



Touristische Wertschöpfung in Schweizer Pärken

Der stetige Verlust von Arbeitsplätzen in der Land- und Forstwirtschaft führt in vielen ländlichen Regionen zum Rückgang der regionalen Wertschöpfung, zu verstärkter Pendlerfähigkeit und Abwanderung. Ein Instrument gegen diese negativen Auswirkungen des Strukturwandels können Naturpärke, Biosphärenreservate oder Nationalpärke sein, die mit ihren breiten Aktivitätsfeldern Arbeitsplätze in allen Sektoren schaffen. Davon geht auch die Schweizer Pärkeverordnung aus, die für Naturpärke neben der Erhaltung von Natur und Landschaft explizit die Stärkung der regionalen Wirtschaft vorsieht. Ein wichtiges Aktivitäts-

feld der Pärke ist der Tourismus, da in diesem Bereich eine über die Branchen verteilte Wertschöpfung erzielt werden kann. Darüber hinaus können Massnahmen zur Förderung des Tourismus ohne grosse gesellschaftliche oder politische Widerstände und mit relativ geringen technischen und finanziellen Mitteln umgesetzt werden. Wie gross die regionalwirtschaftlichen Wirkungen der Pärke im Tourismus jedoch sind, bleibt häufig unklar. Dieses Factsheet soll dazu beitragen, solche Lücken zu schliessen. Auf Basis bestehender Wertschöpfungsstudien werden dazu Empfehlungen gemacht.

Wozu Wertschöpfungsstudien?

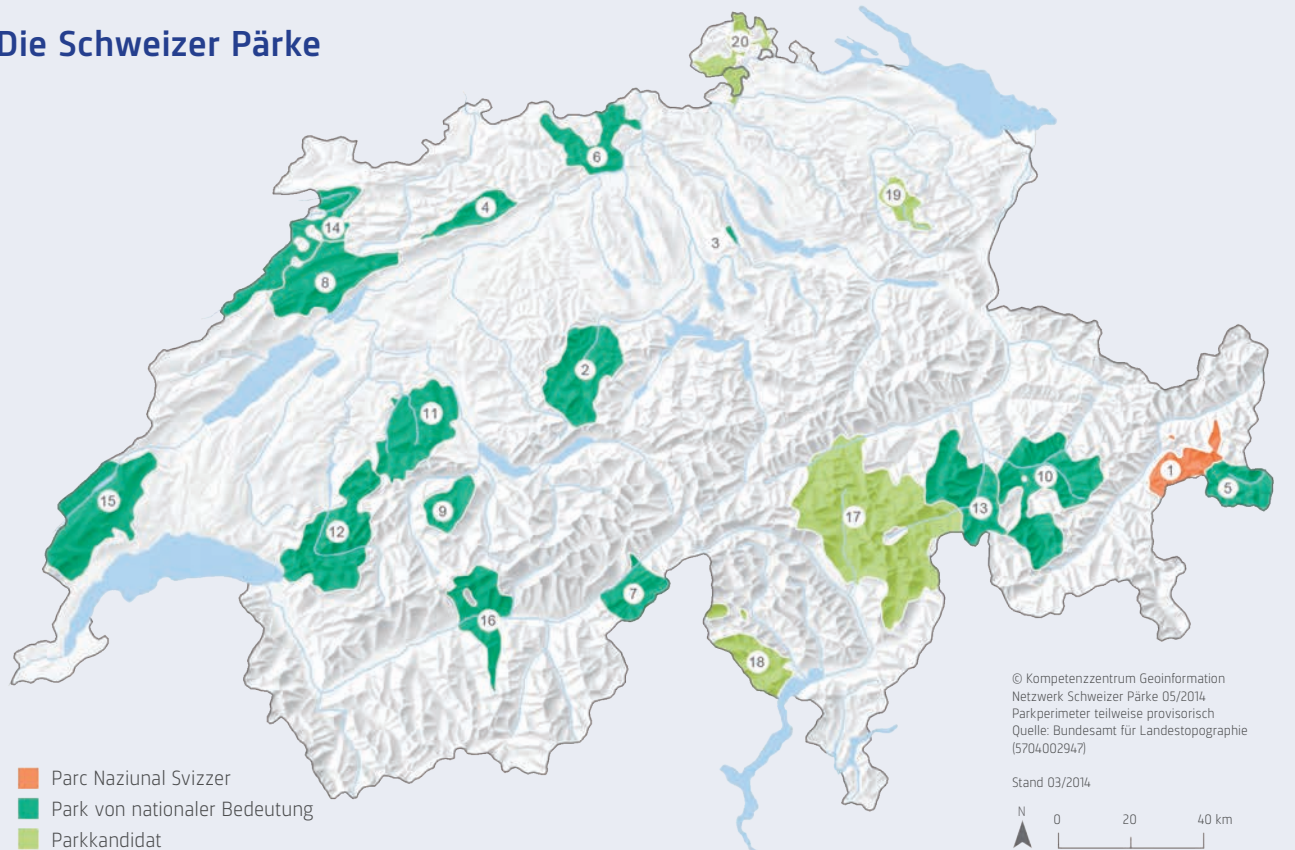
Touristische Wertschöpfungsstudien zeigen auf, wie viel Wertschöpfung in einer Region aufgrund touristischer Aktivitäten eines Parks entsteht und wie wichtig der Tourismus für die gesamte regionale Wirtschaft ist. In den Studien können zudem differenzierte Angaben zur Wirksamkeit unterschiedlicher touristischer Angebote gemacht werden, was für das jeweilige Pärkemanagement relevant ist. Angelegt als wiederholbare Untersuchung, können sie zudem als Monitoringinstrumente eingesetzt werden, welche die zeitliche Entwicklung der touristischen Nachfrage und ihre regionalwirtschaftlichen Effekte aufzeigen. So konnte für den Schweizerischen Nationalpark gezeigt werden, dass die touristische Wertschöpfung während 15 Jahren stabil blieb, sich jedoch das Ausgabeverhalten der Touristen verändert hat.

Wertschöpfung ist Wertsteigerung

Gemäss Bundesamt für Statistik (BFS, online Lexikon) beschreibt die Wertschöpfung «die aus dem Produktionsprozess hervorgegangene Wertsteigerung der Güter». Dabei wird zwischen Brutto- und Nettowertschöpfung unterschieden, wobei sich die Bruttowertschöpfung aus der Nettowertschöpfung und den Abschreibungen zusammensetzt. In praktisch allen Wertschöpfungsstudien wird mit der Bruttowertschöpfung gearbeitet.

Die touristisch induzierte Bruttowertschöpfung entspricht der Summe aller Wertsteigerungen von Gütern, die durch Gäste einer Parkregion nachgefragt werden. «Güter» sind Produkte (z.B. Käse) und Dienstleistungen (z.B. Beratungen im Sportgeschäft, Exkursionen). Wertsteigerungen werden erzielt durch den Einsatz von Arbeitskräften und technischen Hilfsmitteln. Davon aus-

Die Schweizer Pärke



- | | |
|---|--|
| 1 Parc Naziunal Svizzer GR (seit 1914, Anerkennung aufgrund Nationalparkgesetz) | 10 Parc Ela GR (Regionaler Naturpark seit 2012) |
| 2 UNESCO Biosphäre Entlebuch LU (Biosphäre seit 2001, Regionaler Naturpark seit 2008) | 11 Naturpark Gantrisch BE (Regionaler Naturpark seit 2012) |
| 3 Wildnispark Zürich Sihlwald ZH (Naturerlebnispark seit 2009) | 12 Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut FR/VD (seit 2012) |
| 4 Naturpark Thal SO (Regionaler Naturpark seit 2009) | 13 Naturpark Beverin GR (Regionaler Naturpark seit 2013) |
| 5 Biosfera Val Müstair GR (Biosphäre und Regionaler Naturpark seit 2010) | 14 Parc du Doubs JU/NE/BE (Regionaler Naturpark seit 2013) |
| 6 Jurapark Aargau AG/SO (Regionaler Naturpark seit 2012) | 15 Parc Jura vaudois VD (Regionaler Naturpark seit 2013) |
| 7 Landschaftspark Binntal VS (Regionaler Naturpark seit 2012) | 16 Naturpark Pfyn-Finges VS (Regionaler Naturpark seit 2013) |
| 8 Parc régional Chasseral BE/NE (Regionaler Naturpark seit 2012) | 17 Parc Adula GR/TI (Nationalpark Kandidat) |
| 9 Naturpark Diemtigtal BE (Regionaler Naturpark seit 2012) | 18 Progetto Parco Nazionale del Locarnese TI (Nationalpark Kandidat) |
| | 19 Naturpark Neckertal AR/SG (Regionaler Naturpark Kandidat) |
| | 20 Naturpark Schaffhausen SH (Regionaler Naturpark Kandidat) |

geschlossen sind Vorleistungen und Investitionen, die lediglich als Grundlagen für die Wertsteigerungen dienen, und die Mehrwertsteuer, die aus der Region abfließt.

Gesamtwertschöpfung

Die gesamte touristische Wertschöpfung setzt sich zusammen aus den direkten, indirekten und induzierten regionalwirtschaftlichen Effekten des Tourismus. Direkte Effekte entstehen unmittelbar bei der Nachfrage von Gütern durch Touristen (Bruttowertschöpfung, siehe oben). Indirekte Effekte werden generiert durch Güter, die von Unternehmungen für die Bereitstellung ihrer Güter in der Parkregion eingekauft werden (= Vorleistungen), sowie Investitionen, die von diesen Unternehmungen in der Region getätigt werden. Induzierte Effekte entstehen durch die Nachfrage an Gütern von Personen, die dank der touristischen Nachfrage einen Arbeitsplatz finden und

mit ihren Ausgaben wiederum Wertschöpfung in der Parkregion generieren. Induzierte und indirekte Effekte werden auch Multiplikatorprozesse genannt (Job et al. 2005), weil sie sich über einige Stufen erstrecken (z. B. basiert die Herstellung von Vorleistungen wiederum auf Vorleistungen) und damit zu einer Multiplikation der Wertschöpfung führen.

Wie kann die Wertschöpfung erfasst werden?

Die touristische Bruttowertschöpfung kann generell auf zwei Arten erhoben werden (Job et al. 2005):

- Angebotsseitig, indem in einer regionalwirtschaftlichen Modellrechnung (vgl. Siegrist 2009) bei allen touristisch relevanten Unternehmungen aus den Betriebszahlen, insbesondere aus den Löhnen und Gewinnen, die durch den Tourismus ausge-

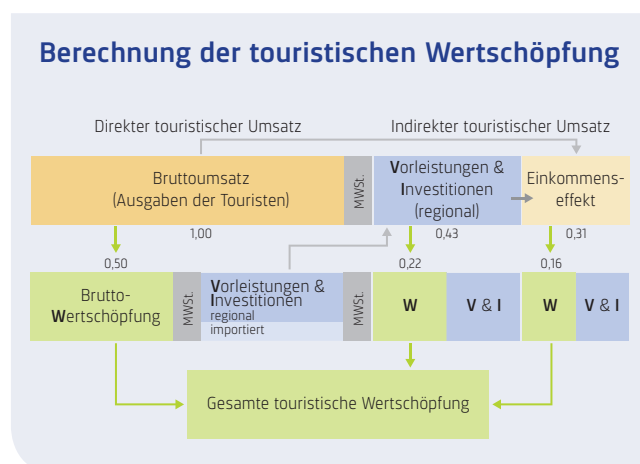
lösten Wertsteigerungen erfasst werden. Aufsummiert ergibt sich daraus die direkte Bruttowertschöpfung. Diese Vorgehensweise ist aufwändig und wenig populär bei den Betrieben, da Betriebszahlen offen gelegt werden müssen.

- Nachfrageseitig, indem eine Stichprobe von Gästen einer Region nach ihren Ausgaben gefragt wird und die Mittelwerte der Ausgaben mit der Gesamtzahl der Gäste multipliziert werden, woraus man eine Schätzung des Bruttoumsatzes erhält. Dabei werden die Gäste in Tages- und Übernachtungsgäste unterteilt und die Anzahl ihrer Übernachtungen berücksichtigt. Mittels eines Umrechnungsfaktors (Wertschöpfungsquote) kann aus dem Bruttoumsatz die direkte Bruttowertschöpfung berechnet werden. Dabei werden nur Umsätze betrachtet, die tatsächlich zu Bruttowertschöpfung führen, also keine Vorleistungen und Investitionen. Rütter et al. (1996) setzen diesen Umrechnungsfaktor bei 50 Prozent an, was einem Durchschnittswert aller von touristischen Aktivitäten betroffenen Branchen entspricht.

Für Pärke steht mit Blick auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis sowie auf die Vergleichbarkeit mit bereits bestehenden Studien die nachfrageseitige Herangehensweise im Vordergrund. Sie wurde bereits in einigen Schweizer Pärken angewandt (Küpfer 2000 und Backhaus et al. 2013 für die UNESCO Biosfera Val Müstair Parc Naziunal, Knaus 2012 für die UNESCO Biosphäre Entlebuch).

Multiplikatoren aus Vergleichsstudien

Bei beiden Herangehensweisen müssen die indirekten und induzierten Effekte berechnet werden, um die gesamte touristisch induzierte Wertschöpfung zu erfassen. Mit Multiplikatoren aus Vergleichsstudien können aus der Bruttowertschöpfung die Vorleistungen, Investitionen und Einkommenseffekte berechnet werden. Aufsummiert ergeben sie die Gesamtwertschöpfung. Rütter et al. (1996) geben für die Berechnung der Vorleistungen und Investitionen aus dem Bruttoumsatz einen Multiplikator von 0,43 und für die Einkommenseffekte einen von 0,31 an. Eine selbstständige Ermittlung der regionalen Multiplikatoren ist grundsätzlich möglich, aber aufwändig (siehe z.B. Rütter et al. 2001).



Welches sind die Schwierigkeiten bei der Abschätzung der Wertschöpfung?

Die nachfrageseitige Methode beinhaltet ebenfalls einige kritische Elemente, die sich aus der Berechnungsweise ergeben.

- Abfrage der täglichen Ausgaben: Es handelt sich um persönliche Angaben, die von den Besuchenden erfragt werden. Antworten können ungenau sein oder auch beeinflusst von der sozialen Erwünschtheit falsch gegeben werden.
- Aufteilung der Gäste in Kategorien: Zur genaueren Berechnung des Bruttoumsatzes müssen die Gäste in Tages- und Übernachtungsgäste und letztere in Subkategorien (z.B. Hotellerie, Parahotellerie) eingeteilt werden. Diese Einteilung sollte möglichst repräsentativ sein. Jedoch existiert in einer offenen Grundgesamtheit, wie sie in solchen Studien vorliegt, keine repräsentative Stichprobe (Job et al. 2005). Indem möglichst viele Personen befragt werden, kann die Stichprobe an Repräsentativität gewinnen, was jedoch mit zusätzlichem Aufwand verbunden ist.
- Gesamtzahl aller Gäste: Die durchschnittlichen Ausgaben der Gäste werden mit der Gesamtzahl aller Gäste zum Bruttoumsatz multipliziert. Die Gesamtzahl der Gäste ist also ein massgeblicher Faktor für die Höhe der touristischen Wertschöpfung. Sie ist jedoch mit Unsicherheit behaftet, da die meisten Pärke zahlreiche Eingangspforten und Ausgangspunkte für Aktivitäten haben und vor allem die Tagesgäste darum nicht genau gezählt werden können. Eine Hochrechnung der eigenen Daten mit einer bestehenden Datenquelle wie z.B. den Logiernächten birgt Unsicherheiten: Lehar et al. (2004) geben für den Nationalpark Hohe Tauern und den Naturpark Riesengebirge-Ahrn trotz relativ genauer Grunddaten eine Unsicherheit der hochgerechneten Besucherzahlen von +/- 22 Prozent an.
- Multiplikatoren: Zur Berechnung der gesamten touristischen Wertschöpfung aus dem Bruttoumsatz müssen Multiplikatoren verwendet werden. Diese hängen grundsätzlich von der individuellen wirtschaftlichen Charakteristik der Region ab und variieren damit von Region zu Region (vgl. Siegrist 2009). Oft wird mit Angaben aus der Literatur gearbeitet, was zwar weitere Ungenauigkeiten mit sich bringt, aber auch die Vergleichbarkeit zwischen den Regionen erhöht.

Wie gross die akkumulierten Unsicherheiten insgesamt sind, kann nicht beziffert werden. Als Konsequenz können Wertschöpfungsberechnungen immer nur als Schätzungen interpretiert werden.

Wie kann die Wertschöpfung einem Park zugewiesen werden?

Um aussagen zu können, welcher Anteil der gesamten touristischen Wertschöpfung auf einen Park zurückgeführt werden kann, muss vom Gast bekannt sein, welche Rolle der Park für seine Entscheidung in die Region zu reisen gespielt hat. Die ausgelöste Wertschöpfung von Personen, welche angeben, dass der Park eine wichtige oder sehr wichtige Rolle in ihrer Entscheidung gespielt hat, kann dem Park zugerechnet werden. Schwieriger wird es bei der Wertschöpfung von Personen, bei welchen der Park nur unter anderem eine Rolle gespielt hat; hier kann die Wertschöpfung nicht voll dem Park zugerechnet werden.

Informationen zum Besuchsgrund sind essenziell

Da heute ein Grossteil der Personen ihre Entscheidung aufgrund vieler Faktoren trifft (z.B. Landschaftstyp, Nähe zum Wohnort, touristisches Angebot) ist die Aufteilung der Gruppe, bei welcher der Park nur einer von vielen Besuchsgründen war, essenziell für die Abschätzung der durch den Park ausgelösten touristischen Wertschöpfung. Weil aber bei diesen Befragten keine detaillierten Analysen über die Gewichtung einzelner Entscheidungsgründe gemacht werden können, muss die Abgrenzung des Wertschöpfungsanteils des Parks in dieser Gruppe über andere Wege ermittelt werden: zum Beispiel über den Anteil genutzter Informationsgrundlagen und über genutzte Angebote oder Infrastrukturen des Parks.

Wie hoch ist die Wertschöpfung von Pärken?

Die durch die Pärke ausgelöste touristische Wertschöpfung in der Schweiz ist vergleichbar mit denjenigen im Ausland (siehe Tabelle). Sie hängt von verschiedenen Faktoren ab, etwa von der Grösse und Lage des Parks, vom Alter, der Bekanntheit, den touristischen Angeboten, der vorhandenen Infrastruktur und dem Preisniveau der Region. Für neu entstehende Pärke ist zudem ein grosser Einfluss von der bereits vor der Zertifizierung als Park vorhandenen touristischen Nutzung zu erwarten: Gebiete, die vor dem Erhalt des Parklabels noch über keine oder wenige touristische Angebote verfügt haben, werden eher eine tiefe touristische Wertschöpfung generieren. Dies dürfte sich nur langsam erhöhen, denn mit ihrem oft bescheidenen Marketingbudget können Pärke im Konkurrenzkampf mit grossen in- und ausländischen Destinationen generell kaum bestehen. Deswegen empfiehlt sich für die Pärke eine Zusammenarbeit mit lokalen Tourismusdestinationen (vgl. Siegrist, 2009).

Arbeitsstellenäquivalente

Damit die Höhe der durch den Park induzierten touristischen Wertschöpfung bewertet werden kann, müssen Vergleichswerte zu Hilfe gezogen werden. Der Vergleich mit anderen Pärken ist dabei mit Vorsicht vorzunehmen, da diese meist über andere wirtschaftliche, landschaftliche und historische Voraussetzungen verfügen.

Die Umrechnung der Wertschöpfung in Arbeitsstellenäquivalente (Erwerbstätigenäquivalente) mittels Teilung der Gesamtwertschöpfung durch die Arbeitsproduktivität (identisch mit dem Bruttoinlandsprodukt pro Arbeitskraft) kann Anhaltspunkte geben, wie viele Stellen dank dem Park in der Region ungefähr geschaffen werden. Die Arbeitsproduktivität wird vom Bundesamt für Statistik nur für Branchen bzw. für Wirtschaftssektoren ausgewiesen. Für regionale Angaben müssen Sekundärdaten hinzugezogen werden, wie sie u.a. von BAKBASEL bereitgestellt werden. Der durch den Schweizerischen Nationalpark induzierte Sommertourismus schafft rund 240 Stellen, die Biosfera Val Müstair 56, die Biosphäre Entlebuch 63. Diese Zahl kann in Relation zur gesamten Anzahl Arbeitsstellen in einer Region gesetzt werden, die meist bekannt ist.

Vergleich mit Bundes- und Kantonsbeiträgen

Des Weiteren bietet sich eine Einordnung der Resultate über die Beiträge des Bundes, des Kantons oder der Gemeinden an den Park an. Erzeugt ein Park durch die Aktivitäten im Tourismusbereich ein Vielfaches der Beiträge der öffentlichen Hand, kann dies die regionale Volkswirtschaft bedeutend stärken und in Form von Steuern wiederum die öffentliche Hand alimentieren. Der Schweizerische Nationalpark wird vom Bund mit 3,2 Millionen CHF unterstützt, die Biosfera Val Müstair von Bund und Kanton mit gut 600 000 CHF, die Biosphäre Entlebuch mit 700 000 CHF. Die jeweils erzielte touristische Wertschöpfung beträgt das Zweif- bis Sechsfache davon.

Mehrwert der Pärke

Neben der touristisch induzierten Wertschöpfung stellen die Pärke auch eine Reihe anderer Quellen regionaler Wertschöpfung bereit: Mit der Herstellung und dem Verkauf regionaler Produkte, der Erstellung von Produktionsanlagen für erneuerbare Energie, der Umsetzung von Naturschutzprojekten, der Forschung und durch Steuereinnahmen von Zuzüglern können wichtige weitere Beiträge zur Regionalwirtschaft geleistet werden.

Mit der Gesamtheit aller Massnahmen in den Pärken soll nicht nur die regionale Wirtschaft gefördert, sondern auch landschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Werte gestärkt und erhalten werden. Diese sind kaum monetär bewertet und bleiben in Wertschöpfungsstudien unberücksichtigt, stellen aber ebenfalls ein wichtiges und zu berücksichtigendes Kapital für eine Region dar.



Touristische Wertschöpfung kann z.B. über lokale Labelprodukte generiert werden.

Studie	Park und Gründungsjahr	Parkbesuchstage resp. Gästefrequenz	Besucher mit grosser Park- Affinität ¹ %	Wertschöpfung in Mio CHF ² pro Jahr			Grösse in km ²
				direkt	direkt und indirekt	direkt, indirekt und induziert	
Küpfel (2000)	Schweizerischer Nationalpark (CH); 1914	546 000	4,2			19,3 ³	169
Backhaus et al. (2013)	Schweizerischer Nationalpark (CH); 1914	544 000	35			19,7	173
Backhaus et al. (2013)	Naturpark Biosfera Val Müstair (CH); 2010	80 000	12			3,8	198
Knaus (2012)	UNESCO Biosphäre Entlebuch (CH); 2001	600 000	16			5,2	400
Job et al. (2013)	UNESCO Biosphärenreservat Pfälzerwald (D); 1992	5 715 000	4	4,5			1788
Job et al. (2013)	UNESCO Biosphärenreservat Röhn (D); 1991	6 370 000	14	14,8			1852
Job et al. (2013)	UNESCO Biosphärenreservat Schaalsee (D); 2000	490 000	22	1,8			309
Job et al. (2013)	UNESCO Biosphärenreservat Spreewald (D); 1991	1 943 000	9	4,9			475
Job et al. (2013)	UNESCO Biosphärenreservat Vessertal – Thüringer Wald (D); 1979	487 000	11	0,8			170
Mayer et al. (2010)	Nationalpark Bayrischer Wald (D); 1970	760 000	46	9,0			242
Mayer et al. (2010)	Nationalpark Eifel (D); 2004	480 000	27	1,9			107
Mayer et al. (2010)	Müritz Nationalpark (D); 1990	400 000	44	3,9			322
Mayer et al. (2010)	Nationalpark Hainich (D); 1997	260 000	41	1,6			75
Lehar et al. (2004)	Nationalpark Hohe Tauern (A); 1981	1 750 000	16	3,2			1856
Lehar et al. (2004)	Naturpark Rieserferner-Ahrn (I); 1988	570 000	17	3,3			313
Stynes (2007)	Yosemite National Park (USA); 1864	3 300 000	75	175			3027

¹ gemeint sind Besucher, die eine grosse Affinität zu den jeweiligen Schutzgebieten haben und deshalb in die Parkregion gereist sind

² Wertschöpfung in Euro und Dollar durch Besucher mit grosser Park-Affinität wurden zum Jahresmittelkurs zum Zeitpunkt der Studie umgerechnet

³ teuerungsbereinigt zu CHF-Preisen von 2012

Tabelle: Jährliche Wertschöpfung in verschiedenen Parks der Schweiz und im Ausland. Für die Ermittlung der Wertschöpfung werden unterschiedliche Methoden angewandt, die Resultate sind deswegen nur in ihrer Grössenordnung vergleichbar. Differenzen bestehen insbesondere bei der Abgrenzung der Besucher mit grosser Park-Affinität und beim Einbezug der Mehrwertsteuer, die bei den Schweizer Beispielen nicht abgezogen wurde (für Beherbergungsleistungen beträgt sie seit 2011 3,8 Prozent). Bei Mayer et al. (2010) wurde die Wertschöpfung aus den Angaben in der Publikation berechnet (Multiplikation der Einkommensäquivalente der Biosphärenreservatstouristen i.e.S. mit dem Pro-Kopf-Primäreinkommen der Haushalte).

Empfehlungen

Für die Durchführung einer nachfrageseitigen Wertschöpfungsstudie sind folgende Punkte relevant:

- Über standardisierte Befragungen können die durchschnittlichen Ausgaben von Tages- und Übernachtungsgästen und bei letzteren die Anzahl Übernachtungen ermittelt werden (für Beispiele von Fragebögen siehe Knaus 2012 und Backhaus et al. 2013).
- Es ist auf eine möglichst repräsentative Abbildung aller Gästesegmente und möglichst grosse Stichproben zu achten. Am besten sind stichprobenartige Erhebungen zu verschiedenen Jahreszeiten, Saisonabschnitten und Wochentagen.
- Wenn die Struktur der Gästegruppen bekannt ist (z.B. die Anteile von Tages-, Hotel- und Ferienhausgästen), können diese Gruppen z.B. mit Kurzinterviews gezielt befragt und dadurch die nötige Anzahl der Befragten reduziert werden.
- Die Hochrechnung der Gesamtzahl aller Gäste erfolgt basierend auf existierenden statistischen Daten: Logiernächte in Hotellerie (wird über das Bundesamt für Statistik erhoben) und Parahotellerie, Anzahl Tagesgäste (allenfalls muss diese geschätzt werden).
- Die Befragung muss erfassen, welche Rolle der Park in der Entscheidung, in die Region zu reisen, gespielt hat. So kann der Parkanteil der Wertschöpfung differenziert werden. Dies kann durch Fragekombinationen erreicht werden, bei der neben der Rolle des Parks auch die Informationsbeschaffung und Aktivitäten berücksichtigt werden.
- Die touristische Wertschöpfung muss in Relation zur regionalen Wertschöpfung gestellt werden (z. B. über das regionale BIP pro Kopf oder Vollzeitstellenäquivalente).
- In der Berichterstattung muss darauf geachtet werden, alle theoretischen Annahmen klar auszuweisen.
- Je nach Personalaufwand und Grösse des Gebietes variieren die Kosten für eine Erhebung. Können Gäste gezielt an bestimmten Orten und Zeiten (z. B. mit Kurzbefragungen) befragt werden, kann der Aufwand reduziert werden.
- Die Auswertung der Daten ist aufwändig; durch eine Beschränkung auf wenige Fragen und die genaue Planung der Auswertung vor Beginn der Befragungen können Kosten reduziert werden.

ZITIERTE UND WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Backhaus N, Buser C, Buttica M, Jorio D, Speich M (2013) Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal. Schriftenreihe Humangeographie 27. Zürich.

BfS (Bundesamt für Statistik der Schweiz):
Online Lexikon. Zugriff: 10.11.2013.

Job H, Harrer B, Metzler D, Hajizadeh-Alamdary D (2005) Ökonomische Effekte von Grossschutzgebieten. Untersuchung der Bedeutung von Großschutzgebieten für den Tourismus und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. BfN Skripten 135. Bonn.

Job H, Kraus F, Merlin C, Woltering M (2013) Wirtschaftliche Effekte des Tourismus in Biosphärenreservaten Deutschlands. BfN Schriftenreihe Naturschutz und Biologische Vielfalt 134.

Knaus F (2012) Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Resultate einer umfassenden Gästebefragung. Interner Bericht, ETH Zürich und Biosphärenmanagement UBE, Schüpflheim.

Küpfer I (2000) Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus, untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Nationalpark-Forschung Schweiz 90. Zerne

Lehar G, Hausberger K, Fuchs L (2004) Besucherzählung, Wertschöpfungs- und Motiverhebung im Nationalpark Hohe Tauern und im Naturpark Riesenerferner-Ahrn. Institut für Verkehr und Tourismus, Innsbruck.

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: 73-82.

Mayer M (2013) Kosten und Nutzen des Nationalparks Bayerischer Wald. Eine ökonomische Bewertung unter Berücksichtigung von Tourismus und Forstwirtschaft. oekom, München.

Rütter H, Guhl D, Müller H (1996) Wertschöpfer Tourismus. Ein Leitfadens zur Berechnung der touristischen Gesamtnachfrage, Wertschöpfung und Beschäftigung in 13 pragmatischen Schritten. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern.

Rütter H, Berwert A, Rütter-Fischbacher U, Landolt M (2001) Der Tourismus im Wallis. Wertschöpfungsstudie. Rütter und Partner, Rüschiikon.

Siegrist D (2009) Pärke von nationaler Bedeutung. Touristische Marktanalyse und Erfolgsfaktoren. Im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt BAFU. Schriftenreihe des Institut für Landschaft und Freiraum 4, HSR Hochschule für Technik Rapperswil. Rapperswil.

Stynes DJ (2007) Impacts of visitor spending on the local economy: Yosemite National Park 2005. Michigan State University, East Lansing, MI.

IMPRESSUM

AUTOREN

Florian Knaus, UNESCO Biosphäre Entlebuch
(f.knaus@biosphaere.ch)
Norman Backhaus, Geographisches Institut der Universität Zürich (norman.backhaus@geo.uzh.ch)

HERAUSGEBER UND KONTAKT

Akademien der Wissenschaften Schweiz
Parkforschung Schweiz und Forschungskommission des Schweizerischen Nationalparks und der Biosfera Val Müstair
Schwarztorstrasse 9, 3007 Bern
www.parkforschung.ch

GRAFIK UND GESTALTUNG

Olivia Zwygart

BILDNACHWEIS

Meinrad Schade (Titelbild), UNESCO Biosphäre Entlebuch

www.akademien-schweiz.ch/factsheets

ZITIERVORSCHLAG

Knaus F, Backhaus N (2014) Touristische Wertschöpfung in Schweizer Pärken. Swiss Academies Factsheets 9 (3). Bern.

Dieses Factsheet kann unter folgender Adresse als PDF heruntergeladen werden:
www.parkforschung.ch