte wenden ➜

7 Welche Orte der Region Engadin-Val Müstair besuchen Sie während dieser Ferien/dieses Kurzaufenthalts? (*Mehrere Antworten möglich*)

Buffalora	Fuldera	il Fuorn	Lavin	Lü	Müstair	S-chanf	S-charl	Scuol	Sta Maria	Tarasp	Tschierv	Valchava	Zernez
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

andere: _____

8 Bitte machen Sie Angaben zu Ihren **Ausgaben** für Güter und Dienstleistungen, die sie in der Region Engadin-Val Müstair gemacht haben. Wählen Sie dafür einen aus Ihrer Sicht **durchschnittlichen** Tag aus (z.B. gestern).

Wie viele Erwachsene umfassen Ihre Angaben (inkl. Sie selbst)? ____
…und wieviele Kinder? ____
Währung für folgende Angaben ____

a **Unterkunft** (pro Übernachtung)
Betrag ____

Welche Mahlzeiten sind im Übernachtungspreis eingeschlossen?
- ☐ Frühstück
- ☐ Halbpension
- ☐ Vollpension
- ☐ keine

b **Verpflegung/Getränke** in Hotels, Restaurants, Cafés, Bars (soweit nicht im Übernachtungspreis enthalten)
Betrag ____

c **Transport** während des Aufenthalts (Bahnen, Postauto, Taxi, Fahrradmiete, exkl. Tankfüllungen)
Betrag ____

d **Einkaufen** (Lebensmittel, Souvenirs, Spezialitäten, Kleider, Kunsthandwerk, Sportartikel, usw.)
Betrag ____

Wo haben Sie hauptsächlich eingekauft?
- ☐ im Engadin
- ☐ im Val Müstair
- ☐ nicht in der Region

e **Veranstaltungen**, Eintritte
Betrag ____

f **Sonstiges** (Sportkurse, Arztbesuch, Coiffeur usw.)
Betrag ____

Bemerkungen: _____

9 Haben Sie während Ihres Aufenthalts Treibstoff für Ihr Fahrzeug getankt?
- ☐ ja, im Engadin
- ☐ ja, im Val Müstair
- ☐ ja, aber nicht in der Region
- ☐ nein

10 Haben Sie während Ihres Aufenthalts Waren gekauft, die als lokale Produkte gekennzeichnet sind?
- ☐ ja, Produkte aus dem Engadin
- ☐ ja, mit Kennzeichnung Biosfera-Produkt
- ☐ nein

11	Spielte der **Nationalpark** eine Rolle bei Ihrer Entscheidung, in die Region Engadin-Val Müstair zu reisen?	ja, eine wichtige ☐ ja, unter anderem ☐ kaum ☐ nein, keine ☐ kenne ich nicht *(weiter mit Frage 15)* ☐
12	Wären Sie auch in die Region Engadin-Val Müstair gekommen, wenn es den Nationalpark nicht gäbe?	ja ☐ nein ☐
13	Wie oft haben Sie den Nationalpark **während Ihres gegenwärtigen Aufenthalts** besucht?	nie ☐ 1 x ☐ 2 x ☐ 3 x ☐ mehr als 3 x ☐
14	Wie oft haben Sie den Nationalpark **in den letzten 10 Jahren** besucht?	nie ☐ 1 x ☐ 2 x ☐ 3 x ☐ mehr als 3 x ☐
15	Können Sie den Besuch des Besucherzentrums des Nationalparks (mit seiner Ausstellung) in Zernez empfehlen?	ja, unbedingt ☐ eher ja ☐ eher nicht ☐ nein, gar nicht ☐ kenne ich nicht ☐

16 Welche der folgenden Aussagen über die Wälder im Nationalpark treffen nach Ihrer Meinung zu bzw. nicht zu?

	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	weiss nicht
«Die Naturwälder im Nationalpark sind besonders schön.»	☐	☐	☐	☐	☐
«Die vielen toten Bäume sind eine Folge der Luftverschmutzung.»	☐	☐	☐	☐	☐
«Die vielen toten Bäume sind eine Folge des Klimawandels.»	☐	☐	☐	☐	☐
«Die Wälder im Nationalpark sollten aufgeräumt werden.»	☐	☐	☐	☐	☐
«Es ist eine Vergeudung von wertvollen Ressourcen, totes Holz einfach so liegen zu lassen.»	☐	☐	☐	☐	☐

17	Spielte der **regionale Naturpark Biosfera Val Müstair** eine Rolle bei Ihrer Entscheidung, in die Region Engadin-Val Müstair zu reisen?	ja, eine wichtige ☐ ja, unter anderem ☐ kaum ☐ nein, keine ☐ kenne ich nicht *(weiter mit Frage 20)* ☐
18	Was verbinden Sie spontan mit der Biosfera Val Müstair?	1 _____ 2 _____
19	Wären Sie auch in die Region Engadin-Val Müstair gekommen, wenn es die Biosfera Val Müstair nicht gäbe?	ja ☐ nein ☐
20	Wissen Sie, dass der Nationalpark zusammen mit der Biosfera Val Müstair ein UNESCO Biosphärenreservat ist?	ja ☐ nein ☐

Bitte wenden ➜

21	Sie sehen zwei Bilder aus Wäldern der Region Engadin-Val Müstair. Wie gefallen Sie Ihnen?	
a		gefällt mir sehr gut ☐ gefällt mir ☐ weder noch ☐ gefällt mir weniger gut ☐ gefällt mir gar nicht ☐ Bemerkung:
b		gefällt mir sehr gut ☐ gefällt mir ☐ weder noch ☐ gefällt mir weniger gut ☐ gefällt mir gar nicht ☐ Bemerkung:

Dürfen wir Sie zum Schluss noch um einige allgemeine Angaben bitten:

Wohnort: _____ Geschlecht: weiblich ☐ männlich ☐

Postleitzahl: _____

Land: _____ Letzte Ausbildung: obligatorische Schule ☐ Berufslehre ☐ Matura, Berufsmatura, Abitur ☐ Hochschule (Uni, Fachhochschule) ☐

Jahrgang: _____

Möchten Sie an unserem Wettbewerb teilnehmen und eine von drei «Surpraisa jaura» gewinnen, die mit Spezialitäten gefüllte, fein duftende Arvenholz-Box aus der Biosfera Val Müstair? nein, ich möchte nicht teilnehmen ☐ ja, ich nehme teil ☐

Wenn ja, bitte Kontaktinformationen* angeben, damit wir Sie im Fall eines Gewinns kontaktieren können:

_____

* Ihre Angaben werden nur zur Benachrichtigung bei einem Gewinn verwendet, die Gewinner werden ausgelost, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Herzlichen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens!

Bitte werfen Sie ihn im Antwortcouvert in einen Briefkasten oder geben Sie ihn bei einem Befrager/einer Befragerin ab!