

GEO 511 – Masterarbeit

Geographisches Institut der Universität Zürich
Abteilung Humangeographie
Winterthurerstrasse 170
8057 Zürich

Die Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal ins Bild gesetzt

Raumaneignungsformen in visuellen und mentalen Bildern zum Biosphärenprojekt

vorgelegt durch:

Samuel Thommen
00-912-667

betreut durch:

PD Dr. Norman Backhaus

eingereicht bei:

Prof. Dr. Ulrike Müller-Böker

Zürich, Oktober 2010

Vorwort

Nach dem Besuch mehrerer Kurse zur Forschungsmethodik in geographischen Untersuchungen suchte ich zum Ende meiner Ausbildung nach einer Herausforderung, welche mich ein Jahr lang beim Verfassen dieser Arbeit begleiten sollte. Diese Möglichkeit bot sich mir, indem ich mich entschied, bei meinem Forschungsvorhaben mit Bildern zu arbeiten. Als Hobbyfotograf mit einer Affinität zur Bergwelt erwärmte ich mich sehr schnell für die Idee der Untersuchung von visuellen und mentalen Bildern zur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal. Trotz aller Eigenmotivation braucht es von der Idee bis zur Vollendung die Mithilfe einiger Personen, welche zum Gelingen einer solchen Masterarbeit beitragen. An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei ihnen allen bedanken.

PD Dr. Norman Backhaus für die Idee zu dieser Arbeit, für die wertvollen Anregungen zur methodischen und inhaltlichen Umsetzung, für die bestmögliche Betreuung während dem laufenden Arbeitsprozess und auch für die Freiheiten, welche mir gewährt wurden.

Prof. Dr. Ulrike Müller-Böker, dass Sie mir ermöglicht hat, diese Arbeit zu schreiben.

Meinen Interviewpartnerinnen und -partnern für Ihre Offenheit während den spannenden Gesprächen und Ihr Entgegenkommen, Ihre wertvolle Zeit für diese Forschungsarbeit hinzugeben.

Den Redaktionsteams der Zeitungen, welche mir bereitwillig Zugang zu ihren Archiven gewährleisteten.

Meinen Mitstudentinnen und Mitstudenten für die motivierenden Worte, die spannenden Pausengespräche und guten Tipps während der Erarbeitung.

Meinen Eltern Katharina und Rolf Thommen, die mir diese Ausbildung ermöglichten und mir dabei unterstützend zur Seite standen.

Barbara Bitzi für ihre Liebe und Geduld, ihre motivierenden Worte sowie auch für die Durchsicht der Arbeit.

Zürich, Oktober 2010

Samuel Thommen

Zusammenfassung

Mit Bildern wird der Mensch in der heutigen Zeit tagtäglich konfrontiert. Meist geschieht dies durch analoges oder digitales Bildmaterial, bei welchem von visuellen Bildern gesprochen wird. Sie geben den Betrachtenden die Möglichkeit, mit dem abgebildeten Ort in Verbindung zu treten, beziehungsweise sich diesen Raum anzueignen. Dies muss nicht zwingendermassen in einer physisch-materiellen Form passieren, sondern kann durch reine Vorstellungskraft in der Gestalt von mentalen Bildern vor sich gehen. Eine solche mentale Raumeignung ist sogar meist Voraussetzung, um sich später den Raum eventuell auch in seiner physischen Form anzueignen. Mentale Bilder gründen in den Vorstellungen des einzelnen Individuums und können demnach von Person zu Person variieren. Insbesondere ist dies der Fall, wenn diese Vorstellungen anhand von unklaren Begriffen zustande kommen. ‚Biosphäre‘ oder ‚nachhaltige Entwicklung‘ sind solche Begriffe, deren Wortbedeutungen in der Bevölkerung nicht ganz deutlich verankert sind.

Die vorliegende Masterarbeit untersuchte visuelle und mentale Bilder rund um die Erschaffung eines Biosphärenreservates, welches entsprechend den UNESCO-Richtlinien als Vorzeigeobjekt für eine nachhaltige Entwicklungsform dienen soll. Das Projekt Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal wurde 2001 ins Leben gerufen und neun Jahre später erhielt die Region, welche das Münstertal, das Val Mora und den Schweizerischen Nationalpark umfasst, die Anerkennung der UNESCO unter Auflagen zugesprochen. Seit der ersten Idee bis Ende Januar 2010 erschienen in vier ausgewählten Zeitungen, welche im Val Müstair erhältlich sind, 360 Bilder in Artikeln zur Biosfera. Beim diesen visuellen Bildern wurde eine Bildinhaltsanalyse durchgeführt, welche die darauf dargestellten Raumeignungen nach dem Kategoriensystem von Müller (2007) erfasste. Dasselbe wurde bei zwei von der Leitung des Biosphärenprojektes herausgegebenen Prospekten mit insgesamt 25 Bildern gemacht. Mittels der Methode der Bildinhaltsanalyse können nebst dem Aufzeigen des Spektrums an Raumeignungsformen im visuellen Bildmaterial auch Aussagen zu den potentiellen mentalen Bildern der bildbetrachteten Personen gemacht werden. In der vorliegenden Untersuchung wurde jedoch der Schritt auf die Seite der Bildempfängerinnen und -empfänger gemacht, um deren tatsächliche mentale Bilder zu erfahren. Diese wurden mittels problemzentrierten Interviews erhoben, in welchen auch mit visuellem Bildmaterial gearbeitet wurde. Dazu wurde ein Sample von zwölf Personen zusammengestellt, welche alle im Münstertal wohnhaft waren und möglichst ein breitgefächertes Spektrum an Raumeignungserinnen und -aneignern widerspiegeln.

Es zeigt sich dabei, dass die visuellen Bilder aus den Zeitungen und die vergegenständlichten mentalen Bilder aus den Gesprächen in den Grundzügen ähnlich sind. Bilder, die Elemente menschlicher Aneignung aufwiesen, auch wenn es nur Spuren menschlichen

Handelns waren, wurden dabei dem Kulturraum zugeteilt. Diese Kategorie überwog sowohl beim visuellen Bildmaterial der Zeitungen wie auch bei den mentalen Bildern der Interviewpersonen. Dem Kulturraum gegenüber stand der Naturraum, welcher negativ über die Abwesenheit von menschlichen Aneignungsformen oder Tätigkeiten definiert wurde. Einzig in der Analyse des Bildmaterials aus den Prospekten spielte diese Kategorie eine tragende Rolle indem sie fast die Hälfte der gesamten Bildfläche für sich beanspruchte. Verständlicherweise wurden die Prospekte auf die Ansprüche von Gästen ausgelegt, indem sie schöne Naturbilder, erwerbbar Produkte wie auch Karten und Logos der Biosfera aufwiesen. Die Zeitungsbilder wie auch die Bilder, welche sich aus den Interviews ergaben, rückten die Biosfera in ein eher kulturräumliches Licht. Identifikationszeichen für die Biosfera, welche in der Form von Personen, die hinter dem Projekt stehen, veranschaulicht wurden, nahmen dabei eine zentrale Rolle ein. Daneben wurde Wert gelegt auf die Darstellung der Biosfera als Lebensraum für den Menschen, insbesondere als Wohnraum, wie auch als Arbeitswelt für die ansässige Bevölkerung. Dies mag unter anderem auch daran liegen, dass die Biosfera mit dem Ziel der Sicherung von Arbeitsplätzen und dem Entgegenwirken der Abwanderung aus dem Tal ins Leben gerufen wurde. Bezüglich der Arbeitswelt, bzw. des Produktionsraumes, wie die entsprechende Raumanneignungskategorie genannt wird, zeichneten die Zeitungen ein eher traditionelles Bild, das mehrheitlich aus dem landwirtschaftlichen Sektor bestand. Die befragten Personen hingegen sprachen oft von der touristischen Ausrichtung des Tales durch das Projekt und somit von der Arbeit im Dienstleistungssektor. Unterschiede gab es auch beim Erlebnisraum. Währenddem in den Interviews das Erleben von Kultur und Natur in etwa gleich vertreten waren, zeigten die visuellen Bilder sehr oft den Kulturerlebnisraum, insbesondere mit der Ikone des ebenfalls UNESCO-zertifizierten Klosters St. Johann darauf. Einzelne Unterschiede ergaben sich auch durch die Verschiedenheit von verbalem und graphischem Ausdruck. So wurde beispielsweise in den Vorstellungen der befragten Personen die Biosfera häufiger in Beziehung mit dem Kooperationsraum und dem sozio-ökonomischen Problemraum gesetzt als dies aus dem Bild der Zeitungen zu vermuten gewesen wäre. Diese beiden Kategorien sind allerdings sprachlich einfacher auszudrücken als fotografisch festzuhalten. Das Gegenteil war beim Symbolraum der Fall. Die Darstellung von Kartenmaterial und Logos fällt mittels visuellen Bildern wesentlich leichter als mit mentalen Bildern. Entsprechend wenig wurde der Symbolraum in den Interviews zur Sprache gebracht.

Dank der Arbeit mit den visuellen Bildern in den Interviews konnte auch ein Vergleich angestellt werden, inwiefern die inhärenten Bedeutungen des Bildes an sich mit den rezipierten Bedeutungen der Bildbetrachtenden übereinstimmen. Es zeigte sich, dass der Grossteil der Gesprächspartnerinnen und -partner die Bilder in einen weitaus grösseren Kontext setzten, da sie ein breit gefächertes Hintergrundwissen zur Biosfera und zum Münstertal haben. Die von Seiten der Forschung den Bildern zugeschriebenen Raumanneig-

nungskategorien wurden von den Befragten darin festgestellt, meist gingen ihre Vorstellungen aber über das Bild hinaus und die bereits festgehaltenen Kategorien wurden um weitere Raumeignungen ergänzt.

Inhalt

Vorwort	I
Zusammenfassung	II
Abbildungsverzeichnis	VI
1. Einleitung	1
1.1. Bedeutung der Thematik und Zielsetzung	2
1.2. Fragestellung	3
1.3. Einschränkungen.....	4
2. Grundlagen	5
2.1. Was ist ein Bild?	5
2.2. Visuelle und mentale Bilder	6
2.3. Bildproduktion, das Bild an sich, Bildrezeption	7
2.4. Rauman eignung und Regionalisierung	9
2.5. Nachhaltigkeit.....	10
3. Stand der Forschung	11
3.1. Bilder in der Geographie.....	11
3.2. Forschung zu Schutzgebieten	12
3.3. Forschung zur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal	15
4. Die Region Val Müstair	16
4.1. Das Projekt Biosfera, vom Naturpark zum Biosphärenreservat	17
5. Methodik	20
5.1. Visuelle Bilder	20
5.1.1. Die Methode der Bildinhaltsanalyse	20
5.1.2. Rauman eignungskategorien nach Müller (2007).....	22
5.2. Mentale Bilder	31
5.2.1. Interviews.....	31
5.2.2. Interviewbilder	33
5.3. Datenauswahl.....	38
5.3.1. Visuelles Bildmaterial	38
5.3.2. Interviewpersonen	39
5.4. Datenauswertung	40
5.4.1. Datenauswertung Bildmaterial	40
5.4.2. Datenauswertung Interviews	41
6. Resultate	42
6.1. Resultate der visuellen Bilder	42
6.1.1. Die Südostschweiz Graubünden.....	42
6.1.2. Bündner Tagblatt.....	45
6.1.3. La Quotidiana	48
6.1.4. Engadiner Post/ Posta Ladina	52
6.1.5. Prospekte ‚UNESCO-Kandidatur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal‘ und ‚Biosfera Val Müstair‘	55
6.1.6. Visuelles Bildmaterial in der Gesamtbetrachtung	58
6.2. Resultate Interviews.....	60
6.2.1. Mentale Bilder ohne visuellen Gedankenanstoss	60
6.2.2. Mentale Bilder mit Bezug auf vorgelegte Bilder.....	65
6.2.3. Mentale Bilder in der Gesamtbetrachtung.....	69
7. Beantwortung der Fragestellung und Diskussion	70
8. Schlussbetrachtung	78
9. Literatur	81
10. Anhang	85
A. Fragebogen für Interviews	85
B. Interviewleitfaden.....	86
C. Personenregister	87
D. Transkriptionsregeln	87
E. Interviewbilder in Originalgrösse	88

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Untergruppen des Bildes	5
Abb. 2: Das Gebiet des Biosphärenreservates	16
Abb. 3: Grafische Darstellung des Kategoriensystems	22
Abb. 4: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern der Südostschweiz Graubünden	42
Abb. 5: Aufteilung des Raumes der Identifikation i.e.S. in seine Unterkategorien bei der Südostschweiz Graubünden	43
Abb. 6: Aufteilung des Erlebnisraumes allg. in seine Unterkategorien bei der Südostschweiz Graubünden	44
Abb. 7: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern des Bündner Tagblattes	45
Abb. 8: Aufteilung des Raumes der Identifikation i.e.S. in seine Unterkategorien beim Bündner Tagblatt	46
Abb. 9: Aufteilung des Produktionsraumes allgemein in seine Unterkategorien beim Bündner Tagblatt	46
Abb. 10: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern der La Quotidiana	48
Abb. 11: Aufteilung des Lebensraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der La Quotidiana	49
Abb. 12: Aufteilung des Erlebnisraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der La Quotidiana	50
Abb. 13: Aufteilung des Produktionsraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der La Quotidiana	50
Abb. 14: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern der Engadiner Post/ Posta Ladina	52
Abb. 15: Aufteilung des Erlebnisraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der Engadiner Post/ Posta Ladina	53
Abb. 16: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern aus den Prospekten	55
Abb. 17: Aufteilung des Erlebnisraumes allgemein in seine Unterkategorien bei den Prospekten	56
Abb. 18: Aufteilung des Lebensraumes allgemein in seine Unterkategorien bei den Prospekten	57
Abb. 19: Auswahlhäufigkeiten der zehn vorgelegten Bilder bei den entsprechenden Fragen	65

1. Einleitung

„Bilder sind an der Macht. Sie überfallen uns, bedrängen uns, verfolgen uns. Sie täuschen Realität vor, bestimmen unser Handeln. (...). Jedes Bild ist mehr als ein Bild. Es birgt Geheimnisse, trägt vielschichtige Bedeutungen, die sich zu Kodes bündeln lassen.“ (Doelker 1997, Buchumschlag)

Bilder sind aus der heutigen Welt nicht mehr wegzudenken. Überall findet man sie – auf Plakatwänden, in Tageszeitungen und Zeitschriften in Printversion oder im Internet im digitalen Format. Neben diesen eben genannten Arten von Bildern, die für uns greifbar erscheinen, gibt es auch solche, welche nicht real existieren. Bilder, die einer Person ins Bewusstsein treten, wenn sie beispielsweise in einer Zeitschrift den Begriff „Natur“ liest. Und obwohl da in der Zeitschrift kein Bild von einer Wiese, einem Wald oder einem See ist, in vielen Fällen hat man eine klare Vorstellung im Kopf, wie diese „Natur“ nun aussehen sollte. Ganz im Sinne des alltäglichen Geographie-Machens werden anhand solcher Bilder tagtäglich räumliche Strukturierungen vorgenommen und Regionen voneinander abgegrenzt (Werlen 1997, S. 193-197). Bilder sind Mittel und Produkte solcher Regionalisierungen zugleich, nur wurde ihnen in der aktuellen Forschung bisher wenig Aufmerksamkeit zuteil (Schlottmann & Miggelbrink (2009, S. 14). Bedarf an substantieller theoretischer und empirischer Forschung, die den Erkenntnisgehalt des Visuellen für Fragestellungen der Humangeographie herausarbeitet, ist aber durchaus vorhanden (ebd.). Ein Ziel der humangeographischen Forschung ist es, die Beziehungen zwischen Menschen und ihrer Umwelt zu untersuchen und die räumlichen Auswirkungen deren Handlungen festzustellen (Backhaus & Müller 2006, S. 15). Dabei können die Konzepte Rauman eignung und Regionalisierung dienlich sein (ebd.).

Eine Arbeit, welche sich über das Visuelle Zugang zu solchen Mensch-Raum-Beziehungen verschafft, ist diejenige von Müller (2007), welche im Rahmen des Nationalen Forschungsprogrammes 48 (NFP 48) „Landschaften und Lebensräume der Alpen“ am geographischen Institut der Universität Zürich (GIUZ) durchgeführt wurde. Der Autor geht darin der Frage nach, welche Rauman eignungen oder Raumnutzungen durch Bilder suggeriert werden. Dazu entwickelte er ein Kategoriensystem, in welches sich verschiedene Rauman eignungsformen einordnen lassen. Angewandt hatte Müller seine Rauman eignungskategorien auf die Projekte des UNESCO Weltnaturerbes Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn und der UNESCO Biosphäre Entlebuch.

Die vorliegende Masterarbeit lehnt sich thematisch und methodisch an diese Arbeit an und ordnet sich so in den Forschungskontext am GIUZ ein. Sie behandelt das Projekt der Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal, welches das Münstertal zusammen mit dem Schweizeri-

schen Nationalpark als Biosphärenreservat nach Richtlinien der UNESCO ausweisen möchte. Da es sich dabei um ein vergleichbares Projekt wie dasjenige im Entlebuch handelt, wurde mit den Raumanerkennungskategorien von Müller (2007) gearbeitet. Auf die genauere Beschreibung dieser Kategorien wird zu einem späteren Zeitpunkt eingegangen.

Vorerst soll nun die Bedeutung der Thematik, sowie die Zielsetzung der Arbeit und die Fragestellung dargelegt werden. Anschliessend werden grundlegende Begriffe zu Bildern genauer erläutert sowie auf den aktuellen Stand der Forschung eingegangen. Zudem wird die Brücke von der Bildforschung zur Geographie geschlagen bevor dann das Gebiet des Val Müstair und das Biosfera-Projekt näher vorgestellt werden. Im Rahmen der Methodik dieser Arbeit wird dann vertiefter auf die Bildinhaltsanalyse und die qualitativen Interviews eingegangen sowie die Raumanerkennungskategorien nach Müller (2007) erläutert. Nach der Darstellung der Resultate aus der Feldforschung folgen die Beantwortung der Fragestellung und die Diskussion. Abschliessend finden sich im Rahmen der Schlussbetrachtung Fazit und Ausblick auf künftige Forschungsmöglichkeiten.

1.1. Bedeutung der Thematik und Zielsetzung

Wie bereits das Zitat zu Beginn der Einleitung andeutet, machen Bilder heutzutage einen Grossteil des Informationsflusses aus, der auf einen Menschen im Alltag niederprasselt. Aus dieser immensen Flut an Informationen filtert ein Mensch die für ihn passenden heraus und bildet sich daraus seine Vorstellungen über die Welt. Wie Müller (2007, S. 1) festhält, sind diese Vorstellungen mitunter handlungsleitend und können bei divergierenden Ansichten zu Konfliktsituationen führen. Wird man sich aber der Strukturen bewusst, welche den Bildern zugrunde liegen, so kann dies zur Prävention oder Lösung von Konflikten führen (Backhaus, Müller & Müller-Böcker 2008, S. 67). In abgelegenen Berggebieten, zu welchen das Val Müstair dazu zu zählen ist, ist es von besonderer Wichtigkeit, dass alle am gleichen Strick ziehen. Die Errichtung eines Biosphärenreservates wird neben der im Jahr 2009 vollzogenen Gemeindefusion als wichtigstes zukunftsorientiertes Projekt angesehen, um Problemen wie den rückgängigen Bevölkerungszahlen, dem Abbau des Service Public oder der schwierigen finanziellen Situation entgegenzuwirken (Biosfera Val Müstair 2009, S. 3). Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die Bewohnerinnen und Bewohner des Val Müstairs dem Projekt des geplanten Biosphärenreservates positiv gegenüberstehen, da sie im März 2005 mit einer Mehrheit von 89% einer Umsetzung des Parkprojektes zugestimmt haben (Biosfera Val Müstair 2009, S. 9). In einem Gebiet, welches als Biosphäre nach den Leitlinien der UNESCO ausgewiesen werden soll, sind Konflikte dennoch nicht auszuschliessen. In Biosphärenreservaten soll ein ausbalanciertes Zusammenspiel von Mensch und Natur realisiert (UNESCO 1996, S. 5) und eine nachhaltige Entwicklung der Region sowohl im soziokulturellen wie auch im ökonomischen Bereich angestrebt werden

(UNESCO 1996, S. 16). Doch gerade bei solchen Begriffen wie ‚Biosphäre‘ oder der damit verbundenen ‚nachhaltigen Entwicklung‘, die in der Bevölkerung meist nur schwammig verankert sind (Bätzing 2003, S.327), können die Meinungen, was darunter zu verstehen ist und damit auch die Bilder, welche die Leute von einer solchen Region in den Köpfen haben, weit auseinander gehen.

Die vorliegende Arbeit hat sich folglich zum Ziel gesetzt, einerseits die Bilder, welche in den lokalen Medien sowie von der Biosfera-Trägerschaft zur Visualisierung der geplanten Biosfera benutzt wurden, genauer unter die Lupe zu nehmen. Dabei soll aufgezeigt werden, welches Spektrum an Formen der Raumaneynung diese in den vergangenen Jahren vermittelten. Andererseits soll aber auch ein Vergleich mit den Vorstellungen aus der Bevölkerung angestellt werden, um Abweichungen und Gemeinsamkeiten aufzudecken.

1.2. Fragestellung

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, wurde mit folgenden Forschungsfragen gearbeitet:

- Wie wird die geplante Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal visualisiert? Welche Raumaneynungen werden durch Bilder in dieser für Nachhaltigkeit stehenden Region aufgezeigt?
- Inwiefern gleichen die mentalen Bilder verschiedener Personen dem Bild, welches die visuellen Bilder dieser Region wiedergeben?
- Inwiefern stimmt die rezipierte Bildbedeutung mit der inhärenten Bildbedeutung überein?

Da es sich bei der vorliegenden Arbeit um ein Projekt handelt, das quantitative mit qualitativen Methoden verbindet, wurden die Fragestellungen bewusst nicht als Hypothesen formuliert, sondern als offene Forschungsfragen. Dennoch gilt es Einschränkungen zu beachten.

1.3. Einschränkungen

Im Zeitalter des Internets ist zu fast jedem Thema oder zu jeder Region eine Unmenge an Bildmaterial verfügbar. Um aber den Aufwand der Bildanalysen der visuellen Bilder im Bereich des Machbaren zu halten, wurde nur auf fotografische Bilder und Grafiken zurückgegriffen, welche in Printmedien verwendet wurden. Ein weiterer Grund, der für die Bildanalyse aus Printmedien spricht, ist, dass Zeitungen und Zeitschriften in einer anderen Untersuchung von der lokalen Bevölkerung als eine der Hauptinformationsquellen (neben Orientierungsanlässen und Bekannten/Freunden) angegeben wurden, wie sie über das Biosfera-Projekt erfahren haben (Karthäuser 2009, S. 90-91). Sie sind daher als bedeutende Meinungsmacher anzusehen.

2. Grundlagen

Um von einer einheitlichen Basis ausgehen zu können, sollen nun an dieser Stelle einige Begriffe, welche in der vorliegenden Arbeit von Wichtigkeit sind, genauer erläutert werden. Es ist mir bewusst, dass zur Abhandlung einzelner Begriffe ganze Bücher geschrieben werden könnten, jedoch ist bei einer Masterarbeit ein zeitlicher Rahmen gesetzt, der dies verunmöglicht. Daher möchte ich hier nur soweit auf die zu erläuternden Begriffe eingehen, dass verstanden wird, wie sie in dieser Arbeit aufgefasst werden.

2.1. Was ist ein Bild?

Die Beantwortung dieser Frage scheint im ersten Moment sehr einfach zu sein und jede Person würde wohl darauf eine Auskunft geben können. Doch genau darin liegt das Problem. Mitchell (1984, S. 504) hält in seinem Aufsatz „What is an Image?“ fest, dass man beim Sprechen über Bilder zwei grundlegende Phänomene beachten muss. Einerseits, dass bei der Benutzung des Begriffes ‚Bild‘ Gemälde, Karten, Diagramme, Projektionen, Gedanken oder gar Träume gemeint sein können. Andererseits fügt der Autor an, dass trotz des Gebrauchs all dieser Begriffe unter dem Oberbegriff ‚Bild‘, diese nicht notwendigerweise etwas gemeinsam haben müssen. Um sie dennoch etwas ordnen zu können, hat Mitchell (1984, S. 505) Untergruppen gebildet, welche in grafische, optische, perzeptuelle, mentale und verbale Bilder unterteilt sind:

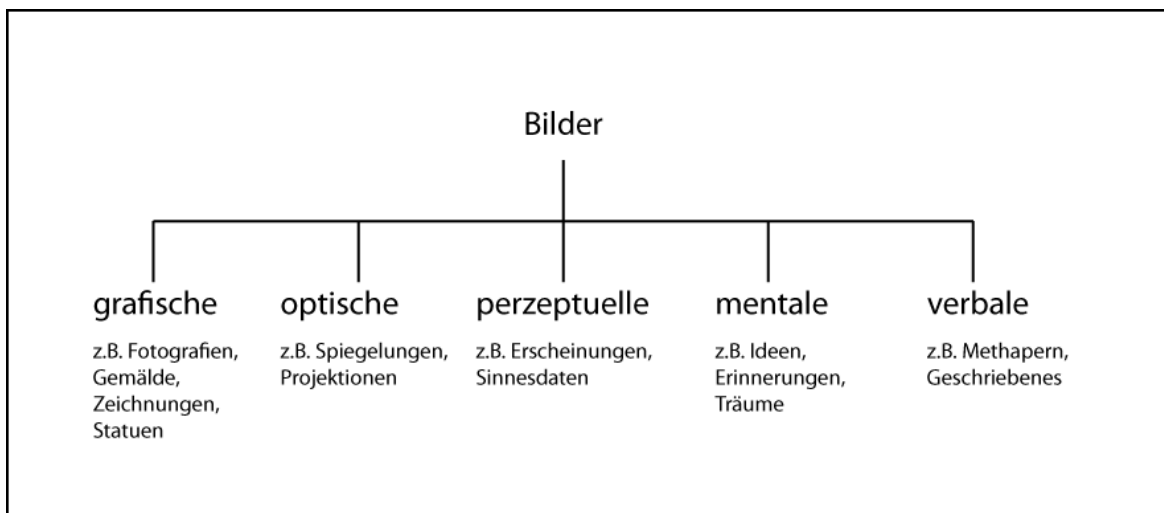


Abb. 1: Untergruppen des Bildes (Quelle: Eigene Darstellung, ergänzt nach Mitchell (1984, S. 505))

Doelker (1997, S. 187) setzt einen engeren Rahmen und definiert das Bild als „eine zum Zweck der Betrachtung oder Verständigung hergestellte, visuelle Konfiguration“. Erfüllen

muss das Bild zudem die Kriterien der Begrenztheit, der Transferierbarkeit und der Reproduzierbarkeit. Es kann somit keine unbeschränkten Ausmasse haben, muss von Ort zu Ort transportierbar sein und es muss die Möglichkeit geben, es nachzubilden (Doelker 1997, S. 184-187). Gemäss dieser Definition erfüllen also nicht alle Untergruppen im Schema von Mitchell (1984) die Kriterien, um als Bild an sich zu gelten, da sie nicht als materielles Artefakt vorhanden sind. Da sich diese Arbeit aber auch mit den Vorstellungen in den Köpfen der Bevölkerung beschäftigt, werden neben den materiellen Bildern auch immaterielle behandelt. Müller (2003, S. 20) spricht davon, dass in der visuellen Kommunikationsforschung die immateriellen, geistigen Bilder, welche sie als ‚mental images‘ deklariert, untrennbar mit den materiellen Bildern verbunden sind. Nachfolgend wird darauf noch näher eingegangen.

2.2. Visuelle und mentale Bilder

Diese erwähnte Verbundenheit von materiellen und mentalen Bildern führt aus einem Dilemma der Forschung hervor: Würde man immaterielle Bilder kategorisch ausgliedern, dann verkäme die visuelle Kommunikationsforschung zur reinen Materialkunde. Handkehrum riskiert man mit einer Integration der mentalen Bilder eine begriffliche Unschärfe (Müller 2003, S. 18).

Lösen kann man dieses Problem der Unschärfe wohl nicht, da wie Mitchell (1984, S. 507) es festhält, die mentalen Bilder von Person zu Person verschieden sind und sich im Laufe der Zeit auch ändern können. Dennoch sind sie bedeutsam, da über die Gedanken Vorstellungen über die materielle Welt geschaffen werden und die unterschiedliche Wichtigkeit solcher mentalen Bilder Auswirkungen auf die Handlungen der sie in sich tragenden Person hat (Mitchell 1984, S. 508-510; Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 24). Es muss jedoch angemerkt werden, dass der genaue Zusammenhang von mentalen Bildern und Handlungen noch eine Grauzone der Wissenschaft bilden (Fassler 2002, zit. in: Müller 2007, S. 44). Die Handlungswirksamkeit von mentalen Bildern ist jedoch unbestritten (Urban 2002, zit. in: Müller 2007, S. 44). Die Grundlage zum Aufbau von mentalen Bildern sieht Müller (2007, S. 44-45) in gemachten Erfahrungen, insbesondere solche von emotional intensiven Erlebnissen oder wiederholt Gesehenem. Zu diesen Grundlagen sind folglich auch Fotografien zu zählen. Diese erhalten ihre Mächtigkeit durch ihre Analogizität: Sie wirken unmittelbar, geben eine konkrete Vorstellung und lassen uns so den Sachverhalt auf leichtestem Wege verstehen (Müller 2007, S. 51). Dazu kommt, dass die Betrachtenden aufgrund der analogen Übertragung der Realität auf das Foto die Neigung haben, das Gesehene für die objektive Wirklichkeit zu halten, worauf ihre emotionale Wirkung beruht (Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 64; Müller 2007, S. 51; Rose 2003, S. 215).

Es kann festgehalten werden, dass in der vorliegenden Arbeit Fotografien sowie auch Grafiken als *visuelle Bilder* bezeichnet werden. Sie sind materiell greifbar und entsprechen ganz der Definition von Doelker (1997, S. 184-187). Im Sinne von Mitchell (1984, S. 505) würde dies seinen grafischen Bildern entsprechen. Aufgrund der Nähe dieser Arbeit zur Untersuchung von Müller (2007), der von visuellen Bildern spricht, wurde jedoch der Begriff ‚visuell‘ als angebracht erachtet. Durch die Analyse solcher visueller Bilder können Aussagen über die Vorstellungen von Bildproduzierenden sowie auch über die potenziellen mentalen Bilder von Bildbetrachtenden gemacht werden (Müller 2007, S. 45). Mentale Bilder hingegen werden erst gesellschaftlich relevant und somit auch interessant für die Forschung, wenn sie eine Vergegenständlichung erfahren (Müller 2003, S. 20; Müller 2007, S. 44). Eine solche kann beispielsweise über eine Befragung erreicht werden (Müller 2007, S. 45). Als *mentale Bilder* werden im weiteren Verlaufe dieser Arbeit in Anlehnung an Reitz (2003, zit. in: Dirksmeier 2007, S. 2) diejenigen Bilder bezeichnet, welche sich als Wahrnehmungen oder Vorstellungen in den Köpfen von Personen festgesetzt haben. Sie sind dementsprechend nicht direkt erkennbar und äussern sich durch sprachlichen Ausdruck oder Verweis auf ähnliche materielle Bilder.

2.3. Bildproduktion, das Bild an sich, Bildrezeption

Nachdem nun mentale und visuelle Bilder unterschieden wurden, wird in diesem Kapitel nun dargelegt, wie visuelle Bilder aus mentalen Bildern entstehen und wiederum zu solchen werden. Dass dabei visuelle Bilder nicht einfach nur Farben auf einem meist glatten Hintergrund sind, merkt man beispielsweise daran, indem uns eine Fotografie besonders anspricht und wir sie als ausgesprochen schön empfinden. Als ein grosser Vorteil der visuellen Kommunikation wird angesehen, dass Bilder Aufmerksamkeit zu erregen und die emotionale Basis der betrachtenden Person anzusprechen vermögen (Müller 2007, S. 83). Die Emotion, welche bei der Betrachterin oder dem Betrachter ausgelöst wird, muss aber nicht zwingendermassen diejenige sein, welche die fotografierende Person beabsichtigte. Müller (2007, S. 65-67) spricht von einer dreiseitigen Struktur, bei welcher die Bildproduktion, das Bild an sich und die Bildrezeption unterschieden werden. Dabei wird jeder Seite eine Bildbedeutung zugewiesen.

Auf der Seite der Bildproduktion ist dies die intendierte Bildbedeutung. „Unabhängig davon, was ein Bild ‚tatsächlich‘ zeigt, haben Bildproduzierende etwas mit der Darstellung beabsichtigt, was als intendierte Bedeutung bezeichnet wird“ (Müller 2007, S.66). Doelker (1997, S. 70-83) spricht in diesem Zusammenhang davon, dass ein Bild eine „Funktion“ innehat, welche beispielsweise der Veranschaulichung oder der Aufmerksamkeitsgewinnung dient. Diese beiden Funktionen spielen vor allem bei Publikationen wie Zeitungen oder Zeitschriften eine Rolle. Die fotografierende Person produziert das Bild an sich. Dabei

spielen deren mentale Bilder, diejenigen der auftraggebenden Person sowie auch die Regeln des Publikationsfeldes mit eine Rolle bei der Produktion (Müller 2007, S. 106). Dem Einwand, dass Bilder als Quelle ungeeignet sind, da im Moment der Aufnahme auch der Zufall eine Rolle spielt, kann man entgegenbringen, dass ein Bild bis es in einer Zeitung oder einer Zeitschrift erscheint, so viele Auswahlverfahren wie beispielsweise durch die fotografierende Person selbst oder die Redaktion durchlaufen hat, dass der Zufall bei der Entstehung zu vernachlässigen ist (Pilarczyk & Mietzner 2003, S. 23). Obwohl viele Faktoren mit hineinspielen, lässt sich die intendierte Bildbedeutung gemäss Doelker (1997, S. 150) jedoch mit wenig Aufwand erkennen, sofern das Medium zur Hand ist, aus welchem das Bild entnommen wurde.

Schwieriger wird dies bei der inhärenten Bedeutung, welche das Bild an sich innehat. Sie ist vom Umfang her die grösstmögliche und überragt die Bedeutungen auf Seiten der Bildproduktion und der Bildrezeption (Doelker 1997, S. 148). Pilarczyk & Mietzner (2003, S. 24) schreiben in diesem Zusammenhang, dass auf einer Fotografie Spuren des politischen, kulturellen, sozialen und subjektiven Lebens vorzufinden sind. Die Analyse dieser inhärenten Bedeutung ist ein Ziel der vorliegenden Arbeit und folgt der Methode der Bildinhaltsanalyse mit den Raumanerkennungskategorien nach Müller (2007). Sowohl auf die Bildinhaltsanalyse wie auch auf die Raumanerkennung und deren Kategorisierung wird zu einem späteren Zeitpunkt noch genauer eingegangen.

Schliesslich bleibt noch die Seite derjenigen Person, die das Bild betrachtet. Auch auf dieser Seite bilden sich mentale Bilder aus. Doelker (1997, S. 146) verwendet hierfür den Begriff ‚subjektive Bedeutung‘. Bei Müller (2007, S. 66) wird hingegen von der ‚rezipierten Bedeutung‘ gesprochen, um den Begriff klarer von der intendierten Bedeutung abzugrenzen, welche ebenfalls subjektiv ist. Inhaltlich unterscheiden sich die beiden Autoren aber nicht. Da sich die vorliegende Arbeit am Vorgehen von Müller (2007) orientiert, wird der Begriff der rezipierten Bedeutung übernommen. Die rezipierte Bedeutung ist diejenige, welche der betrachtenden Person am nächsten ist, da die Konnotationen unmittelbar durch das Bild ausgelöst werden (Doelker 1997, S. 197-198). Jedoch spielen die Persönlichkeit der bildempfangenden Person wie auch die jeweilige Situation eine Rolle (Doelker 1997, S. 146). Daher ist es möglich, dass die rezipierte Bedeutung weder mit der intendierten auf der Seite der Bildproduktion noch mit der inhärenten Bedeutung des Bildes an sich übereinstimmt (Müller 2007, S. 66). Dies in Bezug auf die Bilder der Biosfera Val Müstair festzustellen ist Inhalt der zweiten und dritten Forschungsfrage dieser Arbeit. Wie Müller (2007, S. 110) schreibt, lässt sich die rezipierte Bedeutung mittels Interviews annähernd herausfiltern.

Die Verbindung vom Bild zur Raumanerkennung soll nun im nächsten Unterkapitel erläutert werden.

2.4. Raumaneignung und Regionalisierung

Ähnlich wie bei den Bildern gibt es auch bei der Raumaneignung die Unterscheidung zwischen einer mentalen und einer physischen Form. Die physische Form der Raumaneignung drückt sich dadurch aus, dass Handelnde sich einen Raum zu eigen machen, was so weit gehen kann, dass dieser zu ihrem Eigentum wird (Müller 2007, S. 32). Mit mehr Bezug auf den öffentlichen Raum hält Scheller (1995, zit. in: Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 77) fest, dass eine Person sich in einem von ihr angeeigneten Raumausschnitt gerne bewegt und darin verweilt, sie mit ihrem Lebensstil in diesen Raum hineinpasst und Akzeptanz durch die anderen Gesellschaftsmitglieder erfährt. Die Raumaneignung unterliegt allerdings stets sozialen Strukturen, welche aber die Möglichkeiten der Aneignung einschränken können (Backhaus & Müller 2006, S. 27). Beispielsweise kann durch die Gesetzgebung der Ausschluss aus einem bestimmten Raumausschnitt geregelt sein. Bei diesem Phänomen wird von ‚Raumenteynung‘ gesprochen: „Raumenteynung meint das Verbot, sich einen bestimmten Raum auf eine bestimmte Weise aneignen zu dürfen“ (Müller 2007, S. 33). Gerade im Hinblick auf Schutzgebiete kann dies von Interesse sein, da diese mit möglichen Einschränkungen für Besucherinnen und Besucher oder der dort wohnhaften Bevölkerung einhergehen.

Eine physische Raumaneignung geschieht meistens in vollem Bewusstsein der Person. Voraussetzung dazu ist aber eine vorgängige mentale Raumaneignung (Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 77). Diese kann gemäss Ipsen (1997, zit. in: Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 76-77) über Raumbedeutungen wie auch über Raumbilder ablaufen und wird von Müller (2007, S. 33) als „Deutung räumlich ausgedehnter physisch-materieller Gegenstände oder Konstruktion von Räumen“ aufgefasst. Die bewusste physische Raumaneignung ist demnach erst als Resultat einer zuvor gemachten mentalen Raumaneignung anzusehen, welche sich hingegen nicht zwingendermassen auch in ihrer physischen Form äussern muss (Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 77). So gesehen kann also das Betrachten eines visuellen Bildes in einer Zeitung zu einer mentalen Raumaneignung des abgebildeten Ortes führen. Dabei entwickelt die bildbetrachtende Person ein mentales Bild dieses Ortes. Sind mit diesem Bild positive Aspekte konnotiert, ist es möglich, dass die Person sich diesen Ort auch physisch aneignet. Sind negative Aspekte mit dem Bild konnotiert, ist hingegen anzunehmen, dass die Wahrscheinlichkeit für eine physische Raumaneignung geringer ist.

Wie die mentale Raumaneignung gibt auch die Regionalisierung den Handelnden eine Möglichkeit, mit dem Raum in Verbindung zu treten (Backhaus & Müller 2006, S. 27). Dabei wird die Region als Resultat einer Handlung, der Regionalisierung, gesehen (Hard 1994, zit. in: Backhaus & Müller 2006, S. 19). Im Rahmen der Regionalisierung wird versucht, die individuelle Erfahrungswelt zu vereinfachen, indem zusammengefasst wird, was

ähnlich ist, und voneinander abgegrenzt wird, was verschieden ist (Backhaus & Müller 2006, S. 23; Bartels 1975, zit. in: Werlen 1997, S. 52). Wenn ästhetische Schönheit mit einem Naturschutzgebiet in Verbindung gebracht wird, ist dies eine Regionalisierung, welche vergleichbar mit der mentalen Raumeignung nur in den Köpfen der Personen stattfindet (Backhaus & Müller 2006, S. 22). Der Unterschied zur Raumeignung liegt jedoch darin, dass bei der Regionalisierung das Produkt Region und ihr Entstehen zentral ist. Bei der Raumeignung hingegen wird die Deutung und Inbesitznahme von Raumausschnitten betont (Backhaus, Reichler & Stremlow 2007, S. 76).

2.5. Nachhaltigkeit

Es ist ein festgelegtes Ziel der UNESCO, Biosphärenreservate als Vorzeigeregionen für nachhaltige Entwicklung zu präsentieren (UNESCO 1996, S. 7). Wie Bätzing (2003, S. 327) festhält, ist aber das Wissen um die Bedeutung von Nachhaltigkeit meist inhaltlich diffus. Daher wird an dieser Stelle festgehalten, wie nachhaltiges Verhalten in dieser Arbeit aufgefasst wird. Sehr häufig wird mit Naturparks und Biosphärenreservaten der Natur- und Landschaftsschutz in Verbindung gebracht (vgl. Haller 2008, S. 29; Karthäuser 2008, S. 35). Das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) stellt jedoch treffend fest: „Nachhaltige Entwicklung bedeutet mehr als Umweltschutz. Für die Befriedigung unserer materiellen und immateriellen Bedürfnisse benötigen wir wirtschaftliches Wohlergehen und eine solidarische Gesellschaft“ (ARE o.J., Zugriff: 22.3.2010). Für eine passende Definition stütze ich mich auf Bätzing (2003), der sich mit der nachhaltigen Entwicklung im Alpenraum befasste. Entsprechend seinen Ausführungen ist eine Nutzungs-, Wirtschafts- oder Lebensform dann nachhaltig, „wenn sie in dieser Form auf lange Zeit, über mehrere Generationen hinweg ausgeübt oder gelebt werden kann. Für den Umweltbezug bedeutet das, dass die ökologische Reproduktion gesichert sein muss, im sozialen und kulturellen Bereich braucht es stabile Sozialstrukturen und kulturelle Werte, die nicht von innen oder aussen durch Gegensätze und Konflikte zerstört werden, und im Bereich der Wirtschaft muss die materielle Lebenssicherung dauerhaft gewährleistet sein“ (Bätzing 2003, S. 327).

3. Stand der Forschung

Dieses Kapitel dient dazu, den aktuellen Stand der Forschung aufzuzeigen. Hierbei wird erst die Forschung zu Schutzgebieten allgemein behandelt. Danach richtet sich dann der Blick etwas konkreter auf die Lokalität der Biosfera Val Müstair, indem näher auf die Forschung dazu eingegangen wird. Vorgängig möchte ich nun aber noch beleuchten, inwiefern die Forschung mittels Bildern in der Geographie verankert ist.

3.1. Bilder in der Geographie

Dass visuelle Bilder zur Geographie gehören, darüber ist man sich einig (Crang 2003, S. 240; Dirksmeier 2007, S. 1; Rose 2003, S. 212; Thornes 2004, S. 792). Bilder werden sowohl in der physischen wie auch in der Humangeographie als eine Kernkomponente gesehen (Thornes 2004, S. 790). Andernorts wird die Geographie als Ganzes gar als ‚visuelle Wissenschaft‘ bezeichnet (Dirksmeier 2007, S. 1). Doch trotz dieser Lobesreden auf die die Verwendung von Bildern in der Geographie, war dem nicht immer so. Driver (2003, S. 228) erwähnt, dass die Geographie der Bildverwendung lange Zeit skeptisch gegenüberstand, und Dirksmeier (2007, S. 2) ergänzt, dass das volle Potential davon in der geographischen Forschung noch lange nicht ausgeschöpft ist. Thornes (2004, S. 787) spricht in diesem Zusammenhang von einem eigentlichen ‚visual turn‘ in der Geographie, welcher erst seit dem Beginn des 21. Jahrhunderts so richtig spürbar ist. Damit meint er nicht nur die durch die Verwendung von Computern forcierte Herstellung von Bildern, sondern auch die Bildinterpretation. Es erstaunt also nicht, dass vielerorts der Ruf nach mehr Forschung in diesem Bereich noch immer laut hörbar ist (Crang 2003, S. 242; Flitner 1999, S. 171; Rose 2003, S. 219; Schlottmann & Miggelbrink 2009, S. 13). Dementsprechend sind geographische Forschungsarbeiten, welche sich mit visuellen Bildern und insbesondere deren Interpretation beschäftigen, eher spärlich gesät.

Flitner (1999) demonstriert die Analyse eines einzelnen Bildes aus der WWF Tropenwaldkampagne und Sidaway (2002) zeigt exemplarisch die Dokumentation von Orten in Barcelona anhand reflexiver Fotografie. Methodisch in dieselbe Richtung gingen auch Gloor & Meier (2000), welche die Wahrnehmung und Meinungen über ein Flussrevitalisierungsprojekt anhand von Fotografien erforschten. Ebenfalls über die Wahrnehmung von Landschaftsveränderungen forschte Felber Rufer (2005), welche im Verlaufe ihrer Interviews den Probandinnen und Probanden verschiedene Fotografien vorlegte. Obwohl in ihrer Arbeit nicht explizit erwähnt, ist diese Forschungsmethode der Fotoelitzitation, wie sie von Harper (2002) beschrieben und definiert wurde, zuzuschreiben. Die Auswertung einer größeren Menge an visuellen Bildern findet sich in den Arbeiten von Marwick (2001) und Nel-

son (2005), welche anhand von Postkarten bzw. Bildern in Werbeunterlagen das Image der Destinationen Malta und Grenada ableiteten. Touristische Unterlagen verwendete auch Kuprecht (2004), der wie Müller (2007) unter anderem die Methode der Bildinhaltsanalyse anwendete. Beide untersuchten die Regionen des UNESCO Weltnaturerbes Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn und der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Auf die Resultate der beiden letztgenannten Forschungsarbeiten werde ich im folgenden Kapitel nochmals zurückkommen.

Vorerst soll aber noch aufgezeigt werden, was denn Bilder in Bezug auf die vorliegende Arbeit überhaupt geographisch relevant macht. Sidaway (2002, S. 100) bezeichnet die Produktion und die Reflektion von Fotografien als eine Art des Geographie-Machens an sich. Crang (2003, S. 240) ist etwas konkreter und erwähnt, dass mit der Verwendung von Bildern unabhängig von Zeit und Ort eine Verbindung zu Räumen und Menschen hergestellt wird. Durch Bilder, visuelle wie auch mentale, wird jedoch nicht nur eine Verbindung zu anderen Räumen hergestellt, es kann auch eine Strukturierung dieser erfolgen (Schlottmann & Miggelbrink 2009, S. 14). Solche Strukturierungen kann man auch als Regionalisierungen aufzufassen, welche Ähnliches zusammenfassen und von Andersartigem abgrenzen und mit der Raumeignung einen Zusammenhang aufweisen (Müller 2007, S. 35). Da die Raumeignung sowohl mental wie auch physisch stattfinden kann (Backhaus, Reichler & StremLOW 2007, S. 77) und solche Raumeignungen auslösende Bilder als handlungsleitend angesehen werden (Backhaus, Reichler & StremLOW 2007, S. 24; Mitchell 1984, S. 508-510; Müller 2007, S. 1), ist naheliegend, dass nicht nur die Handlungen, sondern auch der Raum davon betroffen ist.

3.2. Forschung zu Schutzgebieten

In diesem Kapitel soll auf neuere Forschungsarbeiten eingegangen werden, die einen thematischen Bezug zu den Zielen der vorliegenden Untersuchung aufweisen. Interessant in diesem Zusammenhang sind Arbeiten über die Wahrnehmung von Schutzgebieten. Obwohl die Alpen an sich kein eigentliches Schutzgebiet sind, sollen sie als Heimat der Biosfera Val Müstair kurz aufgegriffen werden. Wichtig dabei erscheint mir zu erwähnen - was auch auf Schutzgebiete durchaus zu übertragen ist -, dass die Landschaften und Lebensräume der Alpenregion vielschichtig wahrgenommen und interpretiert werden (Backhaus, Reichler & StremLOW 2007, S. 18) und man je nach Hintergrund, den eine Person aufweist, von anderen Alpenbildern in deren Kopf ausgehen kann (Bätzing 2003, S. 20-21). Es spielt demnach eine nicht unbedeutende Rolle, welche Beziehung eine Person zu einem Gebiet hat. Beispielsweise werden Aussenstehende andere Aspekte für wichtig halten wie Betroffene. Weixlbaumer & Coy (2009, S. 40-41) erwähnen in diesem Zusammenhang, dass es dabei zum sogenannten „Schutzgebietsparadox“ kommen kann. Dies prägt sich aus, wenn ein

Schutzgebiet nur einseitig als positiv wahrgenommen wird. Wird ein Schutzgebiet von den Besucherinnen und Besuchern gefordert, aber nicht von der lokalen Bevölkerung getragen, ist es gemäss den Autoren ebenso zum Scheitern verurteilt, wie wenn es die lokale Bevölkerung mit Stolz erfüllt und dadurch eine grosse lokale Akzeptanz hat, jedoch von aussen keine Besucherinnen und Besucher zuströmen (ebd.). Mose (2009, S. 31) erwähnt in einem ähnlichen Zusammenhang, dass dabei die „gesellschaftlichen Bilder“ über die Region ausschlaggebend sind, wie motiviert die lokale Bevölkerung ist, solche regionalen Entwicklungsprozesse mitzutragen und somit einen nachhaltigen Gebietsschutz zu gewährleisten. Bei dem von Weixlbaumer & Coy (2009) untersuchten Projekt des Biosphärenparks Grosses Walsertal/Vorarlberg arbeiteten sie mittels Fragebögen und Experteninterviews um das Selbstbild der lokalen Bevölkerung mit dem Fremdbild von Auswärtigen zu vergleichen. Beide Gruppen zeigten eine positive Grundhaltung dem Biosphärenreservat gegenüber und gewichteten den Naturpark eher als Instrument zum Naturschutz wie als Mittel zur touristischen Inwertsetzung (Weixlbaumer & Coy 2009, S. 49-55).

Eine telefonische Umfrage unter den Bewohnerinnen und Bewohnern eines anderen Gebietes, in welchem das Biosphärenreservat Schwäbische Alp nach UNESCO-Normen geplant wurde, ergab eine ähnliche positive Grundhaltung gegenüber dem Projekt (Schieber 2009, S. 71). Jedoch wurde auch festgestellt, dass es vereinzelt kritische Stimmen zum Projekt gab. Diese bezogen sich meist auf Aspekte der Raumentauglichkeit. Gemäss der Autorin nahm die Akzeptanz des Projektes mit der Nähe zum zentral gelegenen Schutzgebiet ab und das Betroffenheitsgefühl zu (Schieber 2009, S. 77-79). Zur Akzeptanz oder Ablehnung einer Landschaftsveränderungen allgemein, also nicht nur bezogen auf Schutzgebiete, erwähnt Felber Rufer (2005, S. 153) vier Punkte, welche die Meinungen beeinflussen. Es sind dies die Einzigartigkeit des landschaftlichen Elementes, die damit verbundenen Erinnerungen, der finanzielle Aufwand sowie das Potential eines möglichen Ersatzes. Wo hingegen der Raum nicht enteignet sondern geöffnet und dessen Nutzung für Besucherinnen und Besucher attraktiver gemacht wird, stossen solche Massnahmen auf ein äusserst positive Rückmeldungen (Gloor & Meier 2000, S. 133). Im Unterschied zur Untersuchung von Weixlbaumer & Coy (2009) stellte sich bei dem von den beiden Autorinnen untersuchten Fluss-Revitalisierungs-Projekt heraus, dass die Leute die touristischen Massnahmen höher werteten als den ökologischen Aspekt (Gloor & Meier 2000, S. 133). Es ist jedoch anzumerken, dass der Stellenwert des Naturschutzes beim Revitalisierungs-Projekt wahrscheinlich geringer war als bei einem UNESCO-Biosphärenreservat.

Ein solches im Entlebuch wie auch ein UNESCO Weltnaturerbe in der Aletschregion waren die Forschungsgebiete der Arbeiten von Kuprecht (2004) und Müller (2007). Beide untersuchten unter anderem die durch Bilder suggerierten Raumeignungen im jeweiligen Gebiet. Kuprecht (2004) wertete dabei die Bilder aus Tourismusprospekten aus, welche Werbung für die Destination machen. Nur ein geringer Teil davon (im Entlebuch 27%, im

Aletschgebiet 19%) bildete reine Natur ohne menschliches Einwirken ab. Deutlich mehr Bilder zeigten in beiden Destinationen Menschen bei Freizeitaktivitäten wie auch deren Lebensraum (Wohnen, Bildung, Sozialraum). Ebenfalls hohe Werte erzielten Bilder, welche sich einem der drei Wirtschaftssektoren zuordnen liessen, sowie solche, die etwas mit menschlicher Mobilität zu tun hatten.

In der Arbeit von Müller (2007, S. 99-101) wurden solche Bilder berücksichtigt, welche in Publikationen erschienen, die einen bedeutenden Anteil an der Meinungsbildung der lokalen Bevölkerung vor und nach den entscheidenden Abstimmungen über die Projekte hatten oder stellvertretend für die Aussensicht standen. Dies waren unter anderem Bilder aus Abstimmungsbeilagen, aus Lokalzeitungen wie auch aus landesweiten Printmagazinen. Über alle Publikationen hinweg zeigten die Bilder beim UNESCO-Weltnaturerbe im Aletschgebiet eine Dominanz des Naturraumes. Einerseits als reine Naturbilder, andererseits auch als Erholung oder Erlebnisse in der Natur. Vorherrschend war dabei insbesondere das Sujet des grossen Aletschgletschers. Nachhaltige Entwicklungsmöglichkeiten wurden hingegen fast keine dargestellt (Müller 2007, S. 222-232). Bei der UNESCO Biosphäre Entlebuch offenbarte sich ein anderes Bild. In den lokalen Medien wurden vor der Abstimmung über das Projekt mehrheitlich Bilder gedruckt, auf welchem der Lebens- und Arbeitsraum der Bevölkerung dargestellt wurde. Daneben war der Raum der Identifikation mit Fotografien von lokalen Persönlichkeiten häufig vertreten. Naturraum als solches wurde hingegen eher selten abgelichtet. Erst nach der Abstimmung traten solche Bilder dann vermehrt auf. Die Zeitschriften ‚Schweizer Familie‘ und ‚Revue Schweiz‘ zeigten als Vertreter der Aussensicht auf die Region ein genau umgekehrtes Bild. Die vor der Abstimmung erschienene Schweizer Familie stellte das Entlebuch als wunderbare Naturlandschaft dar. Die zu einem späteren Zeitpunkt veröffentlichte Revue Schweiz machte aus derselben Region eine fortschrittliche, nachhaltig wirtschaftende Biosphäre. Die Natur war noch immer prominent vertreten, jedoch stellten neu die Raumeignungskategorien des Lebens- und Produktionsraums zusammen über einen Drittel aller Bilder (Müller 2007, S. 166-186).

Zur geplanten Biosfera Val Müstair existieren bisher noch keine Forschungsarbeiten, welche visuelle und mentale Bilder anhand von Raumeignungen kategorisieren. Untersuchungen zum Biosphärenprojekt, welche für die vorliegende Arbeit von Interesse sind, wurden allerdings schon gemacht und werden im nachfolgenden Kapitel aufgegriffen.

3.3. Forschung zur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal

Von einem wirtschaftlichen Standpunkt her gesehen, wird festgehalten, dass der Unterhalt und Betrieb eines regionalen Naturparks direkt einkommens- und beschäftigungswirksam ist und Regionalentwicklung im Wesentlichen über den Tourismus stattfindet (Van Audenhove 2007, S. 12). Mit Blickpunkt auf das Konzept der Ausweisung eines Naturparks und später dann einer Biosphäre nach UNESCO-Normen wird angenommen, dass im Gebiet des Val Müstair der regionalwirtschaftlich positive Parkeffekt sich nicht nur über die Tourismusbranche auswirkt. Das Biosfera-Label kann in dieser Region über lokale Qualitätsprodukte zur wirtschaftlichen Konsolidierung führen sowie über die Bündelung lokaler Interessen durch das Parkmanagement zur regionalen Selbststeuerung und zu grenzüberschreitenden Kommunikations- und Kooperationsprozessen beitragen (Van Audenhove 2007, S. 23-24). Die Autorin nennt jedoch als Grundvoraussetzung dafür, dass das die lokalen Akteure sich mit dem Parkkonzept identifizieren, was die Bereitschaft für ein Engagement im Münstertal steigert und Zukunftsperspektiven schafft (Van Audenhove 2007, S. 23). Überträgt man diese Aussagen auf andere Regionen, sind die Resultate von Müller (2007, S. 166-186) nicht erstaunlich, dass die Biosphäre Entlebuch auf den Bildern gegen aussen als Natur pur dargestellt wird und lokal verschiedene Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

In einer Untersuchung zur Aussensicht, welche mittels schriftlichen Fragebögen im Mittelland durchgeführt wurde, kommen genau diese Gesichtspunkte zum Tragen. Auf die Vorstellungen hin angesprochen, lauteten die drei meistgegebenen Antworten ‚Tiere‘, ‚Natur‘ und ‚Naturschutz‘ (Haller 2008, S. 29-30). Jedoch ist anzumerken, dass sich diese Frage nur auf den Schweizerischen Nationalpark bezog, welcher im Münstertaler Biosphärenreservat die am meisten geschützte Kernzone darstellen soll. Bei einer Frage nach Kenntnissen über Schutzgebietstypen und Attraktivität eines Schutzgebietes allgemein schnitt ein Biosphärenreservat gegenüber einem Nationalpark um einiges schlechter ab. Nur ein geringer Anteil der Befragten wusste, was eine Biosphäre ist, und dementsprechend wenige verspürten den Reiz eines Besuches einer solchen (Haller 2008, S. 35-37).

Auf eine höhere Vertrautheit mit dem Projekt der Biosfera stiess Karthäuser (2008, S. 32), welche die lokale Bevölkerung sowie Besucherinnen und Besucher der Region vor Ort befragte. Die Ergebnisse unter den Besucherinnen und Besuchern widerspiegeln allerdings das Bild, welches sich schon bei Haller (2008) ergab. Die Auswärtigen assoziierten mit dem Begriff des UNESCO-Biosphärenreservates vorwiegend ‚Naturschutz‘ und ‚Naturraum‘. Demgegenüber verstanden die Anwohnerinnen und Anwohner darunter primär ‚Regionalentwicklung‘ und erst danach ‚Naturschutz‘ und ‚Naturraum‘ (Karthäuser 2008, S. 35).

4. Die Region Val Müstair

Das Val Müstair oder zu Deutsch Münstertal ist auf der Südseite des Ofenpasses im Osten Graubündens gelegen und öffnet sich hin zur schweizerisch-italienischen Landesgrenze. Es umfasst die Dörfer Tschierv, Fuldera, Lü, Valchava, Sta. Maria und Müstair und senkt sich vom Ofenpass auf 2149 m.ü.M. her kontinuierlich Richtung Müstair auf 1247 m.ü.M. ab (Biosfera Val Müstair 2009, S.16-17). Seit der Gemeindefusion am 1.1.2009 bildet es zusammen mit dem benachbarten Val Mora die Gemeinde Val Müstair. Auf der Nordseite des Ofenpasses befindet sich der Schweizerische Nationalpark und auf der anderen Seite der Landesgrenze wird das Gebiet vom italienischen Nationalpark Parco Nazionale dello Stelvio umschlossen (Biosfera Val Müstair 2009, S. 4-6). Auch klimatisch ist die Nähe zum Süden Europas spürbar. Das Tal befindet sich in der kontinental geprägten inneralpinen Trockenzone und weist einen leicht mediterranen Einfluss auf. Mildes und trockenes Klima bestimmt das Leben der ansässigen Bevölkerung (Biosfera Val Müstair 2009, S. 18). Ende 2008 zählte das rund 198 km² grosse Talgebiet insgesamt 1641 Einwohnerinnen und Einwohner, was einem Rückgang von 7.2% seit dem Jahr 2000 entspricht (Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden 2009, S. 32). Gesprochen wird von der grossen Mehrheit der Bevölkerung in der romanischen Sprache bzw. in der lokalen Mundart, dem Jauer. Das Rätoromanische bildet die offizielle Amtssprache des Tales und wird auch in der Schule von den Lehrerinnen und Lehrern noch so gelehrt (Biosfera Val Müstair 2009, S. 6). Inklusive den Stellen für das Lehrpersonal anboten sich auf dem Gebiet der Gemeinde Val Müstair Arbeitsstellen für 1025 Beschäftigte, welche vorwiegend im dritten Wirtschaftssektor anzusiedeln sind (Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden 2009, S. 44). Jedoch sind qualifizierte Arbeitsangebote beschränkt und zusammen mit einem knappen Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten neben anderen auch als Gründe für den Bevölkerungsrückgang zu sehen (Biosfera Val Müstair 2009, S. 26). Die Abwanderung der arbeitsfähigen, aktiven Bevölkerung führt unter anderem dazu, dass im Val Müstair eine relativ hohe Überalterung vorherrscht (Biosfera Val Müstair 2009, S. 38). Mit der Errichtung eines Biosphärenreservates soll nun solchen Tendenzen entgegengewirkt werden.

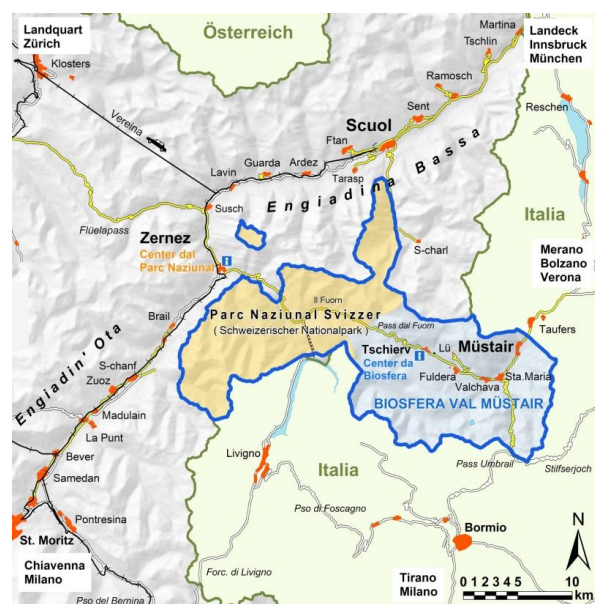


Abb. 2: Das Gebiet des Biosphärenreservates
(Quelle: Haller/ SNP, o.J.)

4.1. Das Projekt Biosfera, vom Naturpark zum Biosphärenreservat

Vorerst führt der Weg zu einem Biosphärenreservat aber über einen regionalen Naturpark von nationaler Bedeutung, welcher nur das Gebiet der Gemeinde Val Müstair umfasst. Den zusätzlichen Anforderungen der UNESCO zur Anerkennung als Biosphärenreservat wird man erst durch den Einbezug des Schweizerischen Nationalparks gerecht (Darnuzer 2005, S. 567). Gemäss dem eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) sind Regionale Naturpärke „grössere, zusammenhängende und teilweise besiedelte ländliche Gebiete mit einem grossen natur- und kulturlandschaftlichen Reichtum. Sie liegen in der Regel ausserhalb des Agglomerationsraums. (...). Das Gebiet zeichnet sich aus durch bedeutende natürliche und kulturelle Werte, durch eine ausserordentliche ökologische Vielfalt und durch die besondere Schönheit seiner Landschaft. Kernstücke eines Regionalen Naturparks können bedeutende natürliche oder kulturelle Elemente des regionalen Erbes sein, zum Beispiel Fliessgewässer, Seen, Gebirgszüge, geologische Besonderheiten, traditionelle landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen sowie wichtige Naturdenkmäler oder Kulturobjekte“ (UVEK 2007, S. 19).

Der Vorteil eines solchen regionalen Naturparks wird in der Begünstigung der wirtschaftlichen und ökologischen Innovation gesehen, insbesondere in wirtschaftlich benachteiligten und von Abwanderung bedrohten Regionen. Vorausgesetzt werden eine minimale Besiedlung des Parkgebietes, das Vorhandensein eines Erbes und regionales Entwicklungspotenzial (UVEK 2007, S. 19).

Mit seiner intakten Naturlandschaft, der romanischen Sprache, dem bereits als UNESCO Weltkulturerbe zertifizierten Kloster St. Johann in Müstair sowie den Problemen der Abwanderung und der schwierigen finanziellen Situation (Biosfera Val Müstair 2009, S. 3) scheint das Münstertal für die Errichtung eines solchen Parkes durchaus geschaffen zu sein. Die Trägerschaft des regionalen Naturparks von nationaler Bedeutung, welcher unter dem Namen ‚Regionaler Naturpark Biosfera Val Müstair‘ geführt wird, bildet seit Anfang 2009 die Gemeinde Val Müstair. Sie hat sich für das Projekt folgende vier Hauptziele gesetzt (Biosfera Val Müstair 2009, S. 13-14):

- Die Pflege und der Schutz der Natur sowie der verschiedenen Landschaftsformen soll gewährleistet werden.
- Die kulturellen Werte sollen erhalten und gefördert werden.
- Im Bereich der Wirtschaft will man die Abwanderung mindern. Dies durch Schaffung und Sicherung von nachhaltigen Arbeitsplätzen in Industrie-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben.
- Auf der Ebene der Gesellschaft sollen Wohn- und Lebensqualität gesteigert sowie Respekt und Toleranz gegenüber Einheimischen und Gästen gefördert werden.

Die Geschicke des UNESCO-Biosphärenreservates ‚Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal‘ lenkt ein Biosphärenreservats-Rat, welcher zum Grossteil aus Personen der Gremien des Naturparks und des Nationalparks besteht. Entsprechend sind auch die Zuständigkeiten geregelt: Für das Gebiet des Schweizerischen Nationalparks ist die Leitung des Nationalparks selbst zuständig, für dasjenige des regionalen Naturparks die Gemeinde Val Müstair (Biosfera Val Müstair 2009, S. 50). Dies macht durchaus Sinn, betrachtet man die Zonierung der Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal. Bevor diese genauer beschrieben wird, soll noch kurz dargelegt werden, was Biosphärenreservate eigentlich sind.

Biosphärenreservate gelten als Modellregionen für eine nachhaltige Entwicklung und versuchen, die Erhaltung von Biodiversität, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung, sowie die Bewahrung dazugehöriger kultureller Werte unter einen Hut zu bringen (UNESCO 1996, S. 1). Entsprechend dem rechtlichen Rahmen haben die Biosphärenreservate seit der ab 1996 gültigen Sevilla-Strategie drei Hauptaufgaben zu erfüllen:

- Erstens üben sie eine Schutzfunktion aus, um Landschaften, Ökosysteme, Arten und die genetische Vielfalt zu erhalten.
- Als Zweites wird eine soziale und ökonomische Entwicklungsfunktion ausgeübt, welche eine soziokulturell und ökonomisch nachhaltige Entwicklung der Region pflegt.
- Als dritte Aufgabe ist die Logistikkfunktion zu nennen, welche Forschung, Monitoring, Bildung und Informationsaustausch auf einem lokalen, regionalen, nationalen und globalen Niveau anstrebt (UNESCO 1996, S. 16).

Um diese Aufgaben verwirklichen zu können, wird von der UNESCO im Rahmen ihrer Sevilla-Strategie nicht nur eine angemessene Grösse der Biosphärenreservate verlangt, sondern auch eine adäquate Zonierung, welche unterteilt wird in Kern-, Pflege- und Entwicklungszone. Am strengsten gehandhabt wird die Kernzone. Diese bildet ein geschütztes Gebiet für Landschaften und die in ihnen beheimateten Tiere und Pflanzen. In der Pflegezone sind Aktivitäten zugelassen, die für die Natur verträglich sind wie beispielsweise ökologischer Landbau oder sanfter Tourismus. Die dritte Zone, die Entwicklungszone, nimmt oftmals den grössten Teil der Biosphärenfläche ein. In ihr sind die Nutzungs- und Wirtschaftsformen nicht eingeschränkt. So sind Siedlungen, Industrie und Verkehr dort ansässig, jedoch soll auch in diesen Zonen nachhaltige Ressourcenbewirtschaftung entwickelt und gefördert werden (UNESCO 1996, S. 4/S. 16-17).

Der Schweizerische Nationalpark ist nach älteren Statuten der UNESCO seit 1979 bereits als Kernzone ausgewiesen und umfasst mit einer Grösse von 172.4 km² beinahe die Hälfte des geplanten Biosphärengebietes. Die Pflege- und Entwicklungszone liegen vollends auf dem Gebiet der Gemeinde Müstair. Die Pflegezone umfasst 87.4 km² und umschliesst zum

Grossteil das südlich zum Val Müstair gelegene Val Mora. Das Münstertal selbst bildet die 102.9 km² grosse Entwicklungszone (Biosfera Val Müstair 2009, S. 16-17).

Die Thematik eines Biosphärenreservates wurde im Münstertal im Sommer 2001 zum ersten Mal angesprochen und Anfang 2002 wurde die Öffentlichkeit an einer Orientierungsversammlung über das Projekt informiert (Rodewald 2004, S. 28). Am 23. März 2005 wurde über das Projekt eines Biosphärenreservates abgestimmt und mit einer Mehrheit von 89% Ja-Stimmen angenommen (Biosfera Val Müstair 2009, S. 58). Ursprünglich war vorgesehen, im Jahr 2007 alle Anerkennungsverfahren abgeschlossen zu haben und als UNESCO-Biosphäre zertifiziert zu sein (Schweizerischer Nationalpark o.J., Zugriff: 17.4.2010). Jedoch kam es zu Verzögerungen und am 14. November 2007 wurde erneut abgestimmt. Diesmal über die Zukunft des regionalen Naturparks. Wiederum stimmte die Bevölkerung zu und das Projekt konnte weitergeführt werden (Biosfera Val Müstair 2009, S. 58). Schliesslich wurde 2009 das Gesuch um Anerkennung als regionaler Naturpark beim Bundesamt für Umwelt (BAFU) eingereicht. Aufgrund fehlender Angaben wurde es aber nicht gutgeheissen und zur Überarbeitung zurückgesandt (BAFU 2009, Zugriff: 17.4.2010). Im Januar 2010 wurde das ergänzte Gesuch erneut eingereicht. Es wurde vom BAFU für vollständig empfunden und gelangte in die materielle Hauptprüfung. Dies heisst, dass das BAFU vor Ort die Qualität der Natur und Landschaft, die Verankerung des Projekts in der Bevölkerung sowie dessen Umsetzbarkeit prüft (BAFU 2010a, Zugriff: 17.4.2010). Im August 2010 wurde dann der Entscheid gefällt, dem Münstertaler Projekt das Parklabel auf den 1.1.2011 hin für zehn Jahre definitiv zuzusprechen (BAFU 2010b, Zugriff: 30.8.2010).

Das Gesuch um Anerkennung als Biosphärenreservat wurde trotz der damals noch ausstehenden Anerkennung als Regionaler Naturpark Ende 2009 bei der UNESCO in Paris eingereicht. Obwohl es im Januar 2010 noch von einem UNESCO-Expertengremium zur Zurückweisung empfohlen wurde, hiess die UNESCO am 2. Juni 2010 das Vorhaben unter Auflagen gut. Diese Auflagen müssen bis 2013 umgesetzt werden und verlangen, dass bis dann die Kernzone des Nationalparks vollständig von einer Pflegezone umgeben sein muss (BAFU 2010c, Zugriff: 5.6.2010).

5. Methodik

Dieses Kapitel widmet sich der Erläuterung der Forschungsmethodik. Vorerst wird die Methode der Datenerhebung zu den visuellen und danach diejenige zu den mentalen Bildern genauer vorgestellt. Anschliessend folgen nähere Informationen zur Datenauswahl und zur Datenaushebung der jeweiligen Bereiche.

5.1. Visuelle Bilder

„Die fotografische Bildinterpretation muss die Aufgabe erfüllen, die Komplexität zwischen Wirklichkeitsabbildung und subjektiven und kulturellen Codierungen zu erfassen und dann für die Analyse zu systematisieren“ (Pilarczyk & Mietzner 2003, S. 28).

5.1.1. Die Methode der Bildinhaltsanalyse

Um der Forderung nach Repräsentativität und Quantifizierbarkeit nachzukommen, hat Rose (2001) die auf Texte angewandte Inhaltsanalyse übertragen auf visuelle Bilder. Dabei beschreibt sie ihre Methode als basierend auf dem Zählen von Auftretenshäufigkeiten gewisser visueller Elemente innerhalb eines klar definierten Samples von Bildern und dem nachfolgenden Analysieren dieser Häufigkeiten (Rose 2001, S. 56). Da die Inhaltsanalyse auf Reproduzierbarkeit und Validität abzielt, anbietet sich die Anwendung einer solchen Methode auch bei grossen Bildmengen (Rose 2001, S. 55).

Zur Durchführung einer Bildinhaltsanalyse sieht Rose (2001, S. 56-66) ein vierstufiges Vorgehen vor, welches auch bei der vorliegenden Untersuchung zur Anwendung kam:

Den ersten Schritt bildet dabei die Auswahl der Bilder, welche man zu untersuchen beabsichtigt. Dabei sollten alle Bilder, welche zur Beantwortung der Forschungsfrage relevant sind, in Betracht gezogen werden. Bei sehr grossen Bildmengen kann aus dieser Grundmenge eine Auswahl erfolgen, welche nach einer gängigen Samplingstrategie wie z.B. einem Clustering oder einer systematischen Vorgehensweise, durchgeführt werden sollte. Über die Grösse des Samples an sich gibt es keine festgelegten Regeln, sie hängt jedoch von den Variationen innerhalb der Bilder ab und sollte alle Extreme mit einbeziehen (Rose 2001, S. 56-59). Bei der vorliegenden Untersuchung bestand das Sampling aus der gesamten Grundmenge an Bildern aus Zeitungsartikeln vier verschiedener Zeitungen sowie zweier Prospekte über das Biosphärenreservat. Es wurde eine Vollerhebung durchgeführt ab dem ersten Artikel, in welchem über das Biosfera-Projekt in der jeweiligen Zeitung berichtet wurde. Derjenige Artikel, welcher am weitesten zurückliegt, datiert auf den 24. August

2001. Das Enddatum des Erhebungszeitraumes wurde auf den 31. Januar 2010 festgelegt, da zu diesem Zeitpunkt der erste Archivbesuch abgeschlossen wurde und so alle analysierten Zeitungen die gleichen Grundvoraussetzungen bezüglich der Datenauswahl hatten. Bei den Prospekten handelte es sich um einen, der die Biosphäre allgemein vorstellt aus dem Jahr 2009, sowie um dessen Nachfolger aus dem Jahr 2010. Beide wurden inklusive Titelbild und Umschlagrückseite vollständig analysiert.

Als zweiter Schritt ist das Ausarbeiten der Kategorien für die Kodierung vorgesehen. Diese sollten aufschlussreich sein, jeden Aspekt der Forschungsfrage abdecken und einander nicht überlappen, um schlussendlich auch als valide zu gelten (Rose 2001, S. 59-62). Für diese Arbeit wurden die Kategorien der Raumanerkennung aus der Untersuchung von Müller (2007) übernommen. Diese werden im folgenden Kapitel eingehender beschrieben. Müller (2007, S. 112-113) selbst hat die Kategorien in einem abduktiven Verfahren erarbeitet. Er schreibt, dass Abduktion Offenheit gegenüber neuen Beobachtungen bedingt und die Kategorienbildung erst als abgeschlossen zu bezeichnen ist, wenn alle Bilder des Samples mit in die Untersuchung einbezogen sind (Müller 2007, S.113). Die bloße Verwendung seiner Raumanerkennungskategorien hingegen kann als deduktives Vorgehen bezeichnet werden. Jedoch bestand stets die Möglichkeit, wie Müller (2007, S. 126) selbst festhält, dass ein Bild einer neuen Kategorie zugewiesen werden kann, welche induktiv aus der Empirie hervorgeht. Behält man diesen Gedanken im Hinterkopf, kann auch bei der Bildinhaltsanalyse der vorliegenden Untersuchung von einem abduktiven Vorgehen gesprochen werden.

Schritt drei besteht aus der Kodierung selbst. Dieser Vorgang ist sehr wichtig und sollte daher äusserst sorgsam und nach einer gewissen Systematik durchgeführt werden. Damit die Reproduzierbarkeit gewährleistet ist, muss schon bei der Kategorienbildung darauf geachtet werden, dass jede einzelne Kategorie eindeutig beschrieben ist (Rose 2001, S. 62-63). Die Reliabilität lässt sich überprüfen, indem die Kodierung des Bildmaterials von derselben Person zu einem späteren Zeitpunkt nochmals durchgeführt wird oder indem das Sample von einer zweiten Person kodiert wird. Bei der ersteren Variante wird bei einer Übereinstimmung von Intra-Koder-Reliabilität gesprochen, bei der zweiten von einer Inter-Koder-Reliabilität (Bell 2001, zit. in: Müller 2007, S. 113). In dieser Arbeit wurde mittels Intra-Koder-Reliabilität gearbeitet. Eine erste Kodierung fand von März 2010 bis Mitte April 2010 statt, die Überprüfung mittels einer zweiten Kodierung wurde im Juni 2010 durchgeführt. Bei dieser wurden alle Bilder durchnummeriert und mittels eines Zufallsgenerators ein Zehntel aller Bilder nochmals nachgeprüft. Bilder bei welchen die Übereinstimmung der Codes nicht vorhanden war, wurden nochmals überarbeitet und zu einem späteren Zeitpunkt ein weiteres Mal überprüft.

Der abschliessende vierte Schritt nach Rose (2001) besteht in der Analyse der Ergebnisse. Dies kann einerseits durch das Auszählen der Häufigkeiten der jeweiligen Codes geschehen oder andererseits indem die einzelnen Kategorien quantitativ oder qualitativ zueinander in

Beziehung gesetzt werden (Rose 2001, S. 63-66). Das genaue Vorgehen bei dieser Arbeit findet sich im Kapitel 5.4.1. Datenauswertung Bildmaterial.

5.1.2. Raumeignungskategorien nach Müller (2007)

Dieses Kapitel dient der Erläuterung des Kategoriensystems, wie es Müller (2007) entwickelt und angewandt hat. Er geht von einer grundlegenden Unterscheidung von *Naturraum* und *Kulturraum* aus, welche sich aufgrund ihrer Definitionen nicht überschneiden können. Letzterer umfasst dreizehn Kategorien sowie weitere fünfzehn Unterkategorien, welche allerdings nicht alle davon in der untenstehenden Grafik dargestellt sind. Als vierzehnte Kategorie ist die Kategorie *Sonstiges* aufgeführt, welche die Möglichkeit offenlässt, das gesamte Kategorienraster aus der Empirie heraus zu erweitern (Müller 2007, S. 118 – 119).

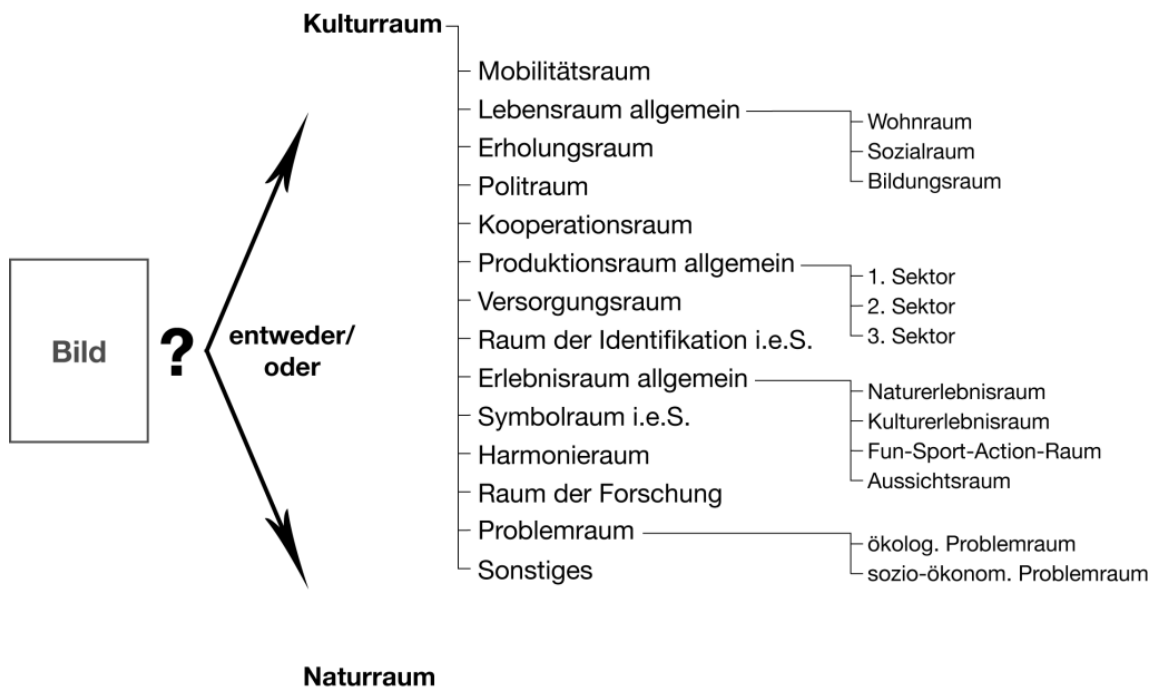


Abb. 3: Grafische Darstellung des Kategoriensystems (Quelle: Müller 2007, S. 118)

Um die Bilder differenzierter analysieren zu können, wurde neben der Zuteilung in die einzelnen Kategorien zusätzlich zwischen vorrangigen und nebensächlichen Raumeignungsformen unterschieden. Dabei sind die vorrangigen Kategorien im Bild dominant vertreten, währenddem die nebensächlichen eher am Bildrand oder im Hintergrund in Erscheinung treten (Müller 2007, S. 118).

Die folgenden Erläuterungen der einzelnen Kategorien wurden aus Müller (2007, S. 119-126) entnommen und werden der Übersicht zuliebe nicht einzeln als Zitate ausgewiesen.

Naturraum

Bilder, welche dem *Naturraum* zugeordnet werden, weisen keinerlei kulturelle Nutzung auf. Im positiven Sinn werden sie als sich selbst überlassene Natur definiert, im negativen Sinn durch Abwesenheit jeglicher kultureller Artefakte und Handlungsweisen. Auch wild lebende Tiere werden zum *Naturraum* gezählt.



Quelle: La Quotidiana 14.1.2010, S. 9

Kulturraum

Der Hauptkategorie des *Naturraumes* steht die Hauptkategorie des *Kulturraumes* gegenüber. Da der *Naturraum* über die Abwesenheit aller Spuren menschlichen Handelns ausgelegt wird, kann er per Definition nie gemeinsam als vorrangige Kategorie mit einer Kategorie des *Kulturraumes* vorkommen. Die nachfolgende Feinkategorisierung des *Kulturraums* wird über die Tätigkeit der abgebildeten Menschen vorgenommen. Sind keine Menschen auf dem Bild zu erkennen, erfolgt die Zuteilung gemäss den Tätigkeiten, welche durch die ‚menschlichen Spuren‘ implizit dargestellt werden.

Erholungsraum



Quelle: La Quotidiana 1.2.2008, S. 5

Der *Erholungsraum* zeigt Tätigkeiten der Regeneration und Erholung und verweist auf Ruhe, Wohlbefinden, Gesundheit, Sonne oder reine Luft hin. Auftretende Bildelemente sind beispielsweise Menschen in leichter Bewegung wie beim Spazieren, beim Sitzen in der Sonne (auch leere Sitzbänke gehören hierzu) oder Bilder aus Wellnessbereichen.

Harmonieraum

Der Kategorie *Harmonieraum* sind die sogenannten ‚Kalendarbilder‘ zuzurechnen (Müller 2007, S.124). Es handelt sich dabei um Kulturraum, der keine deutlich sichtbaren anderen Raumaneynungen aufzeigt und etwas Paradiesisches an sich hat.



Quelle: La Quotidiana 30.7.2007, S. 1

Erlebnisraum allgemein

Die Kategorie *Erlebnisraum* ist im engeren Sinne zu sehen, da jede Raumaneynung ein Erlebnis darstellen kann (Müller 2007, S.120). Konkret wird er hier unterteilt in die vier Unterkategorien *Fun-Sport-Action-Raum*, *Naturerlebnisraum*, *Kulturerlebnisraum* und *Aussichtsraum*.

Fun-Sport-Action-Raum (Erlebnisraum allgemein)



Quelle: Engadiner Post/Posta Ladina
12.11.2009, S. 7

Tätigkeiten mit hohem körperlichem Aufwand sind dem *Fun-Sport-Action-Raum* zuzuordnen. Zu den typischen Bildelementen gehören Skifahren, Jogging, Klettern etc. Die ausgeübte Tätigkeit lässt einen gewissen Selbstzweck erkennen und unterscheidet sich dadurch vom *Naturerlebnisraum* oder dem *Mobilitätsraum*.

Naturerlebnisraum (Erlebnisraum allgemein)



Quelle: La Quotidiana 15.1.2007, S. 6

Der *Naturerlebnisraum* enthält Elemente wie die Faszination für Natur, Wandern um bei der Natur zu sein oder der Naturbeobachtung. Im Unterschied zum *Naturraum* sind die erlebenden Handelnden oder deren Spuren sichtbar. Auch Naturinformationstafeln werden dieser Raumaneynungskategorie zugeordnet.

Kulturerlebnisraum (Erlebnisraum allgemein)



Quelle: Engadiner Post/Posta Ladina
25.8.2007, S. 5

Dem *Kulturerlebnisraum* werden inszenierte kulturelle Erlebnisse wie z.B. eine Theateraufführung, Kino, Ausstellungen, Vorträge oder auch Brauchtum in Aktion zugeordnet. Gemäss Müller (2007, S. 121) können auch Gebäude aufgrund ihrer Architektur dazu zählen.

Ist der Erlebniswert im Bild selbst schwer auszumachen, kann dieser auch über die Berücksichtigung des Bildtextes festgestellt werden.

Aussichtsraum (Erlebnisraum allgemein)



**Quelle: Engadiner Post/Posta Ladina
24.11.2007, S. 7**

Der *Aussichtsraum* beinhaltet Panoramen oder eine weite Sicht. Zeigt das Bild selbst keine Handelnden, welche die Aussicht geniessen, muss auf dem Bild ersichtlich sein, dass die Möglichkeit besteht, sich diese Aussicht anzueignen.

Problemraum

Bilder des Problemraumes werden unterteilt in die Unterkategorien *ökologischer Problemraum* und *sozioökonomischer Problemraum*.

Ökologischer Problemraum (Problemraum)



**Quelle: La Quotidiana 13.5.2008,
S. 11**

Müller (2007, S.126) hält fest, dass sich der *ökologische Problemraum* hauptsächlich auf so genannte Naturkatastrophen und deren Abwehr bezieht. Die Bedrohung für den Menschen und/oder seine Artefakte sollte auf dem Bild ersichtlich sein. Im Münstertal sind es weniger die Naturkatastrophen, welche der Bevölkerung zu schaffen machen, sondern vielmehr Grossraubtiere wie beispielsweise der Bär. Entsprechend dieser Tatsache wurden Bilder zur Eindämmung der Schäden durch den Bären (z.B. mittels Elektrozäune) dieser Kategorie zugeteilt. Bilder des Bären selbst, wurden jedoch als *Naturraum* kategorisiert.

Sozioökonomischer Problemraum (Problemraum)

Beispiele für den *sozioökonomischen Problemraum* sind sich im Raum manifestierende Probleme wie Armut, Gewalt oder Arbeitslosigkeit. Ebenfalls hinzuzuzählen sind sichtbarwerdende Raumnutzungskonflikte.



**Quelle: Die Südostschweiz
30.11.2006, S. 3**

Lebensraum allgemein

Mit dem *Lebensraum allgemein* wird ausschliesslich der Lebensraum des Menschen bezeichnet. Dabei Untergliedert sich die Kategorien in die Unterkategorien *Wohnraum*, *Sozialraum im engeren Sinne* und *Bildungsraum*.

Wohnraum (Lebensraum allgemein)



Quelle: Die Südostschweiz 3.5.2009, S. 9

Wie es der Name schon sagt gehören zum *Wohnraum* Bilder, die zum Wohnen geeignete Unterkünfte oder Siedlungen zeigen. Es muss aus den Bildern jedoch hervorgehen, dass diese auch bewohnt sind. Hotels gehören ebenfalls in diese Kategorie, jedoch werden diese zusätzlich der Kategorie *Produktionsraum 3.Sektor* angerechnet.

Sozialraum im engeren Sinne (Lebensraum allgemein)



Quelle: La Quotidiana 6.1.2009, S. 11

Zum *Sozialraum im engeren Sinne* werden soziale Begegnungen im Raum gerechnet, die nicht aus einer anderen Rauman eignungsform hervorgehen. Dies umfasst die kommunikative Interaktion von Personen, Feste oder auch Familienaktivitäten.

Bildungsraum (Lebensraum allgemein)

Zum *Bildungsraum* gehören Schulen, Schulklassen, Kindergärten etc. Auch Vorträge für Erwachsene sind dazu zu zählen.



Quelle: La Quotidiana 26.11.2008, S. 11

Produktionsraum allgemein

Im Unterschied zum *Versorgungsraum* sollten beim *Produktionsraum allgemein* die Tätigkeiten der Produktion oder deutliche Spuren davon sichtbar sein. Unterteilt wird diese Kategorie in die drei Produktionssektoren.

1.Sektor (Produktionsraum allgemein)

Zum *1.Sektor* gehören Landwirtschaft und Forstwirtschaft. Nicht zu vernachlässigen ist im Berggebiet die Alpwirtschaft.



Quelle: Die Südostschweiz 28.7.2009, S. 3

2.Sektor (Produktionsraum allgemein)

Zum *2.Sektor* gehören Gewerbe und Industrie.



Quelle: Bündner Tagblatt 7.11.2007, S. 11

3.Sektor (Produktionsraum allgemein)

Den *3.Sektor* machen Tourismus und Dienstleistungen aus. Bildelemente sind hierbei Hotels, Banken oder Touristeninformationen.



Quelle: La Quotidiana 6.4.2009, S. 16

Versorgungsraum



Quelle: La Quotidiana 27.5.2009, S. 8

Den *Versorgungsraum* machen Einkaufs- und Verpflegungsmöglichkeiten aus. Auch Produkte werden dem *Versorgungsraum* zugeteilt, sofern erkenntlich ist, dass diese erworben werden können (z.B. durch Preisschilder).

Raum der Forschung



Quelle: La Quotidiana 22.4.2009, S. 2

Der *Raum der Forschung* beinhaltet wissenschaftliche Tätigkeiten und ihre Spuren. Gegenüber dem *Bildungs-* oder *Naturerlebnisraum* grenzt sich diese Kategorie ab durch die Intensität des Umgangs mit der Natur. Meist ist dies aus dem Begleittext heraus zu erkennen.

Politraum



Quelle: La Quotidiana 1.3.2006, S. 9

Als relevante Bildelemente für den *Politraum* gelten Bilder, die politische Tätigkeiten aufzeigen oder die durch den Bildtext als Politiker benannte Personen abbilden. Typische Bildinhalte sind Abstimmungslokale, Politsymbole wie Abstimmungsurnen, Wahlwerbung, politisch motivierte Demonstrationen, etc.

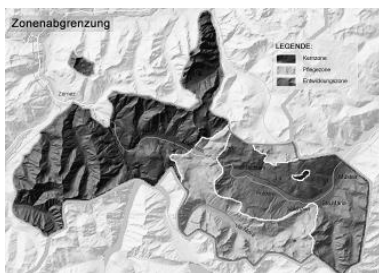
Kooperationsraum

Elemente des *Kooperationsraumes* sind Händeschütteln als Hinweis für Zusammenarbeit, Vertragsunterzeichnungen oder auch ein nicht politisch motiviertes Diskutieren am runden Tisch. In der Regel ist dies über den Bildtext zu erkennen.



Quelle: Engadiner Post/Posta Ladina 16.9.2008, S. 9

Symbolraum im engeren Sinn



Quelle: Engadiner Post/Posta Ladina 11.1.2005, S. 7

Den *Symbolraum im engeren Sinn* zeichnen Bilder aus, die einen höheren Abstraktionsgrad als andere aufweisen. Typische Bildelemente sind Karten, Diagramme oder auch konventionalisierte Bildzeichen wie Logos und Piktogramme. Bilder von Bildern, beispielsweise ein abgebildeter Ferienprospekt, gehören ebenfalls in diese Kategorie. Ebenso dazugerechnet werden Bilder von symbolischen Handlungen.

Raum der Identifikation im engeren Sinne

Auf den Bildern, welche als *Raum der Identifikation im engeren Sinne* kategorisiert werden, sind keine direkten Rauman eignungsformen zu erkennen. Müller (2007, S.124) erwähnt, dass die Identifikation mit einem Raum oft subjektiv, manchmal aber auch sozial geteilt ist. Dies ist in der vorliegenden Untersuchung beispielsweise beim Kloster St. Johann in Müstair der Fall. Als aussenstehende Person sind solche Verbundenheiten schwer auszumachen. Entsprechend müssen dabei Hinweise im Bildtext herangezogen werden. Unterteilt wird diese Gruppe in *Identifikationszeichen, die für die untersuchten Vorhaben und Räume stehen, religiöse Identifikationszeichen* und *weitere Identifikationszeichen*.

Identifikationszeichen, die für die untersuchten Vorhaben oder Räume stehen (Raum der Identifikation im engeren Sinne)



Quelle: La Quotidiana 22.5.2009, S. 12

Den *Identifikationszeichen, die für die untersuchten Vorhaben oder Räume stehen*, werden hauptsächlich Persönlichkeiten zugeteilt. Für Personenbilder gilt, dass sich die abgebildete Person exemplarisch an die Stelle der eigentlichen Sache setzt, was eine in den Medien oft angewandte Strategie zur Reduktion der Nachrichtenkomplexität ist (Müller 2007, S. 124-125).



Quelle: Die Südostschweiz 24.8.2001, S. 6

Neben Personenbildern werden auch Symbole wie Fahnen oder Logos als Identifikationszeichen angesehen.

Religiöse Identifikationszeichen (Raum der Identifikation im engeren Sinne)

Zu den *religiösen Identifikationszeichen* sind gemäss Müller (2007, S.125) kulturell etablierte ‚heilige Gegenstände‘ zu zählen. Dazu gehören Kreuze, Figuren und Statuen von Heiligen, Kapellen, Kirchen etc.



Quelle: Die Südostschweiz 26.1.2002, S. 1

Weitere Identifikationszeichen (Raum der Identifikation im engeren Sinne)



Quelle: Die Südostschweiz 1.3.2006, S. 2

Als *weitere Identifikationszeichen* werden Bildelemente bezeichnet, die zwar Identifikationsobjekte sind, jedoch nicht in einem direkten Zusammenhang mit dem Untersuchungsgebiet stehen. Dies können zum Beispiel wichtige bekannte Personen oder auch die Schweizerfahne sein.

Mobilitätsraum



Quelle: Engadiner Post/Posta Ladina 23.1.2010, S. 7

Verkehrsinfrastruktur oder Verkehrsmittel sind zum *Mobilitätsraum* zu zählen. Die Aneignung des Raumes zum Zwecke seiner Überwindung bildet dabei das Hauptkriterium.

Sonstiges

In die Kategorie *Sonstiges* fallen Bilder, bei welchen Schwierigkeiten der Zuordnung zu anderen Kategorien bestehen. Bei einer Einteilung in diese Kategorie wird zusätzlich eine Texteingabe vorgenommen, welche es ermöglicht, gegebenenfalls das Kategoriensystem zu erweitern.

5.2. Mentale Bilder

Obwohl Müller (2007, S. 45) festhält, dass über die Analyse von visuellen Bildern Aussagen über die potentiellen mentalen Bilder der bildbetrachtenden Person gemacht werden können, erwähnen sowohl Rose (2001, S. 56) wie auch Müller (2007, S.114) selbst den Kritikpunkt, dass die durch die Bildinhaltsanalyse gewonnenen Bedeutungen nicht die tatsächlich rezipierten Bedeutungen sein müssen. Mit dieser Arbeit wollte ich einen Schritt weiter gehen und neben der Seite des Bildes auch die Seite der Rezipierenden in Betracht ziehen. Zu diesem Zweck wurden zusätzlich zur Bildinhaltsanalyse qualitative Interviews mit Personen geführt, welche mit den analysierten Bildern zu einem früheren Zeitpunkt über Zeitungen in Kontakt kamen. Dieser Teil der Arbeit war auch als Versuch einer methodischen Weiterentwicklung anzusehen, ob die in den Bildern festgehaltenen Raumanerkennungskategorien auch in den Interviews auszumachen sind.

5.2.1. Interviews

Mittels des direkten Gesprächs in Form von qualitativen Interviews wurde der Schritt von der Seite der inhärenten Bedeutung, welche das Bild an sich innehat, zur rezipierten Bedeutung von Bildbetrachterinnen und Betrachtern gemacht. Um mehr über die mentalen Bilder der interviewten Personen zur Biosfera zu erfahren, wurden problemzentrierte Interviews geführt, welche unter anderem auf die Erfassung subjektiver Wahrnehmung abzielen (Witzel 2000, Zugriff: 21.4.2010). Charakterisiert wird das problemzentrierte Interview gemäss Witzel (2000, Zugriff: 21.4.2010) durch drei zentrale Eigenschaften. Als Erstes ist die Problemzentrierung zu nennen, welche in der vorliegenden Untersuchung aus der Erforschung mentaler Raumanerkenntnisse und deren Beeinflussung durch visuelle Bilder zum Biosphärenprojekt Val Müstair bestand. Das zweite Kriterium ist die Gegenstandsorientierung, welche eine gewisse Flexibilität der Methode erlaubt, da diese dem untersuchten Gegenstand angepasst werden soll. Da diese Untersuchung visuelle und mentale Bilder umfasst, wurden im Verlaufe des Interviews den Gesprächspartnerinnen und -partnern Fotografien vorgelegt, um zusätzliche Informationen zu gewinnen. Auf dieses Vorgehen wird zu einem späteren Zeitpunkt in diesem Kapitel noch genauer eingegangen. Das dritte Kriterium des problemzentrierten Interviews schliesslich bildet die Prozessorientierung. Diese hat ihren Bezug zum gesamten Ablauf des Forschungsprozesses.

Neben den zuvor genannten Eigenschaften des problemzentrierten Interviews streicht Witzel (2000, Zugriff: 21.4.2010) zusätzlich vier Instrumente heraus, die zum Gelingen eines solchen Gesprächs beitragen: Es sind dies der Kurzfragebogen, das Postscriptum, die Tonträgeraufzeichnung sowie der Leitfaden.

Der Kurzfragebogen dient dazu, die Sozialdaten der interviewten Person wie beispielsweise Geschlecht, Alter oder Beruf zu erfassen (siehe Anhang A). In der vorliegenden Arbeit wurde dieser zu Beginn des Interviews ausgefüllt und die Informationen daraus in Kombination mit der ersten Frage des Gesprächs als Einstieg benutzt. Am anderen Ende des Gespräches stand das Postscriptum. Dieses wurde jeweils nach Abschluss des Gespräches durch den Interviewer handschriftlich festgehalten. Dabei wurden Eindrücke zur Gesprächssituation, zu nonverbalen Elementen, allfällige Unterbrechungen wie auch eine kurze Skizze der Gesprächsinhalte notiert. Das dritte Instrument besteht aus der Tonträgeraufzeichnung. Dank dieser ist der präzise Gesprächsverlauf auch nach Abschluss des Interviews noch verfügbar. Die interviewte Person wurde vor dem Gespräch über Sinn und Zweck der Tonaufzeichnung aufgeklärt und um Erlaubnis erfragt. Festgehalten wurde das Gespräch mit einem Digital Voice Recorder WS-110 der Marke Olympus. Das vierte Element bildet schliesslich der dem Interview zugrunde liegende Leitfaden. Durch offene Fragestellungen unterscheidet sich dieser klar von einem quantitativen Fragebogen, dennoch gibt er dem Interview aber eine Art Struktur vor. In der vorliegenden Untersuchung wurde der Leitfaden (zu finden in Anhang B) grob in drei Blöcke geteilt. Während dem einleitenden Block wurde über das Projekt Biosfera allgemein gesprochen, über Erwartungen, Assoziationen dazu wie auch mögliche Vor- und Nachteile aus der Sicht der entsprechenden Person. In den nachfolgenden zwei Blöcken wurden zusätzlich noch visuelle Bilder ins Interview eingebracht, welche in den analysierten Zeitungen erschienen sind. Ideal wäre gewesen, den Interviewpartnerinnen und -partnern zu jeder Raumeignungskategorie ein Bild vorlegen zu können. Jedoch wäre eine solche Anzahl an Bildern in einem Interview nicht handhabbar gewesen, daher wurde die Menge auf zehn Bilder beschränkt. Aus diesen wurden dann im Verlaufe der Interviews drei ausgewählt, welche für die interviewte Person am typischsten für die Biosfera sind. Auf diese Bilder wurde dann im zweiten Interviewteil genauer eingegangen. Im dritten und abschliessenden Interviewteil wurde dann mit allen zehn zur Auswahl stehenden Bildern gearbeitet. Dabei hatten die Bilder die Funktion, den Interviewpartnerinnen und -partnern Gedankenanstösse zu Informationen zu geben, welche ohne Bilder allenfalls nicht geäussert worden wären. Methodisch ist dieses Vorgehen der Photoelitzitation zuzuordnen. Gemäss Harper (2002, S. 13) basiert diese Methode auf der einfachen Idee, Bilder in ein Interview einzubauen. Bignante (2010, Zugriff: 21.4.2010) sieht in der Anwendung eines solchen Vorgehens eine Möglichkeit zur methodischen Triangulation, welche einen erwünschten andersartigen Einblick auf das zu erforschende Phänomen gibt. Dementsprechend werden die Vorteile darin gesehen, dass nicht nur mehr, sondern auch vielfältigere Informationen dem Gegenüber entlockt werden, sowie dass durch das Vorlegen von Bildmaterial Missverständnisse reduziert werden können wie auch dass dadurch die Erinnerungen der interviewten Person vermehrt angesprochen werden (Harper 2002, S.13-14). Gerade Letzteres erschien als sinnvoll, da der Ursprung der vorge-

legten Bilder teilweise bis ins Jahr 2002 zurückreichte und solche Bilder somit Erinnerungen an weiter zurückliegende Debatten wecken konnten, welche die heutigen Raumanneignungsformen noch betreffen.

Durch das Einbringen der visuellen Bilder in die Interviews wurden aber nicht nur die Vorteile der Photoelizitation genutzt. Des Weiteren konnte dadurch auch die rezipierte Wirkung eines einzelnen Bildes auf die interviewte Person direkt festgehalten werden und somit Erkenntnisse gewonnen werden, inwiefern die aus der Bildinhaltsanalyse erhaltenen Aussagen über die potentiellen mentalen Bilder der Bildrezipierenden tatsächlich auch zutreffend waren.

Durchgeführt wurden die Interviews jeweils bei den befragten Personen zu Hause oder am Arbeitsplatz. Die Lokalitäten wurden so gewählt, um den Gesprächspartnerinnen und -partnern eine ihnen vertraute Atmosphäre bieten zu können.

5.2.2. Interviewbilder

In die Auswahl der zehn in den Interviews vorgelegten Bilder, welche nach der abgeschlossenen Bildinhaltsanalyse stattfand, flossen folgende Kriterien mit hinein:

- Auftretenshäufigkeiten der vom Bild suggerierten Raumanneignungskategorien in der Auswertung der Zeitungen
- Ergebnisse aus der Arbeit von Karthäuser (2008) zu den Assoziationen mit dem Begriff ‚UNESCO-Biosphärenreservat‘
- Bildgrösse/Bildqualität

Die beiden erstgenannten Punkte gewährleisteten, dass die Gesprächspartnerinnen und -partner eine Auswahl an Bildern zur Verfügung hatten, mit denen sie direkt in Kontakt kamen oder die zumindest solchen Bildern ähnlich waren. Zusätzlich sollten sie möglichst typisch für das Projekt Biosfera sein. Die beiden weiteren Kriterien dienten dazu, dass alle Bilder in vergleichbarer Grösse und Qualität für die Interviews vorhanden waren, um eine mögliche Bevorzugung oder Ablehnung eines Bildes aufgrund unterschiedlicher Voraussetzungen so gering als möglich halten. Zu diesem Zweck wurden diejenigen Bilder, welche in den Zeitungen in Farbe abgedruckt waren, für die Interviews in Schwarzweiss-Bilder umgewandelt, sowie das Format einzelner Bilder vergrössert bzw. verkleinert. Vorgelegt wurden sie den Interviewpartnerinnen und -partnern in bestmöglicher Auflösung und im handelsüblichen Format von circa 9x13cm. Zur Veranschaulichung werden die zehn benutzten Bilder nachfolgend kurz vorgestellt. Um die Bildwirkung nachvollziehen zu können, sind die zehn Bilder in Originalgrösse im Anhang E zu finden.

Bild A - Produkte



Quelle: Engadiner Post 26.5.2009, S. 9

Kategorisiert als:
Versorgungsraum, Identifikationszeichen für untersuchten Vorhaben und Räume (Raum der Identifikation i.e.S)

Dieses Bild kam so oder in vergleichbarer Form mehrmals in den Zeitungen vor. Es zeigt die ‚Surpraisa Jaura‘. Eine Kiste aus Arvenholz mit dem Logo der Biosfera, deren Herstellung ein Biosfera-Teilprojekt ist. Gefüllt ist sie mit lokalen Produkten. Dieses Fabrikat gibt dem Projekt etwas Handfestes, das durch die Zusammenarbeit verschiedener Produzenten entstanden ist und sich gut verkauft. Dass diese Spezialitätenkiste erwerbbar ist und somit zum Versorgungsraum gezählt werden kann, ergab sich aus dem Bildtext.

Bild B – Projektleiterin



Quelle: La Quotidiana 22.5.2009, S. 12

Kategorisiert als:
Identifikationszeichen für untersuchten Vorhaben und Räume (Raum der Identifikation i.e.S)

Das Portrait von Gabriella Binkert ist eines von sehr vielen Bildern, die dem Raum der Identifikation im engeren Sinne zugeordnet wurden. Auf den meisten Bildern sind mehrere Personen abgebildet, Gabriella Binkert war jedoch sehr häufig auch darauf vertreten. Als Kopf des Projektes hat sie den Löwenanteil an Arbeit verrichtet, der zum Gelingen des Vorhabens beigetragen hat. Sie steht als Projektleiterin daher stellvertretend für das Projekt der Biosfera.

Bild C – Dorf



Quelle: Engadiner Post 31.7.2008, S. 1

Kategorisiert als:
Wohnraum (Lebensraum allg.)

Dieses Bild zeigt das grösste Dorf des Tals, Müstair, mit Blick Richtung Italien. Es wurde als Motiv für den Lebensraum allgemein (insbesondere Wohnraum) in die Auswahl genommen, da es den Lebensraum der Bevölkerung darstellt, wie er ist, und nicht probiert, ihn möglichst idyllisch in Szene zu setzen. In der Ausgabe der Engadiner Post erschien das Bild in Farbe und wurde für die Verwendung in den Interviews in ein Schwarzweiss-Bild umgewandelt.

Bild D – Kloster



Quelle: Die Südostschweiz 26.1.2002, S. 1

Kategorisiert als:
Kulturerlebnisraum (Erlebnisraum allg.), religiöse Identifikationszeichen und Identifikationszeichen für untersuchten Vorhaben und Räume (Raum der Identifikation i.e.S)

Ein Bild, welches zum kulturellen Erlebnisraum und zum Raum der Identifikation zu zählen ist. Das Kloster St. Johann ist als UNESCO Weltkulturerbe ausgewiesen, beheimatet ein eigenes Museum und drückt damit den Kulturerlebnisraum aus. Bei mehreren Bildern in den Zeitungen ging aus dem Begleittext hervor, dass das Kloster aufgrund seines Erlebniswertes abgebildet wurde. Oftmals wurde es auch als Sinnbild für das Val Müstair verwendet. In die Auswahl wurde dieses Bild genommen, da es aufgrund des Kreuzes im Vordergrund auch die ursprüngliche Funktion eines Klosters als religiöse Stätte verdeutlicht.

Bild E – Arbeit



Quelle: La Quotidiana 13.5.2008, S. 11

Kategorisiert als:
1.Sektor (Produktionsraum allg.), Identifikationszeichen für untersuchten Vorhaben und Räume (Raum der Identifikation i.e.S), ökologischer Problemraum (Problemraum)

Auf der nebenstehenden Aufnahme sind Landwirte und Jäger beim Umsetzen eines von der Biosfera ins Leben gerufenen Teilprojektes zu sehen. Sie umzäunen ein Bienenhaus mit einem elektrischen Zaun. Dieser dient als Schutz vor einem eingewanderten Bären, der den Honig als Nahrung sieht. Es wurde in die Auswahl genommen, da es die Arbeit der Imker im 1.Sektor darstellt wie auch den möglichen Konflikt von Wildnis (Bär) und Kulturraum aufzeigt. Trotz möglicher Schäden durch das Grossraubtier, hat man sich in der Biosfera vorgenommen, ein Zusammenleben von Mensch und Tier zu ermöglichen.

Bild F – Biker



Quelle: Engadiner Post 12.11.2009, S. 7

Kategorisiert als:
Fun-Sport-Action-Raum (Erlebnisraum allg.),
Sozialraum (Lebensraum allg.)

Das Erleben der Natur steht bei dieser Aufnahme wohl hinter der sportlichen Aktivität mit dem Bike, die vielfach mit einem gewissen Selbstzweck verbunden ist. Das Bild repräsentiert Aktivitäten mit erhöhter körperlicher Tätigkeit in der Natur, zeigt aber auch den Austausch mit einer ortskundigen Person. Im dazugehörigen Artikel wurden die Biketouristen in einem positiven Licht dargestellt. Dieses Bild wurde gewählt, da dadurch eventuell auch der Raumnutzungskonflikt zwischen Wandernden und Bikerinnen und Bikern angesprochen werden könnte.

Bild G – Zusammenarbeit



Quelle: La Quotidiana 15.9.2008, S. 10

Kategorisiert als:
Identifikationszeichen für untersuchten Vorhaben und Räume, weitere Identifikationszeichen (Raum d. Identifikation i.e.S.), Symbolraum i.e.S., Kooperationsraum

Diese Aufnahme entstand anlässlich des Projektes zur Rettung des vom Aussterben bedrohten Felsenalters. Auf diesem Bild sticht die Zusammenarbeit der Trägerschaft des Biosphärenprojektes mit anderen Organisationen (wie im Bild pro natura) hervor. Neben dem Raum der Identifikation mit Vertretenden von pro natura und der Biosfera ist folglich auf diesem Bild der Kooperationsraum ein wichtiges Merkmal.

Bild H – Natur



Quelle: La Quotidiana 14.1.2010, S. 9

Kategorisiert als:
Naturraum

Stellvertretend für die Kategorie des Naturraumes wurde dieses Bild gewählt, da es eines der wenigen reinen Naturbilder war, welches nicht ein Tier in Grossaufnahme zeigt. Bei vielen anderen Bildern, welche die Landschaft im Überblick darstellten, waren Spuren des Menschen zu sehen und somit fielen sie nicht in die Kategorie der Naturbilder. Zudem ist hier der Rombach abgebildet, dessen Renaturierung ein Biosfera-Teilprojekt war.

Bild I – Kultur



Quelle: Engadiner Post 25.8.2007, S. 5

Kategorisiert als:
Kulturerlebnisraum (Erlebnisraum allg.), Identifikationszeichen für untersuchten Vorhaben und Räume und weitere Identifikationszeichen (Raum der Identifikation i.e.S), Politraum

Diese Aufnahme wurde in den Interviews verwendet, da das Kulturerlebnis in diesem Bild aus dem Erleben traditioneller Bräuche besteht. Die Knaben auf der linken Bildseite schwenken die Glocken wie jeweils beim traditionellen Chalandamarz, um den Winter zu vertreiben. Im Hintergrund sind zudem noch Frauen in lokalen Trachten zu sehen. Der Anlass dieser Aufführung waren allerdings nicht die Festivitäten des Chalandamarz, sondern der Besuch von Bundesrätin Micheline Calmy-Rey im Münstertal. Am rechten Bildrand ist neben der Bundesrätin zudem noch die Projektleiterin der Biosfera erkennen.

Bild J – Wanderer



Quelle: Bündner Tagblatt 9.8.2007, S. 4

Kategorisiert als:
Kulturerlebnisraum und Naturerlebnisraum (Erlebnisraum allg.), Naturraum nebensächlich

Kategorisiert wurde dieses Bild einerseits als Naturerlebnisraum, andererseits aber auch als Kulturerlebnisraum. Kultur daher, da es sich beim Gewässer neben den Wanderern um einen alten Bewässerungsgraben handelt, der im Rahmen eines Biosfera-Teilprojektes wieder in Stand gestellt wurde. Diese Wasserwanderwege werden vom lokalen Tourismusverein explizit als Kulturerlebnisse vermarktet. Das Wandern fernab von Strassen und Häusern steht aber auch stellvertretend für das gemütliche Erleben in der Natur.

5.3. Datenauswahl

5.3.1. Visuelles Bildmaterial

Das zur Analyse verwendete Bildmaterial stammt aus zwei Prospekten der Biosfera sowie aus folgenden vier Zeitungen:

- Die Südostschweiz Graubünden
- Bündner Tagblatt
- La Quotidiana
- Engadiner Post/ Posta Ladina

Die Bündner Ausgabe der Südostschweiz und das Bündner Tagblatt sind im Raum Graubünden mit 35'754 Stück beziehungsweise 9'389 Stück die beiden auflagestärksten Zeitungen (WEMF 2009, S. 16). Beide Blätter sind Tageszeitungen und laufen unter dem Dach der Mediengruppe ‚Südostschweiz Medien‘ mit Chur als Erscheinungsort. Ebenfalls zu diesem Unternehmen gehört La Quotidiana, welche, wie es der Name schon sagt, ebenfalls täglich erscheint. Mit 4'765 Stück (WEMF 2009, S. 16) hat sie eine geringere Auflage als die beiden zuvor genannten, jedoch ist sie in Rätoromanisch verfasst und daher für das Val Müstair von besonderem Interesse. Die vierte Zeitung, die Engadiner Post/ Posta Ladina, ist in St. Moritz angesiedelt und daher lokal verankert. Sie erscheint jeweils drei Mal in der Woche und hat gemäss WEMF (2009, S. 8) eine Auflage von 8'871 Stück. Innerhalb der gleichen Ausgabe beinhaltet sie Artikel in der deutschen wie auch in der romanischen Sprache.

Die Archive der jeweiligen Zeitung wurde nach Artikeln mit den Begriffen ‚Biosfera Val Müstair‘, ‚Biosfera Münstertal‘, ‚Biosphäre Münstertal‘ oder ‚Biosphäre Val Müstair‘ durchsucht, um der deutschen und der romanischen Schreibweise zu entgegen. Bei Artikeln, welche verschiedene Parkprojekte innerhalb der Schweiz behandelten, konnte es aber vorkommen, dass dazu Bilder aus anderen Regionen verwendet wurden. Auch solche Bilder flossen in die Auswertung hinein, da der textliche Zusammenhang mit dem Biosphärenprojekt im Val Müstair vorhanden war und somit einen möglichen Eindruck über das Bündner Projekt bei der Leserin oder dem Leser hinterliess. Müller (2007, S. 123-124) erwähnt im Zusammenhang mit solchen Bildern das Problem, dass dadurch eine Doppelnenennung von Kulturraum und Naturraum entstehen könnte, welche per Definition nicht möglich ist. Beispielsweise könnte dies auftreten, wenn im Text der Kooperationsraum angesprochen wird, bildlich jedoch die Schönheiten des Naturraumes der Partnerregion gezeigt werden. Würde ein solcher Fall eintreffen, „müsste das Ausschliesslichkeitskriterium von Natur- oder Kulturraum aufgegeben oder die verbale Aneignung klar von der visuellen ge-

trennt werden“ (Müller 2007, S. 124). Das verwendete Kategoriensystem wurde jedoch induktiv abgesichert, da sowohl bei Müller (2007) wie auch in der vorliegenden Untersuchung kein solcher Fall eingetreten ist.

Ebenfalls zu anzumerken ist, dass zwischen den Artikeln über den geplanten regionalen Naturpark ‚Biosfera Val Müstair‘ und über das UNESCO-Projekt ‚Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal‘ nicht unterschieden wurde. Dies aus dem Grund, da das ursprünglich gesteckte und auch längerfristige anvisierte Ziel das Biosphärenreservat nach UNESCO-Vorschriften ist. Zudem wurden die beiden Parkprojekte in den Zeitungsartikeln oftmals nicht genau unterschieden oder es ging aufgrund der ähnlichen Nomenklatur nur bedingt hervor, von welcher Naturparkform nun geschrieben wurde.

Bei den beiden Prospekten handelte es sich um solche, welche die Biosfera allgemein vorstellen und daher nicht auf eine Attraktion oder eine Jahreszeit speziell ausgerichtet sind. Der eine trägt den Titel ‚UNESCO-Kandidatur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal‘ und erschien 2009. Aus dem Sortiment abgelöst wurde er durch den 2010 erschienenen Prospekt ‚Biosfera Val Müstair‘. Beide wurden von der Organisation der Biosphäre herausgegeben und sind im Format A5 gedruckt. Erhältlich waren diese Werbeprospekte umsonst bei den lokalen Tourismusbüros, an Messen oder aufliegend bei Biosphärenpartnern.

5.3.2. Interviewpersonen

Zur Auswahl der Interviewpersonen wurde in Anlehnung an Glaser & Strauss (1998, S. 53-83) ein theoretisches Sampling durchgeführt. Dazu sollten so viele Personen ins Sample aufgenommen werden, bis eine theoretische Sättigung auftritt, d.h. bis keine neuen Daten mehr anfallen (Glaser & Strauss 1998, S. 69). Da der zeitliche Rahmen einer Masterarbeit jedoch begrenzt ist, war das Erreichen einer theoretischen Sättigung zu keinem Zeitpunkt der Feldforschung ein verwirklichtes Ziel. Um den Ansprüchen des theoretischen Samplings aber dennoch so gut als möglich zu genügen, wurde bei der Wahl der Interviewpartnerinnen und -partner darauf geachtet, ein möglichst heterogenes Sample an verschiedenen Raumeignerinnen und Raumeignern zu bekommen. Patton (2002, zit. in: Flick 2009, S. 165) spricht in diesem Zusammenhang von einem gezielten (purposive) Sampling. Eine Art davon zielt darauf ab, eine maximale Variation im Sampling zu erhalten. Dabei sind wenige, dafür möglichst unterschiedliche Fälle ins Sample aufzunehmen. Ein solches Vorgehen sollte sicherstellen, eine grosse Fülle an verschiedenen Daten zu erhalten. Die Verwendung einer solchen Auswahlstrategie hat jedoch einen einschränkenden Einfluss auf die Verallgemeinerbarkeit der damit erzielten Resultate (Flick 2009, S. 166). Da das Ziel dieser Arbeit aber nicht verallgemeinerbare Aussagen sind, sondern das Aufzeigen eines

Spektrums von verschiedenen Raumaneynungen, wird das Vorgehen des gezielten Samplings als ausreichend angesehen. Um diesem Forschungsbedürfnis zu entsprechen, wurden Personen aus verschiedenen Bereichen wie beispielsweise Politik, Projektleitung oder Tourismus ausgesucht, welche kontaktiert und um ein Interview gebeten wurden. Allen Interviewpartnern und -partnerinnen musste gemeinsam sein, dass sie im Münstertal ansässig waren und somit eine gewisse Innensicht auf das Biosfera-Projekt teilten. Entsprechend den Erkenntnissen von Haller (2008, S. 35-37) und Karthäuser (2008, S. 32) konnte so von einem hohen Vertrauheitsgrad mit dem Projekt ausgegangen werden.

Damit von den gemachten Aussagen keine Rückschlüsse auf die sprechende Person gemacht werden können, wurden die Namen der Gesprächspartnerinnen und -partner anonymisiert. Dies geschah durch die zufällige Wahl zweier Grossbuchstaben als geschlechtsneutrale Kürzel, welche in keinerlei Zusammenhang mit den Namen der interviewten Personen stehen.

5.4. Datenauswertung

5.4.1. Datenauswertung Bildmaterial

Wie schon das Kategoriensystem der verschiedenen Raumaneynungsformen wird auch die Auswertungsmethodik von Müller (2007) übernommen. Müller (2007, S. 128-129) ist dabei so vorgegangen, dass er beim Auszählen der Auftretenshäufigkeit zusätzlich die Bildgrösse mit in die Auswertung einbezogen hat. Ist eine Kategorie auf einem Bild von beispielsweise 12cm^2 erkennbar, eine andere hingegen auf einem Bild von nur 4cm^2 Grösse, ist letzteres in der Auswertung für diese beiden Bilder nur zu einem Viertel gewichtet, das grössere jedoch zu drei Vierteln. Sind auf einem Bild zwei oder mehrere Kategorien ausgewiesen, wird entsprechend der Anzahl erkennbarer Kategorien die Bildgrösse aufgeteilt. Ein beispielsweise 12cm^2 grosses Bild, welches zwei Kategorien zugeteilt wurde, wird in der Auswertung je 6cm^2 zu jeder Kategorie beitragen. Bei den Bildern aus dem Val Müstair wurde analog zu diesem Vorgehen gearbeitet.

Beim oben beschriebenen Vorgehen handelt es sich um die vorrangig klassierten Raumaneynungskategorien. Bilder, welche nebensächliche Raumaneynungsformen aufwiesen, erhielten zusätzlich einen ausgeschriebenen Vermerk, um welche Raumaneynungsformen es sich handelt. Diese nebensächlichen deklarierten Kategorien wurden flächenmässig nicht ausgewertet und flossen auf quantitativer Ebene nur durch die Auftretenshäufigkeit pro Anzahl Bilder in die Auswertung hinein.

Die anfallenden Daten wurden mittels der Software Microsoft Office Excel 2007 gespeichert, aufbereitet sowie auch grafisch umgesetzt.

5.4.2. Datenauswertung Interviews

Die auf dem Tonträger aufgezeichneten Gespräche wurden mit Hilfe der Transkriptionssoftware f4 - Version 4 niedergeschrieben zur Vorbereitung der computergestützten Datenauswertung. Die Interviews wurden in schweizerdeutschem Dialekt geführt. Der besseren Lesbarkeit zuliebe wurde bei der Transkription das Schweizerdeutsche in bedeutungsgleiche schriftdeutsche Sprache übersetzt. Die dabei angewandten Transkriptionsregeln sind unter Anhang D zu finden. Dies entspricht den Grundsätzen der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2007, S. 24-34), bei welcher nicht das quantitative Auszählen zentral ist, sondern der Inhalt der gemachten Aussagen. Zur Auswertung der Interviews wurden die transkribierten Interviews in einzelne Textstellen aufgebrochen. In Anlehnung an die von Gläser & Laudel (2004, S. 191-200) modifizierte Methode der qualitativen Inhaltsanalyse wurde das vollständige Textmaterial durchgegangen und bedeutsame Textstellen extrahiert, die verschiedenen Kategorien zugeordnet wurden. Diese Kategorien entsprachen dabei dem bei den visuellen Bildern angewandten Kategoriensystem der Bildinhaltsanalyse. Zusätzlich wurde unterschieden, ob bei den gemachten Aussagen auf ein im Verlaufe des Interviews benutztes Bild Bezug genommen wurde oder nicht.

Um die anfallenden Daten geordnet darstellen zu können, wurde mit der Softwarelösung Atlas.ti Version 5.2 gearbeitet. Der Vorteil einer solchen computergestützten Datenauswertung liegt darin, dass die den Kategorien zugewiesenen Textstellen über das gesamte Textmaterial hinweg einfach zu überblicken sind und sich wenn nötig innert kurzer Zeit im Zusammenhang mit dem Ursprungstext wieder finden lassen. Flick (2009, S. 392) schreibt mit Bezug auf das Kodieren von Textmaterial, was vergleichbar ist mit der von Gläser & Laudel (2004) angewandten Extraktion, dass sich je nach Fragestellung, Material und Stil der interpretierenden Person der Detaillierungsgrad dieser Zuschreibung unterscheiden kann. Dem Forschungsnutzen entsprechend wurden die Interviews in der vorliegenden Untersuchung satz- oder gar abschnittsweise den Kategorien der Rauman eignung zugeteilt. Wie bereits bei der Bildinhaltsanalyse wurde auch hier das vorgegebene Kategoriensystem nicht als abgeschlossen betrachtet, sondern wäre bei Bedarf um neue Kategorien aus der Empirie heraus erweitert worden.

6. Resultate

6.1. Resultate der visuellen Bilder

6.1.1. Die Südostschweiz Graubünden

Die Bündner Ausgabe der Südostschweiz ist von den vier analysierten Blättern die auflagenstärkste und dementsprechend diejenige mit der weitreichendsten Verbreitung. Über den gesamten Untersuchungszeitraum erschienen darin 39 bebilderte Artikel mit insgesamt 50 Bildern. Die Abbildungen nahmen einen Platz von 9'579.43 cm² ein, was einer durchschnittlichen Bildgrösse von 191.58 cm² entspricht. Von allen vier analysierten Zeitungen ist dies der höchste Durchschnittswert.

Exakt ein Drittel der Artikel erschien vor der Abstimmung über das Projekt der Errichtung eines Biosphärenreservates am 23.3.2005, die restlichen 26 Artikel erschienen danach.

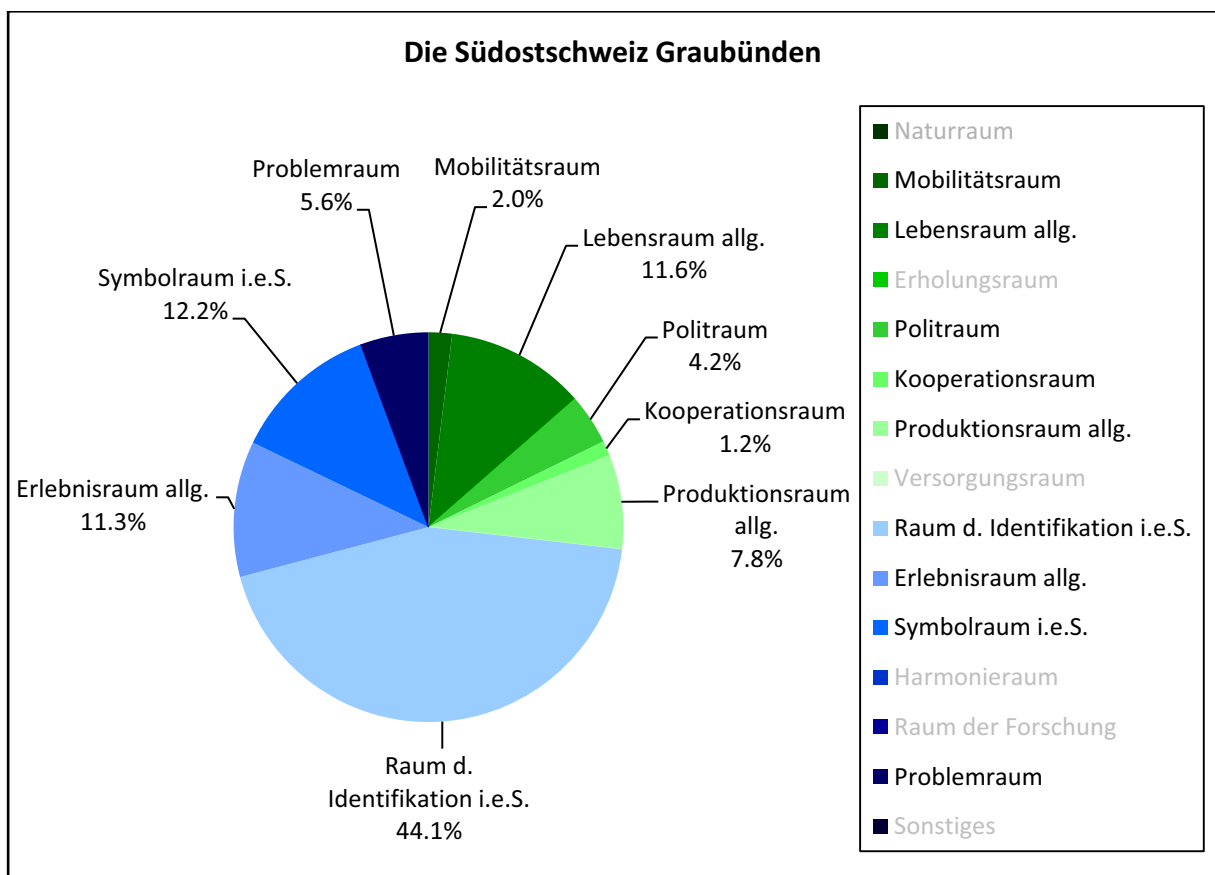


Abb. 4: Prozentuale Anteile der Raumeignungskategorien bei den Bildern der Südostschweiz Graubünden

Es zeigt sich in Abbildung 4, dass der *Raum der Identifikation im engeren Sinne* mit über 44% flächenmässig weitaus am meisten Platz für sich beansprucht. 24 der 39 analysierten Artikel dieser Zeitung enthalten mindestens ein Bild, welches teilweise oder gänzlich dieser Kategorie zugewiesen wurde. Die Untergliederung dieser Kategorie zeigt, dass beinahe zwei Drittel (65% bzw. 28.7% der totalen Bildfläche) davon deren Unterkategorie *Identifikationszeichen für die untersuchten Vorhaben und Räume* ausmacht. Gemäss der Definition von Müller (2007, S. 124-125) wird diese durch Persönlichkeiten oder Symbole, die einem direkten Zusammenhang zum untersuchten Raum aufweisen, charakterisiert. Bei den Bildern der Südostschweiz sind es vorwiegend Personenbilder, welche immer wieder in den Artikeln erscheinen.

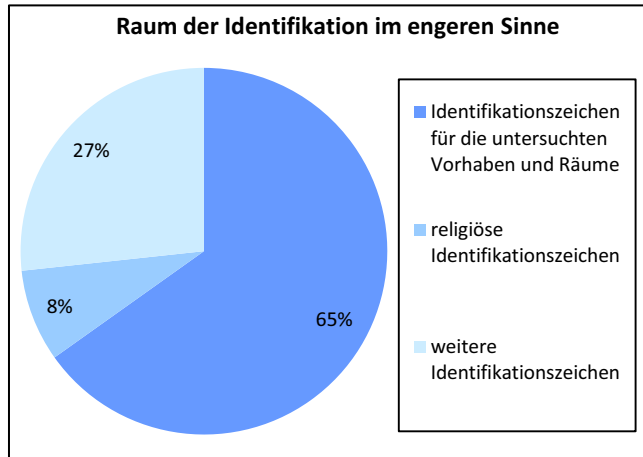


Abb. 5: Aufteilung des *Raumes der Identifikation im engeren Sinne* in seine Unterkategorien bei der Südostschweiz Graubünden

Den zweitgrössten Anteil am Totalen nimmt der *Symbolraum im engeren Sinne* mit 12.2% der Fläche ein. Im Vergleich zu den anderen analysierten Zeitungen ist dies ein sehr hoher Wert, der hauptsächlich durch die grossflächige Abbildung von vier Karten, die der Veranschaulichung dienen, erreicht wird. Ebenfalls mehr als ein Zehntel Anteil an der Gesamtfläche besitzen der *Lebensraum allgemein* mit 11.6% und der *Erlebnisraum allgemein* mit 11.3%. Innerhalb der Kategorie *Lebensraum allgemein* ist die Unterkategorie *Wohnraum* dominant vertreten mit einem Anteil an der gesamten Kategorie von 75% (8.7% total). Den Rest teilen sich der *Sozialraum* (14% bzw. 1.6% total) und der *Bildungsraum* (11% bzw. 1.2% total). Erwähnenswert sind sicherlich auch die 5.6%, welche der *Problemraum* einnimmt. Knapp vier Fünftel (79% bzw. 4.5% total) davon macht die Unterkategorie *sozio-ökonomischer Problemraum* aus. Diese gründen auf Bildern, welche in den jeweiligen Artikeln benutzt wurden, um potenzialarme Räume zu illustrieren oder einen Nutzungskonflikt aufzuzeigen. Die weiteren 21% des *Problemraumes* macht der *ökologische Problemraum* aus (1.2% total). Was in dieser Zeitung gänzlich fehlt, sind Darstellungen des reinen *Naturraumes*. 100% der Bilder zeigen mindestens einzelne Elemente der Raumeignung durch den Menschen und sind daher dem *Kulturraum* zuzuordnen. Ganz ausser Acht gelassen wird der *Naturraum* jedoch nicht. Auf 14% aller Bilder erscheint er als nebensächliche Kategorie.

Ähnliches zeigt sich auch, wenn man die Kategorie des *Erlebnisraumes allgemein* weiter aufschlüsselt. Der *Naturerlebnisraum* nimmt lediglich 11% (1.2% total) ein, wohingegen der *Kulturerlebnisraum* mit 60% (6.8% total) um einiges stärker vertreten ist. Die Erklärung hierfür ist in der starken Präsenz des als UNESCO Welterbe ausgewiesenen Klosters

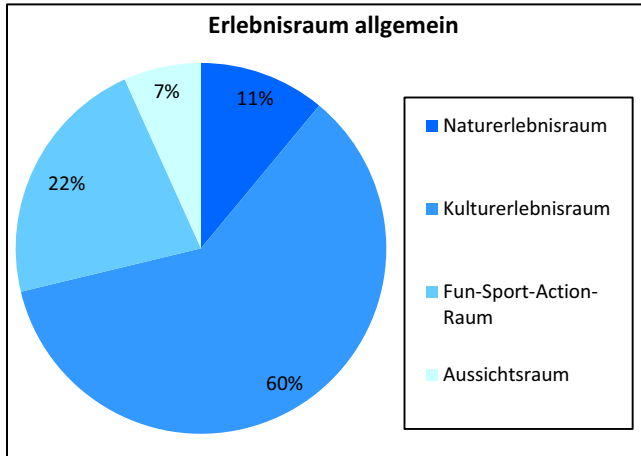


Abb. 6: Aufteilung des *Erlebnisraumes allgemein* in seine Unterkategorien bei der Südostschweiz Graubünden

St. Johann auf den Bildern zu suchen. Zwischen diesen Werten figuriert noch der *Fun-Sport-Action-Raum* mit 22% (2.5% total). Die abgebildeten Tätigkeiten zu dieser Kategorie finden zwar oft in der Naturstatt, weisen jedoch einen gewissen Selbstzweck auf. Der *Aussichtsraum* macht die verbleibenden 7% (0.8% total) aus.

Weiter Aufteilen lassen sich auch die 7.8% des *Produktionsraumes allgemein*. 58% (4.5% total) macht dabei der *1.Sektor* aus, 42% (3.3% total) nimmt der touristische *3.Sektor* ein. Zum *2.Sektor* gab es in dieser Zeitung kein Bildmaterial.

6.1.2. Bündner Tagblatt

Das Bündner Tagblatt ist auflagemässig die zweitgrösste der vier analysierten Zeitungen. Mit insgesamt 41 visuellen Bildern aus 35 Artikeln weist sie aber die geringste Menge an für die Untersuchung relevantem Bildmaterial auf. Im Durchschnitt waren die Bilder 97.05 cm² gross und beanspruchten eine Fläche von 3'979.25 cm². Zustande gekommen ist diese geringe durchschnittliche Bildfläche durch eine Vielzahl an sehr kleinen Portraitbildern einzelner Personen.

Von den 41 Bildern sind fünf davon in Artikeln vor der Abstimmung im März 2005 erschienen. Alle anderen Bilder stammen aus der Zeitspanne nach der Abstimmung bis Ende Januar 2010.

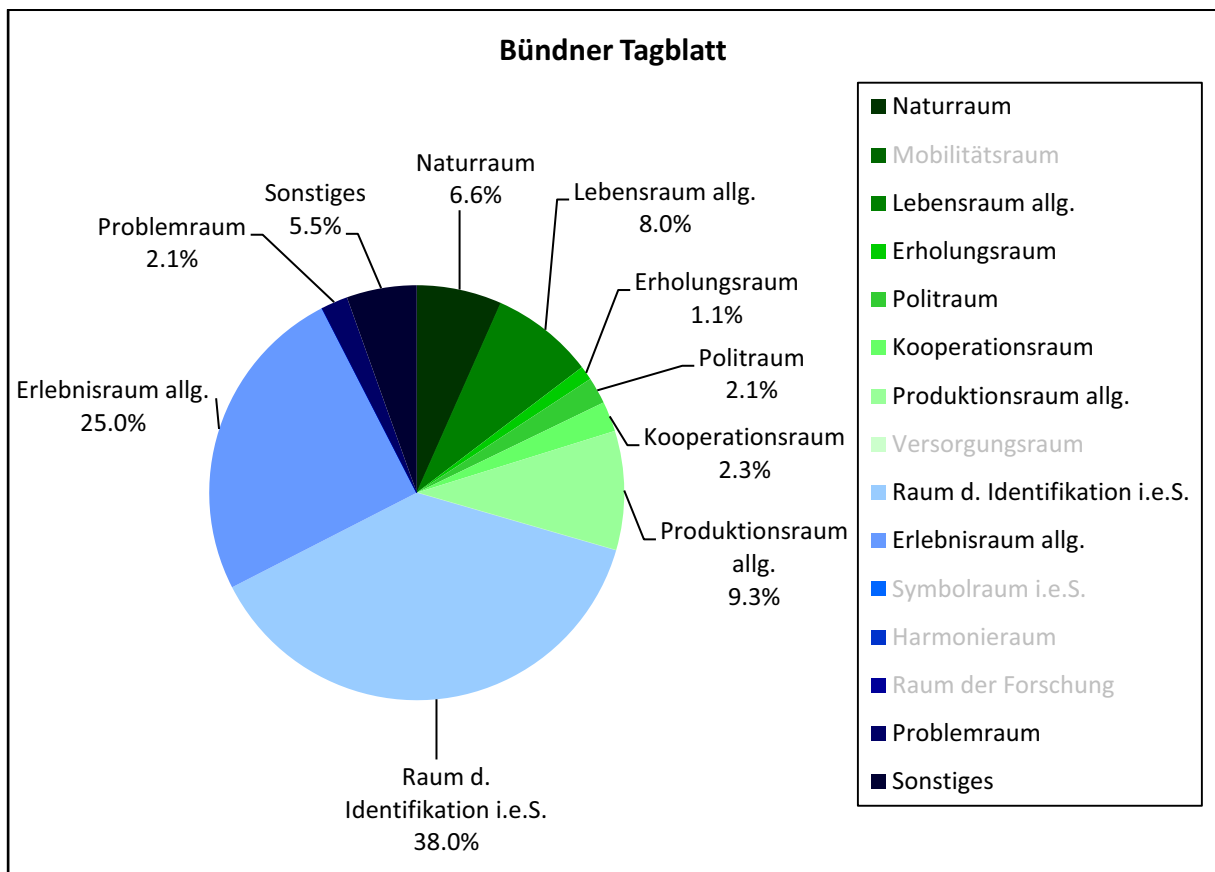


Abb. 7: Prozentuale Anteile der Raumeignungskategorien bei den Bildern des Bündner Tagblattes

Der Vergleich zwischen den beiden Oberkategorien *Naturraum* und *Kulturraum* fällt auch im Bündner Tagblatt eindeutig zu Gunsten des Kulturraums aus. Im Gegensatz zur Südostschweiz Graubünden ist in dieser Zeitung allerdings der reine Naturraum mit 6.6% vorhanden. Zusätzlich wird auf 14.5% aller Bilder der *Naturraum* noch als nebensächliche Kategorie ausgewiesen.

Wie schon zuvor bildet aber auch hier mit einem Anteil von 38% Prozent an der Gesamtbildfläche der *Raum der Identifikation im engeren Sinne* die grösste Kategorie. Noch deutlicher als zuvor bei der Südostschweiz Graubünden macht die Unterkategorie der *Identifikationszeichen für die untersuchten Vorhaben und Räume* den Mehrheitsanteil aus. Am

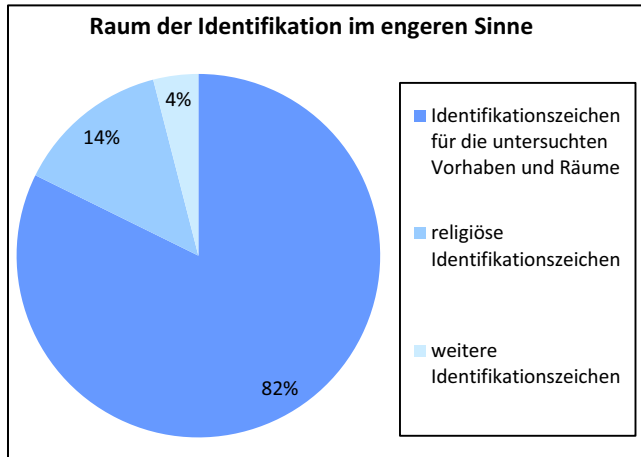


Abb. 8: Aufteilung des Raumes der Identifikation im engeren Sinne in seine Unterkategorien beim Bündner Tagblatt

Totalen nimmt diese Unterkategorie sogar beinahe ein Drittel ein (82% innerhalb der Kategorie bzw. 31.3% total). Drei grössere Bilder des Klosters St. Johann beziehungsweise einer Kirche führen dazu, dass auch die *religiösen Identifikationszeichen* im Vergleich zu den drei anderen Zeitungen einen relativ hohen Wert (14%, bzw. 5.2% total) erreichen. Die *weiteren Identifikationszeichen* erreichen 4% innerhalb der Kategorie und 1.5% im Totalen.

Daneben sticht der *Erlebnisraum allgemein* mit einem Viertel (25%) der gesamten Bildfläche hervor. Die Fläche dieser Kategorie teilt sich folgendermassen auf deren Unterkategorien auf: Der *Kulturerlebnisraum* hat einen Anteil von 75% (18.7% total), der *Naturerlebnisraum* einen von 25% (6.3% total), die beiden anderen Unterkategorien, der *Fun-Sport-Action-Raum* und der *Aussichtsraum*, sind innerhalb dieses Bildersamples nicht vertreten. Auf den *Erlebnisraum allgemein* folgen der *Produktionsraum allgemein* (9.3%) und der *Lebensraum allgemein* (8%). Die acht Prozentpunkte des *Lebensraumes allgemein* kommen einzig durch die Unterkategorie *Wohnraum* zustande.

Der *Produktionsraum allgemein* gliedert sich in die drei Wirtschaftssektoren als Unterkategorien. Dabei ist mit knapp drei Vierteln die Unterkategorie *1.Sektor* (74% bzw. 6.8% total) diejenige, welche am meisten Bildfläche für sich beansprucht. Die Bildfläche des Sekundär- und des Tertiärsektors teilt sich daneben gleichmässig mit je 13% (1.2% total) auf.

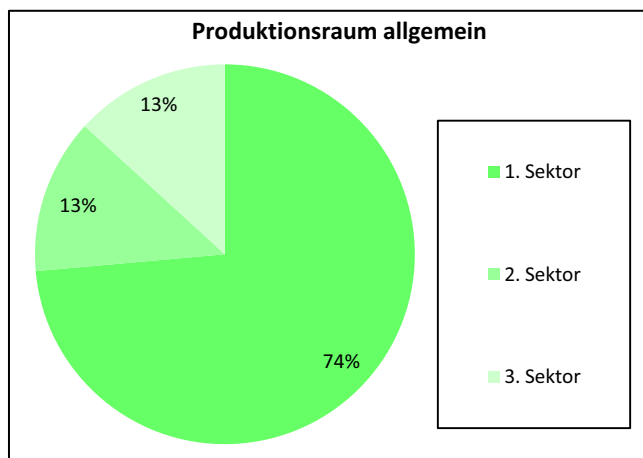


Abb. 9: Aufteilung des Produktionsraumes allgemein in seine Unterkategorien beim Bündner Tagblatt

Im Unterschied zu den Bildern aus der Südostschweiz Graubünden sind in dieser Zeitung beim *Problemraum* ausschliesslich Illustrationen zum *ökologischen Problemraum* (100% als Unterkategorie bzw. 2.1% total) zu finden. In der Südostschweiz Graubünden waren diese noch vorwiegend dem *sozioökonomischen Problemraum* gewidmet. Zu erwähnen sind noch die 5.5% der Kategorie *Sonstiges*. Dieser Wert kommt durch gelegentliche kleine Abbildungen der Autoren zustande, welche für die Zeitung schreiben. Diese mögen zwar hinter ihren Texten stehen, da aber aufgrund ihrer Berufswahl die Motivation zu schreiben teilweise extrinsisch bedingt ist, ist es sehr schwierig zu urteilen, ob sie nun hinter dem Projekt des Biosphärenreservates stehen oder nicht. In die Kategorie der *Identifikationszeichen, die für die untersuchten Vorhaben und Räume stehen*, wollte ich sie daher nicht einteilen. Da sie auch nicht als *weitere Identifikationszeichen* geltend gemacht werden konnten, ordnete ich diese Bilder der Kategorie *Sonstiges* zu. Aus dieser Menge an Bildern eine neue Kategorie zu gründen empfand ich für unnötig, da es sich um einen Einzelfall eines Zeitungsblattes handelte und es aus meiner Sicht daher nicht angebracht wäre.

6.1.3. La Quotidiana

Die La Quotidiana hat die kleinste Auflage der analysierten Zeitungen. Jedoch ist sie durch die romanische Sprache im Val Müstair stärker verankert als die beiden zuvor genannten Zeitungen. Entsprechend widmet sich das Blatt mehr als die anderen den lokalen Themen. Ganze 139 Artikel mit gesamthhaft 208 Bildern zur Biosfera erschienen im untersuchten Zeitraum. Flächenmässig bedeutet dies mehr als drei Quadratmeter (31'425.08 cm²) an Bildmaterial mit einem durchschnittlichen Ausmass von 151.08 cm² pro Bild. 27 der 139 bebilderten Artikel oder knapp 20% der Gesamtmenge wurden vor der Abstimmung zur Errichtung eines Biosphärenreservates gedruckt, die grosse Mehrheit der Artikel über das Projekt war danach zu lesen.

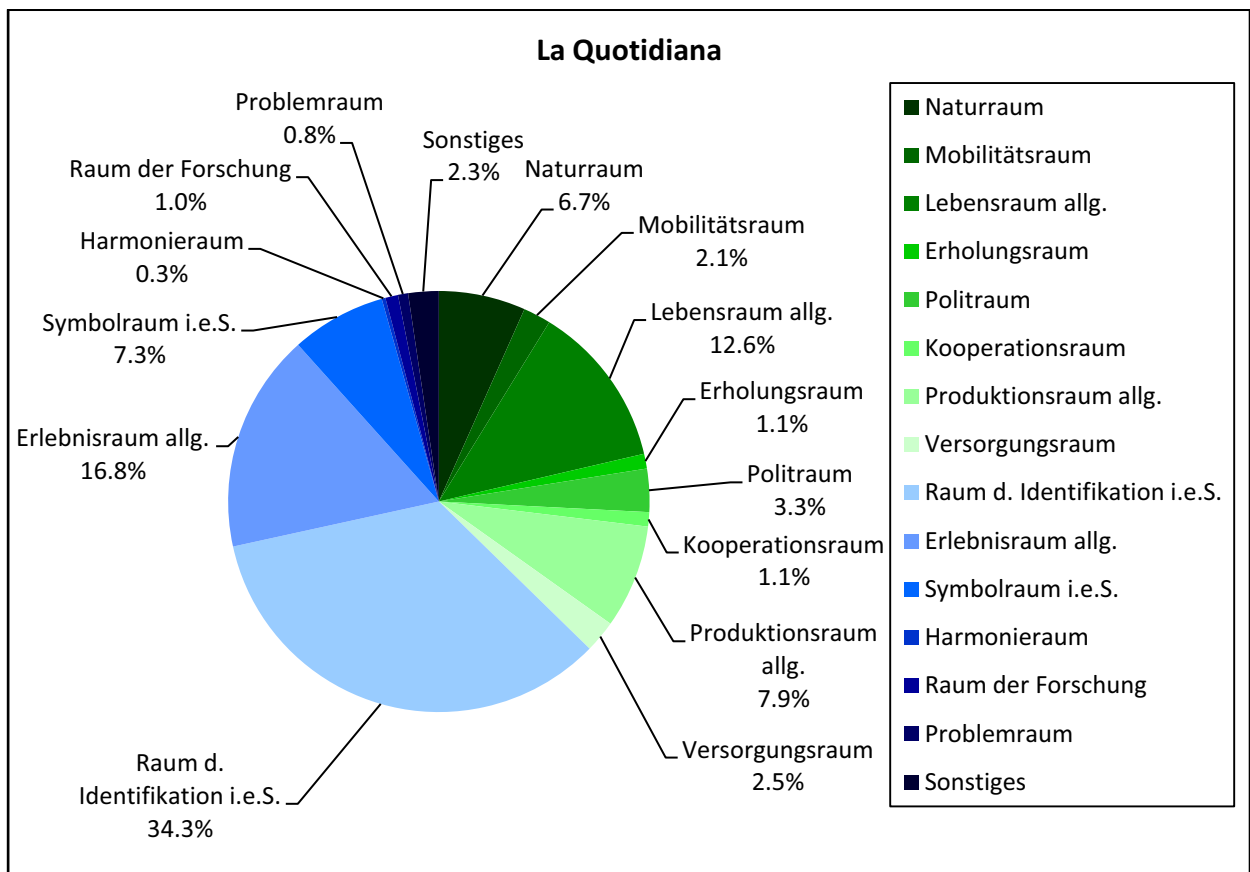


Abb. 10: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern der La Quotidiana

Die Gegenüberstellung von *Naturraum* und *Kulturraum* fällt bei der La Quotidiana mit 6.7% *Naturraum* gegenüber 93.3% *Kulturraum* ähnlich aus wie beim Bündner Tagblatt. Naturbilder in Form von Landschaftsaufnahmen geniessen jedoch Seltenheitswert. Meist sind auf den Bildern wildlebende Tiere abgelichtet, insbesondere im Jahr 2007, als ein Bär dem Münstertal einen Besuch abstattete. Zum reinen *Naturraum* kommen noch 19 Bilder

oder 9.1% der Gesamtmenge an Bildern dazu, auf welchen dieser als nebensächliche Kategorie auftritt.

Die wiederum grösste Kategorie ist wie schon bei den beiden obengenannten Zeitungen der *Raum der Identifikation im engeren Sinne*. In mehr als jedem zweiten Artikel (73 von 139) ist mindestens ein Bild dieser Kategorie vorhanden. Die Untergliederung der Kategorie zeigt auch hier die Dominanz der Persönlichkeiten, welche hinter dem Projekt stehen. 76% (26% total) nimmt die Unterkategorie der *Identifikationszeichen für die untersuchten Vorhaben und Räume* ein. Die *weiteren Identifikationszeichen* ohne direkten Bezug zum Projekt beanspruchen 20% innerhalb der Kategorie und 6.8% der Totalfläche. Die *religiösen Identifikationszeichen* sind mit nur 4% als Unterkategorie (1.4% total) so schwach vertreten wie in keiner anderen Zeitung. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die romanisch sprechende Lokalbevölkerung mit dem als Attraktion geltenden Kloster St. Johann und den dazugehörigen religiösen Bauten und Symbolen bestens vertraut ist. Daher konnte der Fokus der Aufnahmen wohl eher auf andere Sujets gerichtet werden, welche im Tal zu finden sind. So beispielsweise auf die örtlichen Bildungsstätten. In keiner anderen untersuchten Zeitung nimmt der *Bildungsraum* als Unterkategorie zum *Lebensraum allgemein* so viel an Bildfläche ein (32% bzw. 4% total).

Der *Lebensraum allgemein* ist nach dem *Raum der Identifikation im engeren Sinne* und dem *Erlebnisraum allgemein* (17.1%) mit 12.6% die drittgrösste Raumanerkennungskategorie. Nebst dem *Bildungsraum* verzeichnet auch eine weitere Unterkategorie, der *Sozialraum*, hier einen solch grossen Anteil wie sonst nirgends (23% bzw. 2.9% total). Die grösste der drei Unterkategorien bildet jedoch der *Wohnraum* (45% bzw. 5.7% total).

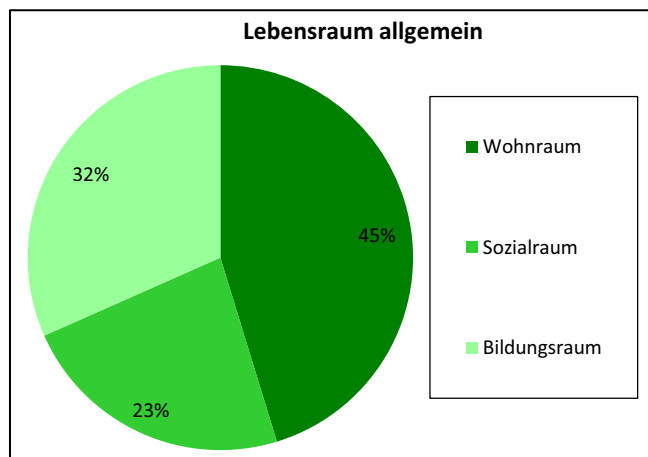


Abb. 11: Aufteilung des Lebensraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der La Quotidiana

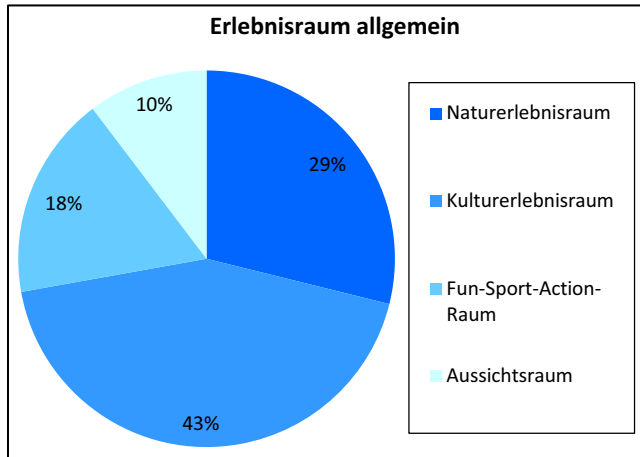


Abb. 12: Aufteilung des Erlebnisraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der La Quotidiana

Der *Erlebnisraum allgemein* zeigt sich bei der La Quotidiana ausgeglichener als bei der Südostschweiz Graubünden und dem Bündner Tagblatt. Mit 43% (7.3% total) weist auch hier der *Kulturerlebnisraum* den grössten Wert auf, jedoch ist der *Naturerlebnisraum* mit 29% (4.8% total) im Vergleich dazu grösser als bei den beiden anderen Blättern. Der *Fun-Sport-Action-Raum* (17% bzw. 2.9% total) und der *Aussichtsraum* (10% bzw. 1.7% total) ergänzen die Unterkategorien des *Erlebnisraumes allgemein*.

Den viertgrössten Anteil an der gesamten Bildfläche weist der *Produktionsraum allgemein* auf (7.9%). Entgegen dem Bild, welches das Bündner Tagblatt wiedergibt, zeigt die Untergliederung in der La Quotidiana die Wirtschaft des Tales nicht als traditionell mit einem übermässig hohen Anteil des Primärsektors. Obwohl dieser mit 42% (3.3% total) den grössten Teil für sich beansprucht, sind auch der industrielle Sektor (32% bzw. 2.5% total) und der Dienstleistungssektor (26% bzw. 2.1% total) angemessen vertreten. Der prozentuale Anteil an der Gesamtbildfläche des Sekundärsektors ist über die vier Zeitungen gesehen nirgends so hoch wie in der La Quotidiana, beim Tertiärsektor weisen die Engadiner Post/ Posta Ladina und die Südostschweiz vergleichbare Werte auf.

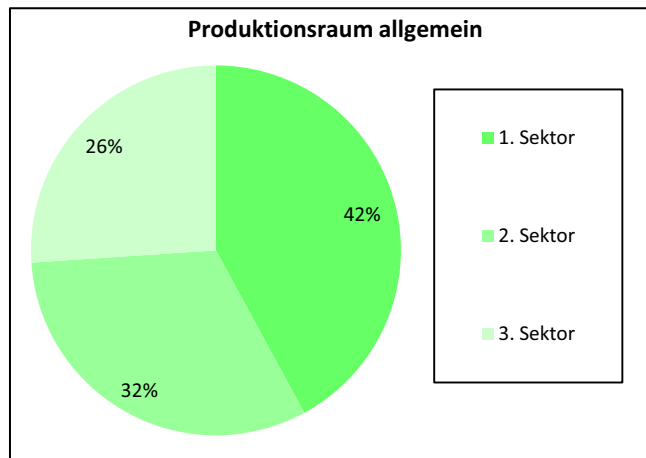


Abb. 13: Aufteilung des Produktionsraumes allgemein in seine Unterkategorien bei der La Quotidiana

Beim *Problemraum* zeigt sich dasselbe Resultat wie beim Bündner Tagblatt. Der Wert kam einzig über Bilder zum *ökologischen Problemraum* zu Stande. Mit einem Gesamtwert von 0.8% der totalen Fläche ist diese Raumeignungskategorie jedoch nur sehr spärlich vertreten. Zu erwähnen sind noch die 7.3% des *Symbolraumes im engeren Sinne*. Bemerkenswert ist aber nicht der Wert an sich, sondern dass unter den siebzehn Bildern, welche für diesen Wert ausschlaggebend sind, sich nur eine einzige Kartendarstellung befindet. Mehr als die

Hälfte der Bilder sind Fotografien von Prospekten der Biosfera, welche per Definition von Müller (2007, S. 126) dem *Symbolraum im engeren Sinne* zugeteilt werden. Viermal findet sich darunter sogar dasselbe Bild, teilweise jedoch in der Grösse etwas zugeschnitten.

Ebenfalls erwähnenswert ist die Tatsache, dass drei Bilder nur über die Bildunterschrift oder den Lauftext einen Zusammenhang mit dem Biosphärenprojekt aufweisen. Die Bilder zeigen also ein Sujet, welches nicht in der Region des Val Müstair zu finden ist. Die Zeitungsartikel, aus welchen diese Bilder stammen, sind neben der Biosfera auch noch anderen Naturparks gewidmet. Um einen solchen zu visualisieren benutzen sie dann aber ein Bild aus einem anderen Parkgebiet wie beispielsweise demjenigen des Parc Ela in der Oberhalbstein-Region um Bergün, Tiefencastel und Savognin. Alle drei Bilder zeigen den *Naturraum* als nebensächliche Kategorie. Da diese Bilder geradeso gut auch im Val Müstair situiert sein könnten und man erst beim genaueren Betrachten feststellt, dass diese aus einem anderen Gebiet stammen, wurden sie mit in die Auswertung hineingenommen.

6.1.4. Engadiner Post/ Posta Ladina

Im Gegensatz zu den anderen drei analysierten Blättern ist die Engadiner Post/ Posta Ladina keine eigentliche Tageszeitung, da sie nur an drei Tagen unter der Woche erscheint. Obwohl damit wöchentlich nur halb so viele Ausgaben gedruckt werden wie bei den anderen, waren darin nach der La Quotidiana am zweitmeisten bebilderte Artikel zu finden. Innerhalb der 42 Artikel zum Biosfera-Projekt waren 61 Bilder zu sehen, welche eine Gesamtfläche von 9'217.95 cm² abdeckten. Bei 61 Bildern macht dies eine durchschnittliche Grössen von 151.11 cm² aus.

In Bezug auf das Datum des Entscheides vom 23. März 2005 ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei den restlichen Zeitungen. Der Grossteil der visuellen Bilder stammt aus der Zeit nach der Abstimmung. So auch hier: in fünf Artikeln erschienen insgesamt sechs Bilder vor der Zustimmung durch die Bevölkerung, die restlichen 55 Bilder wurden dann ab März 2005 bis Ende Januar 2010 publiziert.

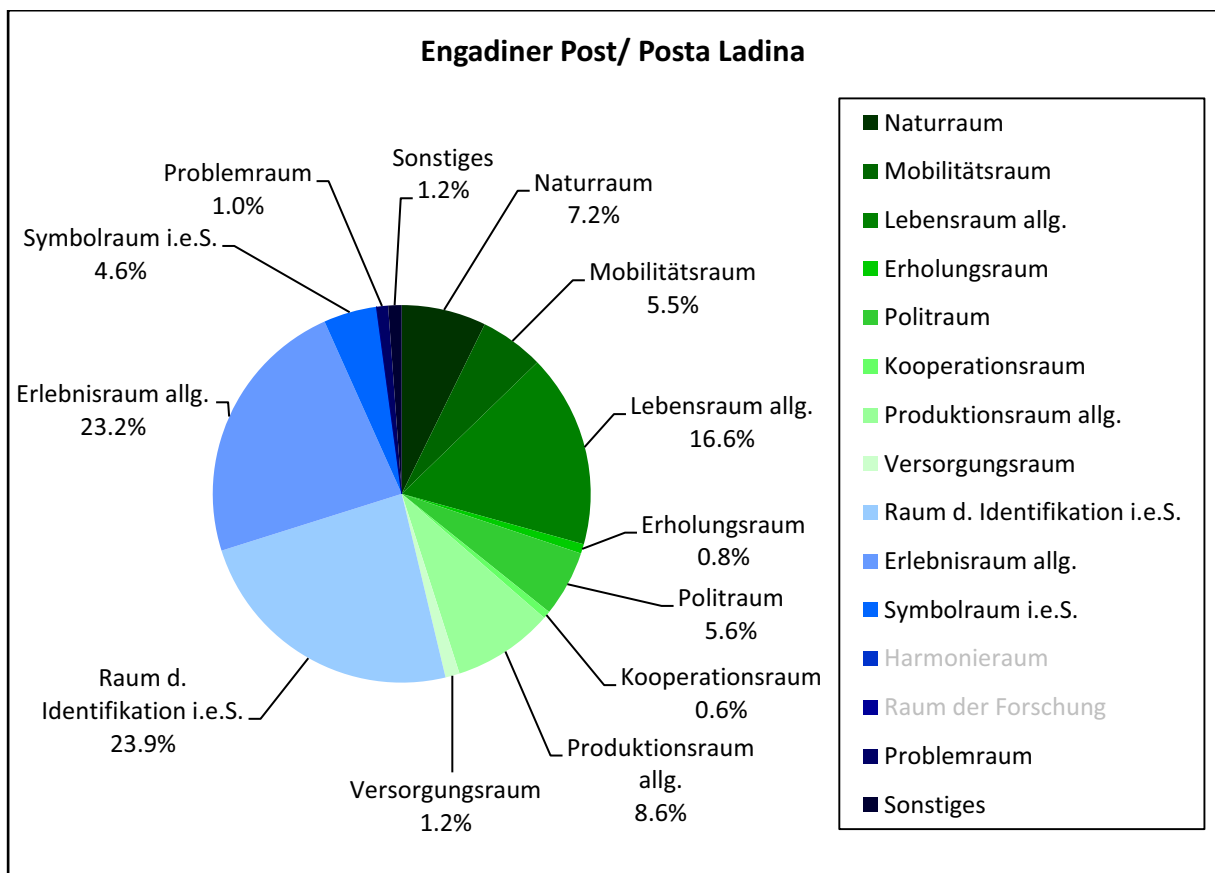


Abb. 14: Prozentuale Anteile der Raumeignungskategorien bei den Bildern der Engadiner Post/ Posta Ladina

In der Engadiner Post/ Posta Ladina wurde mit 7.2% der prozentual höchste Wert an reinen Naturbildern ausgewiesen. Dieser Wert kommt nur durch drei Bilder zustande, jedoch ha-

ben diese alle eine überdurchschnittliche Grösse. Interessant ist aber, dass auf weiteren 15 Bildern der *Naturraum* als nebensächliche Kategorie vorkommt. Damit erschienen in 42.9% aller Artikel dieser Zeitung Bilder, welche die Raumanerkennungskategorie *Naturraum* entweder als hauptsächliche oder als nebensächliche Kategorie aufwies. Insbesondere die Unterkategorien *Wohnraum* und *Naturerlebnisraum* sind im Zusammenhang mit dem Naturraum nebensächlich abgelichtet. Diese beiden Unterkategorien erzielen in dieser Zeitung so hohe Werte wie in keinem anderen der analysierten Blätter (*Wohnraum* 13.3% total, *Naturerlebnisraum* 12.2% total). Der *Erlebnisraum allgemein*, dem der *Naturerlebnisraum* als Unterkategorie angehört, nimmt gesamthaft 23.3% der Bildfläche ein. Nur knapp weniger als der *Raum der Identifikation*, der mit 23.9% wie üblich die grösste Kategorie bildet, jedoch nirgends mit einem so geringen Flächenanteil als hier.

Betrachtet man die Untergliederung des *Erlebnisraumes allgemein*, sticht im Vergleich zu den anderen drei Zeitungen noch etwas ins Auge. Bei allen anderen nimmt der *Kulturerlebnisraum* jeweils den Grossteil der Fläche für sich ein und übertrifft den Wert des *Naturerlebnisraums*. Hier ist es genau umgekehrt. Der *Naturerlebnisraum* nimmt mit 53% (12.2% total) den Löwenanteil für sich in Anspruch, währenddessen der *Kulturerlebnisraum* mit 19% (4.3% total), der *Fun-Sport-Action-Raum* mit 17% (4% total) und der *Aussichtsraum* mit 11% (2.7% total) die restlichen 47% unter sich aufteilen.

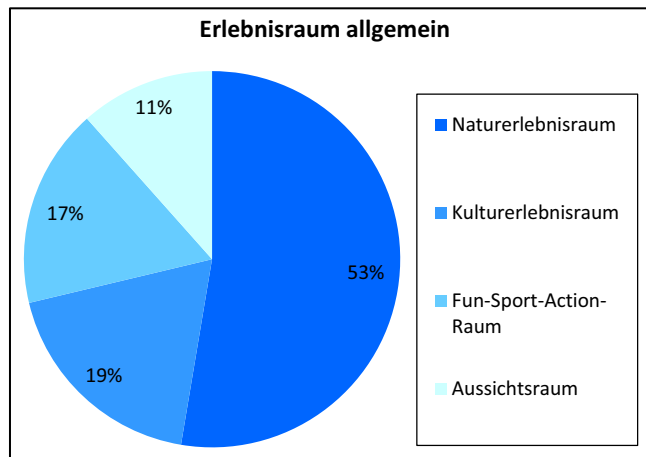


Abb. 15: Aufteilung des *Erlebnisraumes allgemein* in seine Unterkategorien bei der Engadiner Post/ Posta Ladina

Die grösste Raumanerkennungskategorie, der *Raum der Identifikation* (23.9%), unterteilt sich folgendermassen: 77% (18.3% total) nehmen die *Identifikationszeichen für die untersuchten Vorhaben und Räume* ein, 12% (2.9% total) die *religiösen Identifikationszeichen* und 11% (2.6% total) die *weiteren Identifikationszeichen*. Beim *Lebensraum allgemein* sticht ebenfalls eine Unterkategorie hervor. Wie bereits zuvor angesprochen ist dies der *Wohnraum*, der in keiner anderen Zeitung einen solch hohen Wert aufweist. Die 13.3% Anteil an der Gesamtbildfläche machen als Unterkategorie 80% des *Lebensraumes allgemein* aus. Der *Sozialraum* mit 13% (2.1% total) und der *Bildungsraum* mit 7% (1.2% total) vervollständigen diese Kategorie. Mit einem Flächenanteil von 8.6% ist der *Produktionsraum* als

viertgrösste Kategorie gerade noch grösser als der Naturraum. Im Detail sieht es dabei so aus, dass die eine Hälfte der *1.Sektor* (50% bzw. 4.3% total) ausmacht, die andere Hälfte durch den *2.Sektor* (24% bzw. 2.1% total) und den *3.Sektor* (26% bzw. 2.2 total) gebildet wird. Erwähnenswert in der Auswertung der Engadiner Post/ Posta Ladina ist sicherlich auch der Wert des *Politraumes* mit 5.6%. Dieser ergibt sich vorwiegend aus Bildern, welche lokale und nationale Politikerinnen und Politiker im Zusammenhang mit dem Biosphärenreservat zeigen. In den drei anderen Zeitungen finden sich ähnliche Bilder, jedoch sind diese meist kleiner abgedruckt oder kommen angesichts der Menge an Bildern aus anderen Kategorien weniger zur Geltung und erlangen daher einen tieferen Anteil an der Gesamtbildfläche.

6.1.5. Prospekte ‚UNESCO-Kandidatur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal‘ und ‚Biosfera Val Müstair‘

Beide Prospekte haben eine geringe Anzahl Seiten aufzuweisen und enthalten dementsprechend nur eine begrenzte Menge an Bildmaterial. Im Prospekt ‚UNESCO-Kandidatur Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal‘ sind es deren neun, im Prospekt ‚Biosfera Val Müstair‘ befinden sich sechzehn. Infolgedessen und aufgrund der Tatsache, dass der eine des anderen Nachfolger ist und sie sich inhaltlich ähnlich sind, wurden sie zusammen in die Auswertung genommen. Die 25 Bilder umfassten gesamthaft eine Fläche von 1780.43 cm² und kamen auf eine durchschnittliche Grösse von 43.43 cm². Im Gegensatz zu denjenigen aus den Zeitungen waren sie also vergleichsweise klein, jedoch wurden alle in Farbe und auf hochwertigerem Papier gedruckt. Herausgegeben wurden sie vom Management der Biosfera selbst.

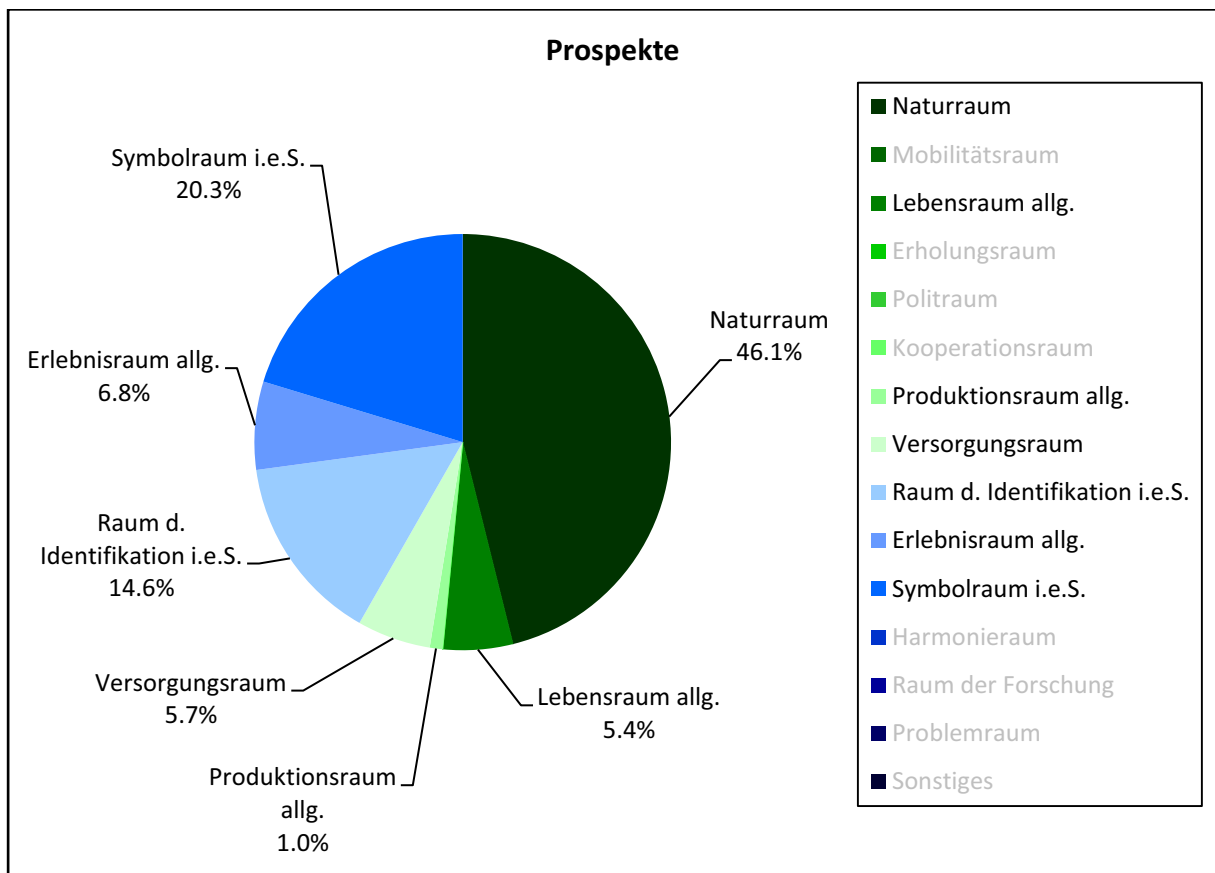


Abb. 16: Prozentuale Anteile der Raumanerkennungskategorien bei den Bildern aus den Prospekten

Einen weiteren Gegensatz zu den visuellen Bildern aus den Zeitungen zeigt die obenstehende Grafik. Einen derart grossen Anteil an Bildern zum *Naturraum* ist in keinem der vier analysierten Blätter zu finden. Obwohl von 25 Bildern nur sechs davon Naturbilder sind,

nimmt der *Naturraum* mit 46.1% beinahe die Hälfte der Gesamtfläche ein. Dies liegt vorwiegend daran, dass die grossflächigen Titelbilder auf beiden Prospekten reinen *Naturraum* zeigen.

Betrachtet man aber die Untergliederung des *Erlebnisraumes allgemein*, der 6.8% der Gesamtfläche einnimmt, präsentiert sich ein Eindruck, den man mit Ausnahme der Engadiner Post/ Posta Ladina auch von den Zeitungen hat: Es dominiert das Erleben des Kulturraumes. In den Prospekten erlangt diese Unterkategorie einen Wert von 82% (5.6% total), unter anderem durch ein grösseres Bild des Klosters St. Johann. Der *Naturerlebnisraum* kommt nur auf einem der 25 Bilder zur Geltung und erreicht dadurch einen Wert von 18% (1.2% total). Die Unterkategorien *Fun-Sport-Action-Raum* sowie der *Aussichtsraum* sind in diesem Sample nicht vertreten.

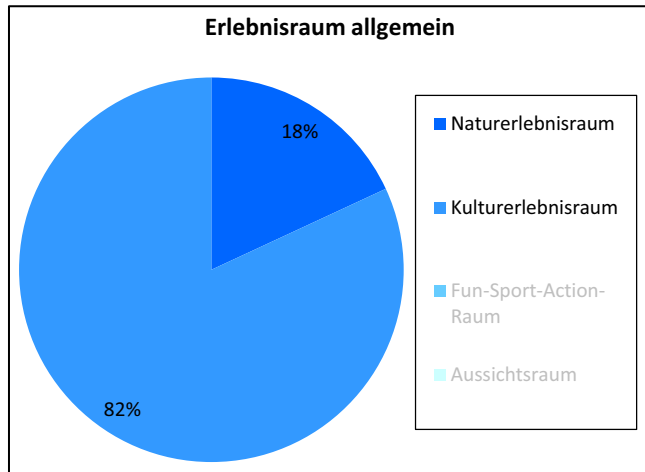


Abb. 17: Aufteilung des *Erlebnisraumes allgemein* in seine Unterkategorien bei den Prospekten

Nach dem *Naturraum* beansprucht der *Symbolraum im engeren Sinn* den zweitgrössten Flächenanteil mit einem Anteil von etwas mehr als einem Fünftel (20.3%). Dieser hohe Wert gründet auf der Abbildung von Prospekten zu Attraktionen des Gebietes innerhalb der beiden Prospekte sowie auf je einer grösseren Kartendarstellung als Überblick über das gesamte Gebiet des Biosphärenreservates. Die drittgrösste Kategorie bildet der *Raum der Identifikation im engeren Sinne*, der bei allen Zeitungen jeweils den flächenmässig grössten Anteil innehat. In den Prospekten erreicht er einen Wert von 14.6%. Die Unterkategorie der *Identifikationszeichen für die untersuchten Vorhaben und Räume* macht dabei einen Anteil von 83% (12.1% total) aus. Die restlichen 17% (2.5% total) werden durch die *religiösen Identifikationszeichen* ergänzt.

Zu erwähnen gibt es noch den *Lebensraum allgemein*, beziehungsweise dessen Untergliederung in *Wohnraum*, *Sozialraum* und *Bildungsraum*. Bei allen vier Zeitungen ist jeweils der *Wohnraum* die dominierende Unterkategorie. Bei den Prospekten ist jedoch genau das Gegenteil der Fall. Der *Wohnraum* fehlt gänzlich und der Anteil von 5.4% des *Lebensraumes allgemein* an der Gesamtbildfläche setzt sich zusammen aus den beiden Unterkategorien *Sozialraum* (58%, 3.1% total) und *Bildungsraum* (42%, 2.3% total).

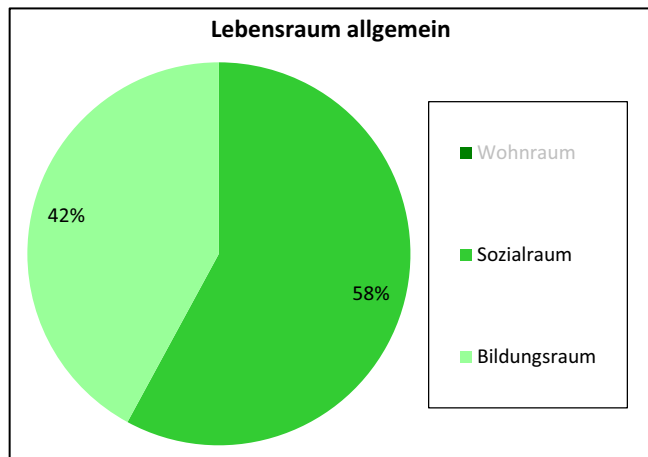


Abb. 18: Aufteilung des *Lebensraumes allgemein* in seine Unterkategorien bei den Prospekten

Einen leicht grösseren Anteil als der *Lebensraum allgemein* hat der *Versorgungsraum* mit 5.7% an der Gesamtbildfläche inne. Dieser kommt durch mehrere Abbildungen von erwerblichen Produkten aus dem Biosphärenraum zustande. Von den vier analysierten Zeitungen weist keine einzige einen vergleichbar hohen Wert auf. Bei der La Quotidiana ist der Wert dieser Kategorie mit 2.5% noch am höchsten. Einen verhältnismässig geringeren Wert weist in den Prospekten dafür der *Produktionsraum allgemein* auf. Liegt der Wert bei den Zeitungen zwischen 9.3% beim Bündner Tagblatt und 7.8% bei der Südostschweiz, erreicht er in den Prospekten gerade mal einen Flächenanteil von 1%, welcher vollständig durch den 2.Sektor gebildet wird.

6.1.6. Visuelles Bildmaterial in der Gesamtbetrachtung

Überblickt man die Resultate der visuellen Bilder insgesamt, springt als erstes sicherlich der Unterschied in der Kategorie *Naturraum* zwischen den Bildern aus den Zeitungen und denjenigen aus den Prospekten ins Auge. In den Prospekten ist der *Naturraum* die dominante Kategorie und nimmt mit 46.1% beinahe die Hälfte der Gesamtbildfläche ein. In den Zeitungen hingegen liegt der Höchstwert des *Naturraumes* bei 7.2% in der Engadiner Post/Posta Ladina. Die untersuchten Prospekte vermitteln also nach aussen hin ein sehr naturnahes Bild des Biosphärenprojektes, währenddessen sich die Zeitungen an die lokale Bevölkerung richten und den *Naturraum* eher hintergründig darstellen. Auch wird in den Prospekten darauf Wert gelegt, dass die möglichen Besucherinnen und Besucher wissen, wo sich die Biosfera befindet und was für weitere Informationsangebote und Attraktionen es vor Ort gibt. Dies wird durch den *Symbolraum im engeren Sinne* (20.3%) zur Geltung gebracht, welcher nebst dem *Naturraum* einen Grossteil der Bildfläche einnimmt. Einzig die Südostschweiz weist durch mehrere Kartendarstellungen einen annähernd grossen Wert dieser Kategorie auf (12.2%). Dazu kann man anfügen, dass die Südostschweiz die mit Abstand auflagenstärkste der vier Zeitungen ist und eine Leserschaft hat, die weit über das Val Müstair hinausreicht. Daher werden Kartendarstellungen als Orientierungshilfe in dieser Zeitung wohl vermehrt gebraucht. Die stark im romanischen Sprachraum verankerte La Quotidiana weist einen Flächenanteil des *Symbolraumes im engeren Sinne* von immerhin 7.3% auf. Jedoch ist unter den siebzehn Bildern, welche dieser Kategorie zugeteilt wurde, nur eine einzige Kartendarstellung zu finden. Den Grossteil dieses Wertes machen abgebildete Prospekte zur Biosfera aus. Zwischen den rein deutschsprachigen Zeitungen und den teilweise bis komplett romanisch geschriebenen Zeitungen finden sich weitere Unterschiede bezüglich des verwendeten Bildmaterials. Innerhalb der Kategorie des *Produktionsraumes* wird in den deutschsprachigen Blättern das Gewerbe beinahe ausgeblendet. Neben dem dominanten *1.Sektor* und dem touristischen *3.Sektor* gibt es fast kein Bildmaterial zum *2.Sektor*. In den romanischen Zeitungen hingegen macht neben dem ebenfalls dominanten landwirtschaftlichen Sektor das lokale Gewerbe jeweils einen Viertel oder mehr der Kategorie des *Produktionsraumes allgemein* aus. Obwohl sich der Anteil des *Produktionsraumes* an der Gesamtbildfläche über alle vier Blätter nicht gross unterscheidet, werden je nach Zeitung mit der Biosfera sehr verschiedene Nutzungsformen des *Produktionsraumes* verbunden. In den Prospekten ist hingegen der Anteil der Bilder zu dieser Kategorie verschwindend klein. Im Vergleich zu den Zeitungen geniessen in den Prospekten dafür die Endprodukte einen höheren Stellenwert. Dies zeigt sich im Anteil des *Versorgungsraumes*, der mit 5.7% bei den Prospekten mehr als doppelt so hoch ist, wie in der Tageszeitung mit dem höchsten Wert (2.5% bei der La Quotidiana) dieser Kategorie. In den deutschsprachigen Blättern kommt diese Raumeignungskategorie erst gar nicht vor. Interessant ist, dass

in den romanischen Zeitungen und in den Prospekten teilweise die gleichen Bilder in dieser Kategorie auftreten, eine Holzkiste gefüllt mit Spezialitäten aus dem Val Müstair. In den Prospekten werden diese jedoch viel stärker als erwerbbar lokale Köstlichkeiten angepriesen, während sie in den Zeitungen mehr im Zusammenhang mit dem entsprechenden Teilprojekt der Biosfera erscheinen.

Einheitlich ist allen analysierten Zeitungen, dass der Raum *der Identifikation im engeren Sinne* flächenmässig den grössten Anteil einnimmt. In den deutschsprachigen Blättern liegen dessen Werte noch höher als in den romanischen Blättern. Man möchte demnach zeigen, wer bei diesem Projekt im Münstertal federführend ist. Auf den Bildern aus den Prospekten ist diese Kategorie mit 14.6% ebenfalls vorhanden, jedoch in einem deutlich geringeren Umfang als bei den Zeitungen. In den Prospekten sind es jedoch nicht die Personen aus der Projektleitung, welche abgelichtet sind. Die Prospektbilder zeigen Personen beim Arbeiten in einer Schauhandweberei und bei traditionellen Umzügen oder auch Olympiasieger Dario Cologna, welcher im Münstertal aufwuchs. Ebenso trug das mehrmals verwendete Logo der Biosfera zu diesem Wert bei.

Weiter ist den Zeitungen gemeinsam, dass der *Erlebnisraum allgemein* jeweils zu den grössten vier Raumanerkennungskategorien gehört. Bei drei von vier Blättern bildet er sogar die zweitgrösste Kategorie. Aufgeteilt in die vier Unterkategorien finden sich aber auch beim *Erlebnisraum allgemein* Unterschiede. So bildet bei der Südostschweiz, dem Bündner Tagblatt und der La Quotidiana der *Kulturerlebnisraum* die dominante Unterkategorie, während bei der Engadiner Post/Posta Ladina hingegen der *Naturerlebnisraum* über die Hälfte des Flächenanteiles für sich beansprucht. Obwohl viele verschiedene Bilder verwendet wurden, muss man dazu anmerken, dass die drei Zeitungen, welche den *Kulturerlebnisraum* bevorzugt abbilden, allesamt der Mediengruppe ‚Südostschweiz Medien‘ entspringen.

Im Überblick über alle vier analysierten Zeitungen kann man sagen, dass diese ein kulturnahes Bild des Biosfera-Projektes abgeben. Der *Naturraum* spielt weder als vorrangige noch als nebensächliche Kategorie eine grosse Rolle. Stattdessen werden vielmehr die Personen, welche hinter dem Projekt stehen, sowie das Erleben des *Kulturraumes* in den Vordergrund gerückt. Des Weiteren wird die Lebens- und Arbeitswelt der lokal ansässigen Bevölkerung abgelichtet. Auf diesen Bildern finden sich die Kategorien des *Produktionsraumes allgemein* sowie die vorherrschende Unterkategorie des *Lebensraumes*, der *Wohnraum*. In den Prospekten hingegen wird auf den *Wohnraum* gänzlich verzichtet. Sie zeichnen ein Bild für Besucherinnen und Besucher, weniger für die ansässige Bevölkerung. Dabei wird gezeigt, wo die Biosfera liegt, was es zu sehen und zu erwerben gibt. Obwohl dies einiges an Kultur bietet, wird aber viel mehr als in den Zeitungen auf die Schönheit der Natur gesetzt, welche auf reinen Naturbildern zur Geltung kommt.

6.2. Resultate Interviews

Insgesamt wurde mit zwölf Personen aus der ansässigen Bevölkerung ein Gespräch geführt. Fünf davon waren Frauen, sieben waren Männer. Aus den anonymisierten Namenskürzeln geht das Geschlecht der sprechenden Person jedoch nicht hervor. Abgedeckt wurden folgende Bereiche: Projektleitung, Politik, Naturschutz, Jugendförderung, Land- und Forstwirtschaft, Jägerei, Gewerbe des Sekundär- und Tertiärsektors, Tourismus und Kultur sowie auch Personen aus der lokalen Bevölkerung ohne irgendeine Verbindung zum Projekt. Der Grossteil der Interviews wurde bei den Gesprächspartnerinnen und -partnern zu Hause oder in einem separaten Raum am Arbeitsplatz durchgeführt. Die Dauer eines einzelnen Gespräches war je nach Erzählfluss des Gegenübers unterschiedlich lange. Durchschnittlich lag sie bei knapp 30 Minuten, das kürzeste Interview war nach einer Viertelstunde beendet, das längste nahm mehr als 45 Minuten in Anspruch.

Wie sich aus den Interviews ergab, waren alle zwölf interviewten Personen mit mindestens einer der vier analysierten Zeitungen vertraut. Die Mehrheit gab sogar an, mehrere davon regelmässig zu lesen. Erinnerungen an ein konkretes visuelles Bild, welches in einer Zeitung erschienen ist, hatten aber nur drei Personen. Weitere drei stellten Vermutungen an oder umschrieben ein Bild sehr oberflächlich, beispielsweise als „Landschaftsbild“. Die restlichen Personen verneinten die Frage nach Erinnerungen an ein erschienenes Zeitungsbild. Zu den in den Interviews vorgelegten zehn Bildern wussten aber alle Gesprächspartnerinnen und -partner einiges zu erzählen. Der besseren Übersicht zuliebe wird nachfolgend untergliedert in Aussagen zu Vorstellungen über die Biosfera ohne die vorgelegten Bilder und Aussagen, welche sich direkt auf ein vorgelegtes Bild beziehen oder bei welchen ein visuelles Bild den Gedankenanstoss lieferte. Aufgrund der Fülle anfallender Daten werden in den beiden folgenden Unterkapiteln die Resultate nur so weit ausgeführt, wie sie zur Beantwortung der Fragestellung von Interesse sind.

6.2.1. Mentale Bilder ohne visuellen Gedankenanstoss

In diesem Kapitel handelt es sich um rein mentale Bilder, bei welchen kein visuelles Bildmaterial gezeigt wurde. Die gemachten Aussagen bezogen sich also nicht auf eines der zehn Zeitungsbilder, sondern basierten nur auf den Vorstellungen der sprechenden Person. Es zeichnete sich dabei ein Bild ab, welches hoffnungsvolle Erwartungen an das Projekt aufzeigt. Insbesondere wurde der Tourismus und somit der *Produktionsraum* des 3.Sektors mit der Biosfera in Verbindung gebracht. Nicht immer geschah dies in einem positiven Sinn, aber mehrheitlich wurde der erwartete Zuwachs an Gästen als Vorteil für die Region angesehen. Damit verknüpft kamen auch der *Lebensraum* der einheimischen Bevölkerung

und die Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen im Tal zur Sprache. Aussagen, welche dem *sozio-ökonomischen Problemraum* zuzuteilen sind, fanden sich des Öfteren in solchen Textpassagen. Zwei Zitate, welche dies verdeutlichen, sind diese hier:

RB: „(...). Und wie gesagt, wir haben sonst hier als abgelegenes Tal nicht so die Möglichkeiten um uns hier zu entwickeln, das ist ganz klar. Wir sind abgelegen, die Steuern sind halt hoch mit diesen 120% der einfachen Kantonssteuer. Und sonstige Einnahmen haben wir auch nicht. Wir haben keine Wasserzinsen, wir haben nichts Spezielles, das wir bieten können. Wir haben hier eine Abwanderung der Jugend [...] leider. Oder, hier hat man nicht grosse Möglichkeiten, um eine Ausbildung zu machen. Klar hat es ein paar Berufe, die man lernen kann, das Handwerk und so. Aber andere, die dann weggehen um zu studieren, die kommen nicht mehr zurück, weil ihre Stellen weit entfernt liegen. Aber wenigstens diese Arbeitsstellen, die wir hier haben, wollen wir probieren zu behalten. Dies wäre möglich durch diese Biosphäre. Wenn es mehr Leute geben wird, dann gibt es auch mehr zu arbeiten.“

PK: „(...). Wir machen die Biosphäre für uns. Und diejenigen, die kommen, die haben auch einen Vorteil. Wir hoffen, dass diese Leute, die kommen, auch ein Interesse an dem haben, was wir hier machen. Und das wir von dem etwas können [...] äh von dem Leben können. Aber zuerst haben wir sie für uns. Die Idee wäre, dass wir die Biosphäre für uns machen langfristig. Dass wir langfristig hier leben können.“

Die oben zitierte Person äusserte sich zu einem späteren Zeitpunkt im Gespräch nochmals zum Tourismus. Dabei zeigte sich, dass neben den positiven Aspekten auch Bedenken vorhanden sind.

PK: „Also wir haben jetzt schon einen Haufen Leute, die wegen der Biosfera kommen. Nur kann man dies ja nicht festlegen. Und alle die kommen sagen, es ist einzigartig. (...). Und ich glaube, so können wir schon überleben. Also eben, wir leben zu einem Drittel vom Tourismus und das wollen wir auch festigen. Wir müssen einfach aufpassen, dass wir jetzt nicht überschwappen.“

Eine andere Person erwähnt jedoch, dass der Biosfera-Tourismus sich vom allgemeinen Massentourismus in den alpinen Gebieten unterscheidet. Diese Person spricht von sanftem Tourismus und erwartet nicht, dass wegen des Biosphärenreservates nun übermässig viele Besucherinnen und Besucher ins Münstertal strömen. Es zeigt sich aber auch in ihren Aussagen, dass der Tourismus nicht nur als Goldesel anzusehen ist.

DK: „(...). Aber ich denke, wir haben den richtigen Weg eingeschlagen, weil überall anders haben sie dies [ein Biosphärenreservat] nicht. Wenn man Samnaun und St. Moritz und allgemein das Engadin anschaut, ist es schon der Tourismus, der einen Stempel gesetzt hat und alle Häuser jetzt leer sind und und [...] eigentlich die Einheimischen [...] nicht [...] nicht mehr viel zu sagen haben.“

Im Zusammenhang mit dem Tourismus wird mehrmals das Label der UNESCO erwähnt. Insbesondere die Tatsache, dass mit dem Kloster St. Johann und der Biosfera nun zwei UNESCO-Anerkennungen im Tal vorhanden sind, wird als vorteilhaft erachtet. Jedoch wird auch erwähnt, dass es mit dem Erhalt des Labels allein noch nicht getan ist. Um davon profitieren zu können, brauche es eine funktionierende Zusammenarbeit. Nebst dem *Produktionsraum* und dem *Lebensraum* wurde in den Interviews der mit der Zusammenarbeit angesprochene *Kooperationsraum* vielerorts mit dem Biosfera-Projekt verbunden. Dabei wurde weniger auf die Zusammenarbeit mit auswärtigen Organisationen eingegangen, sondern vielmehr auf die Zusammenarbeit des lokalen Gewerbes mit der Biosfera. In den Interviews gewinnt man den Eindruck, dass diese Zusammenarbeit sehr erwünscht ist, sich in den letzten Jahren verbesserte, jedoch noch immer ausbaufähig ist. Zuweilen wurde jedoch auch Kritik laut, dass einzelne von der Zusammenarbeit profitieren, währenddessen andere davon ausgeschlossen sind.

Nichtsdestotrotz zeigte sich in den Interviews, dass die Personen häufig in der Wir-Form sprachen, wenn es um das Tal oder die Biosfera ging. Und dies, obwohl sie teilweise in keinem direkten Zusammenhang zum Projekt standen. Die Interviews offenbarten also eine gewisse Identifikation mit dem Tal und dem Projekt. Ist diese beim Rest der Bevölkerung ebenso vorhanden, ist dies sicherlich eine gute Voraussetzung, damit die Biosfera von allen getragen wird.

Die Kategorie des *Kooperationsraumes* war auch in Aussagen zur Zusammenarbeit mit dem Nationalpark zu finden. Wie schon beim lokalen Gewerbe und der Biosfera wurden auch hier positive und negative Aspekte genannt. Obwohl das Münstertal und die Nationalparkregion das Biosphärenreservat gemeinsam bilden, konnte man aus den Worten einzelner Interviewpartnerinnen und -partner aus dem Münstertal heraushören, dass diese sich vom Nationalpark ein wenig bevormundet fühlen und eine bessere Zusammenarbeit erwünscht wäre. Stellvertretend hierfür steht folgendes Zitat:

DA: „Also Vorteile sind, also ist schon die Zusammenarbeit mit dem Nationalpark. Das kann auch, das sollte eigentlich für das Münstertal [...] äh wo es sicher Vorteile hat, ist der Bereich der Forschung. Dass dass der Nationalpark die Forschung ausdehnt aus dem Park hinaus auch äh auch zu uns rüber. Da können wir sicher sehr viel profitieren. Auch vom Nationalpark selber hoffe ich, dass wir profitieren können. Also

von der Attraktivität des Nationalparks. [...] Äh, es harzt einfach ein bisschen mit der Zusammenarbeit, also äh der Nationalpark ist [...] äh ja er hat halt das Gefühl, er spiele in einer anderen Liga. Man merkt einfach so, es sind wie zwei Ebenen. Und eigentlich hat man ein gemeinsames Projekt. Wir sind eigentlich beide gleichwertige Partner. Aber manchmal hat man das Gefühl, es sei eben nicht so.“

Gegenüber allen diesen Äusserungen zum Biosfera-Projekt, die dem *Kulturraum* zuzuordnen sind, wurde es äusserst selten mit reiner Natur in Verbindung gebracht. Verwies jemand auf die Schönheit der Natur, dann wurden häufig auch gleich kulturelle Merkmale wie beispielsweise deren Erholungswert oder die Möglichkeit darin zu leben und zu arbeiten genannt. Die folgende Antwort auf die Frage nach den Dingen, die der Person beim Begriff ‚Biosfera‘ in den Sinn kommen, verdeutlicht dies:

RB: „Spontan ist äh ist die Natur. Dass die Menschen mit der Natur zusammenleben, aber nicht nur das. Es ist ja auch Entwicklung.“

Falls der *Kulturraum* nicht direkt angesprochen wurde, konnte es auch vorkommen, dass indirekt darauf verwiesen wurde:

SG: „Also bei mir ist es eigentlich vor allem [...] also das Kapital ist unsere Natur. Viel anderes können wir ja nicht bieten. Zu dieser sollten wir also schon ein bisschen Sorge haben, oder. Das ist für mich eigentlich die Idee dahinter.“

In obiger Aussage wird die Natur als ‚Kapital‘ bezeichnet, welches man zu ‚bieten‘ hat. Dies impliziert deren Vermarktung zur touristischen Nutzung als Naturerlebnis. Dass die Schönheiten der Natur den Aussenstehenden präsentiert werden sollte, zeigte sich auch in Aussagen zur Frage, was die Person fotografieren würde als Titelbild für einen Artikel über die Biosfera. Sieben der zwölf Interviewpartnerinnen und -partner zogen dabei die Natur in Erwägung. Es wurde jedoch ebenso deutlich, dass es ihnen wichtig ist darzustellen, dass ein Biosphärenreservat nicht nur *Natur-*, sondern auch *Kulturraum* ist:

FA: „(...). Und das [ein Bild vom Ofenpass herab ins Tal] würde ich sagen, ist das, welches man gebrauchen sollte. Weil dort sieht man alles. Man sieht die Landschaft und man sieht auch, dass hier auch gelebt wird.“

RM: „(...). Ja irgendwie, also schon irgendwie einfach ein Naturbild [...] mit einem Wasserrad oder [...] ja. Weil wenn man jetzt wieder zu viel auf diese Wildtiere gehen würde, dann wäre es wieder mehr im Nationalpark.“

Andere Gesprächspartnerinnen und -partner stellten die kulturellen Werte gänzlich in den Vordergrund. Hauptsächlich war dies das Kloster St. Johann, daneben wurden aber auch die intakten Dorfkerne genannt. Ebenfalls in Betracht gezogen wurden weitere touristische Möglichkeiten wie das Wandern oder Biken in der Natur.

FT: „Das Kloster ist natürlich absolut der grosse Magnet. Aber dann müsste man mindestens zwei Bilder haben. Ich finde eben, Natur und Kultur haben wir uns ja auf die Fahne geschrieben. Ähm, es gibt viele Kulturinteressierte, aber es gibt auch viele einfache sightseeing-Typen. Dann gehört das Kloster einfach dazu. Und [...] aber es gibt auch viele, die sind weniger interessiert an Kultur und und und geniessen einfach das Wandern und das sich Bewegen in dieser ursprünglichen Landschaft.“

Bezüglich des Tourismus schieden sich die Geister. Einige hätten ihr Bild so inszeniert, dass die touristische Nutzung deutlich aufzeigt würde. Eine andere Person hingegen argumentierte, dass die Biosfera für die Menschen im Tal geschaffen werde und daher bewusst keine Wanderer auf dem Bild sein sollten.

Bildmotive, welche gar nicht auf die touristische Nutzung ausgerichtet sind, waren geschilderte Darstellungen des Münstertals als Arbeitsplatz. Vorwiegend wurden dabei Sujets aus dem Bereich der Land- und Alpwirtschaft oder dem Gewerbe genannt.

Ein in diesem Belangen ganz ähnliches Resultat offenbarte sich in den Gesprächen, als es um die Bildauswahl der Bilder aus den Zeitungen ging. Dies belegen die Auswertungen im nächsten Kapitel.

6.2.2. Mentale Bilder mit Bezug auf vorgelegte Bilder

Die Frage nach einem Titelbild für einen Artikel wurde auch mit den vorgelegten Bildern gestellt. Dabei wurden die interviewten Personen angewiesen, eines der zehn Bilder auszuwählen. Einzelne Interviewpersonen konnten sich jedoch nicht auf eines festlegen, daher sind in nachfolgender Abbildung gesamthaft mehr Nennungen von Titelbildern als Interviews vorhanden. Wie bei den geschilderten Bildern ohne die Auswahl an visuellem Bildmaterial zeigte sich, dass die Motive mit einem touristischen Nutzen dominierten. Das reine Naturbild (Bild H – Natur) wurde von sieben Personen und damit am häufigsten gewählt. Mit drei bzw. zwei Nennungen folgten danach das Klosterbild (Bild D – Kloster) und das Bild der Wanderer am Bewässerungsgraben (Bild J – Wanderer).

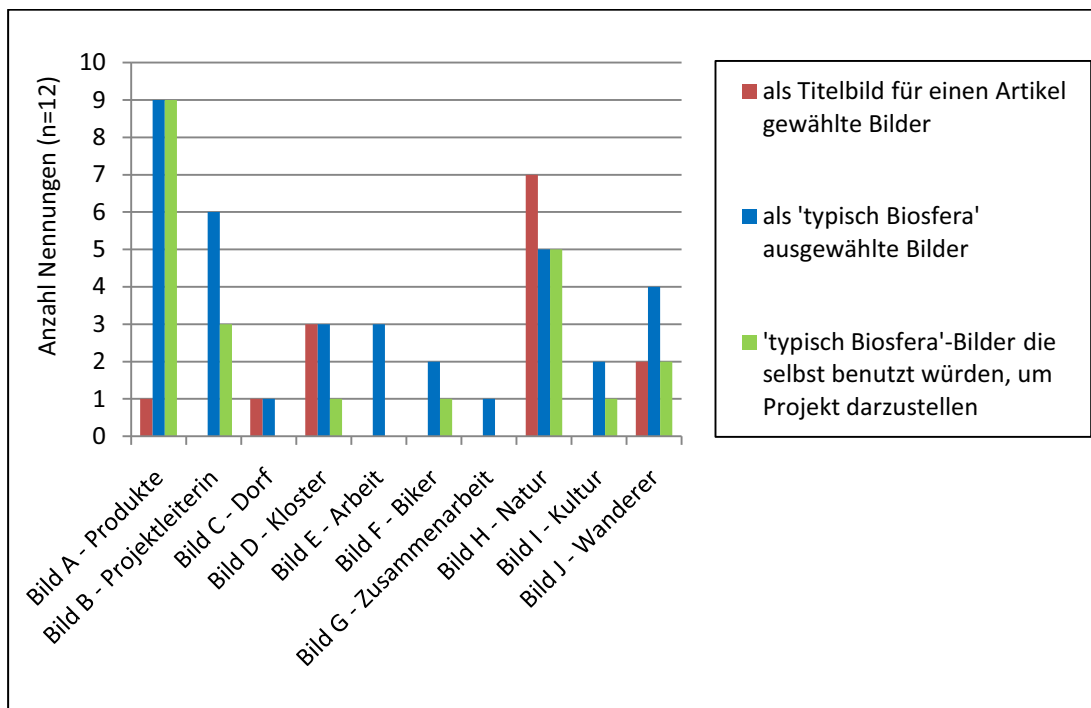


Abb. 19: Auswahlhäufigkeiten der zehn vorgelegten Bilder bei den entsprechenden Fragen

Beim Bild des Naturraumes wurde die Wahl meist mit den Naturschönheiten im Münstertal begründet. Jedoch sagten Einzelne, dass ein Sommerbild geeigneter wäre als eines aus dem Winter, wie dasjenige in der Auswahl. Bei der Wahl des Klosters wurde hingegen nicht dessen Schönheit als Auswahlkriterium genannt, sondern vielmehr dessen Bekanntheit als UNESCO-Weltkulturerbe. Der Kulturerlebnisraum war demnach eher nebensächlich, vordergründig war dessen Wert als Identifikationszeichen für die Region. Nachfolgender Textauszug soll dies veranschaulichen:

GJ: „Dann würde ich meinen, dann würde ich das Kloster nehmen. Ja, dann würde ich das Kloster nehmen. (...).

ST: „Und was für Gründe bewegen Sie zu dieser Wahl?“

GJ: „Ja also vom Bekanntheitsgrad. Wenn jemand dies mal sieht, dann wissen die genau, wo es einzuordnen. Wenn ich so etwas nehmen würde [zeigt auf Bild E – Arbeit], das könnte überall sein. (...). Aber das Kloster ist so etwas, dass man auch leicht finden würde, wenn man sich nicht mehr erinnert. Bei dem man denkt, aha, das habe ich doch dort und dort gesehen. Also diese Wiedererkennung würde ich schon ähm [...] ja.“

Betrachtet man die vorangegangene Abbildung, so ist daraus ersichtlich, dass ein frappanter Unterschied besteht zwischen den Bildern, welche als Titelbild für einen Artikel ausgewählt wurden, und denjenigen, welche die Gesprächspartnerinnen und -partner für sich selbst als ‚typisch Biosfera‘ bezeichneten. Obwohl bei den ‚typisch Biosfera‘- Bildern das Naturbild und die Wanderer häufig in die Auswahl genommen wurden, waren das Bild der Produkte (Bild A – Produkte) und dasjenige der Projektleiterin (Bild B – Projektleiterin) die meistgewählten.

Zum Bild der Projektleiterin wurden Äusserungen gemacht, die dem *Raum der Identifikation* zugewiesen werden konnten. Wie aus den Resultaten der Bildinhaltsanalyse der Zeitungen hervorging, wurde das Biosphärenprojekt sehr stark an Personen gebunden. Das zeigte sich auch in Aussagen zum Bild der Projektleiterin:

FT: „Ja es ist typisch. Also ich sehe Gabriella Binkert äh als Person. Und sie ist [...] sie hat [...] sich sehr sehr eingesetzt für die Biosphäre, hat es aber auch sehr personalisiert. Und es ist von dem her so präsent, da in ganz vielen Artikel ihre Person im Zusammenhang mit der Biosphäre [...] äh genannt worden. Also heutzutage im Medienjargon würde man sagen, sie sei Miss Biosphäre oder so.“

Wie aus der Grafik ersichtlich ist, würde aber nur die Hälfte der Personen das Bild der Projektleiterin gebrauchen, um die Biosfera darzustellen. Und die drei Personen, bei welchen dies in Frage käme, würden es nur dann nutzen, wenn die Organisation hinter dem Projekt erläutert werden müsste. Hier offenbarte sich ein Unterschied von Innensicht der interviewten Einheimischen und der von ihnen vermuteten Aussensicht von externen Personen wie der nachfolgenden Interviewpassage zu entnehmen ist:

RM: „Gabriella! Das ist Biosfera! Das ist doch ganz klar. Doch. Also wenn man Biosfera äh, dann weiss man, sie ist die starke Frau, die hier dahintersteht, die da hinein powert. Ja, ohne sie hätten wir es gar nicht. Das könnte man gerade vergessen.“

(...).

ST: „(...) *Wenn du nun die Aufgabe hättest, das Biosphärenprojekt vorzustellen. Wäre dies ein Bild, welches du dazu benutzen würdest?*“

RM: „*Dies vielleicht nicht. Dies nun eigentlich weniger. Wenn du was vorstellen willst, dann stellst du ja nicht eine Person vor, sondern das Projekt. Also für mich jetzt, das ist jetzt persönlich, ist jetzt dies gerade das Bild gewesen, bei dem ich gesagt habe: ‚Das ist Biosphäre.‘ Also für uns ist es klar, das ist Biosphäre. Wenn ich es einem äh einem Gast erzählen müsste, dann wenn ich ihm dieses Foto zeige und Biosphäre sage, dann wird der denken: ‚Geht’s noch?‘*“

In der starken Verbindung der Biosfera mit der Projektleiterin wurden aber auch Probleme geltend gemacht. Eine Person störte sich gar etwas daran.

DA: „*Was ist, äh also sie führt dieses Projekt so mit ihrer Person, dass wenn sie nicht da ist, dann nachher, äh dann dann [...] es hängt sehr viel an ihr. Das ist eigentlich nicht [...] also es hat eine sehr positive, aber auch eine negative Seite.*“

JC: „(...) *Und ich denke auch die Einheimischen, die es kennen, die Gabriella kennen, die haben es auch nicht so gerne, wenn es äh [...] dauernd mit ihr in Verbindung gebracht wird.*“

ST: „*Also hast du das Gefühl, man sieht sie fast zu viel auf den Bildern?*“

JC: „*Ja, es geht [...] es geht schliesslich um die Natur [...] ums Val Müstair und die ganze Region und Landschaft und nicht um eine einzelne Person. Also das, von mir aus bringt es nichts, dass man weiss, wie sie aussieht. Man muss wissen, dass es das Val Müstair ist. Und am besten landschaftlich dargestellt.*“

Obige Person plädierte eher für eine naturnahe Darstellung des Biosfera-Projektes. Damit war sie nicht allein. Die Hälfte aller Interviewpartnerinnen und -partner wählten das Naturbild (Bild H – Natur) als typisch. Damit zusammenhängend wurden Aussagen zum *Naturraum*, aber auch zum *Naturerlebnis*- und zum *Erholungsraum* gemacht. Im Vergleich zum Bild der Projektleiterin hätten alle sechs Personen dieses Bild auch zur Erläuterung des Biosfera-Projektes gebraucht. Dasselbe war auch bei Bild A – Produkte der Fall. Neun Personen wählten dieses als typisches Bild für die Biosfera. Und alle gaben an, sich vorstellen zu können, die Biosfera mithilfe dieses Bildes darzustellen. Bemerkenswert ist, dass es aber nur einmal als Titelbild für einen allfälligen Artikel über das Projekt gewählt wurde. Dies mag daran liegen, dass aus dem Bild alleine sehr wenig hervorgeht, man anhand des Bildes aber sehr viele Punkte ansprechen kann. Darauf abgebildet sieht man das Logo der Biosfera als Identifikationszeichen, und über den Bildtext wurde in den Zeitungen der Versorgungs-

raum zur Geltung gebracht. Für die befragten Personen verkörperte dieses Bild jedoch einiges mehr. Angesprochen wurden neben dem Logo und dem Verkauf auch die lokale Produktion, das Diskutieren untereinander, der Tourismus sowie die Zusammenarbeit der Biosfera mit den Produzierenden. Diese wurde meist als positiv gewertet, jedoch gab es auch Anlass zu kritischen Aussagen. Folgende Interviewauszüge stellen einen kleinen Abriss des zum Bild Gesagten dar:

SG: *„(...) Es sind ja nicht nur die Produkte, die drinnen sind, sondern eben auch diese Zusammenarbeit, die stattfinden sollte.“*

JC: *„Ich sehe darauf einfach ähm Produkte und Materialien, welche einfach im Tal [...] äh alle hergestellt worden sind. Und dies verbinde ich auch mit der Biosphäre, dass eben Regionalprodukte [...] äh [...] gefördert werden und so umso mehr verkauft werden.“*

FA: *„(...) Das heisst, unterdessen ist dies auch wirtschaftlich ein erfolgreiches Projekt geworden und ist ein klassisches Beispiel, wie man in einer solchen Biosphäre miteinander etwas auf die Beine stellen kann und zum Schluss daraus auch eine Wertschöpfung erzielt.“*

Die im Zusammenhang mit dem Bild erwähnte Kooperation bezog sich ausschliesslich auf die Zusammenarbeit der Biosfera mit den Produzierenden oder der Produzierenden unter sich. Das Bild G – Zusammenarbeit, auf welchem die Kooperation mit auswärtigen Organisationen dargestellt ist, wurde hingegen nur ein einziges Mal als typisches Biosfera-Bild ausgewählt. Von drei Personen wurde das Bild E – Arbeit als typisch empfunden. Als Bild zur Darstellung der Biosfera würden alle drei dieses jedoch nicht verwenden. Der Grund, der sie aber dennoch zur Wahl des Arbeitsbildes als ‚typisch Biosfera‘- Bild bewegte, war der Bezug zur eigenen Arbeitswelt über das Biosphärenreservat.

Zusammenfassend kann man für den Gesprächsteil mit visuellem Gedankenanstoss sagen, dass die interviewten Personen gegenüber aussen die Biosfera als Erlebnisraum darstellen würden. Dazu würden sie insbesondere Naturbilder verwenden, aber auch die kulturellen Höhepunkte im Tal fänden Verwendung. Sie selbst sehen in der Biosfera eine gewisse Nähe zur Natur, jedoch verknüpfen sie damit oft auch kulturräumliche Aspekte wie die Arbeit im Tal oder den Zusammenhalt unter der Talbevölkerung. Daneben spielt der Identifikationsraum eine tragende Rolle, indem in den Augen der Interviewpartnerinnen und -partner die Biosfera als äusserst personalisiert in der Person der Projektleiterin angegeben wird.

6.2.3. Mentale Bilder in der Gesamtbetrachtung

Betrachtet man die Interviews insgesamt, lässt sich festhalten, dass die Vorstellungen der Interviewpartnerinnen und -partner vorwiegend dem *Kulturraum* zuzuordnen sind. Obwohl der *Naturraum* für sie keine unbedeutende Rolle spielt, betonen sie, dass die Biosfera als Wohnraum dient und auch bewirtschaftet wird. Angesprochen werden aber auch die Probleme der peripheren Gebiete wie beispielsweise die Abwanderung der Jungen oder die Sorge um Arbeitsplätze. Nach dem Kategoriensystem von Müller (2007) sind solche Phänomene dem *sozio-ökonomischen Problemraum* zuzuordnen. Die Biosfera wird in diesem Belange zur Hoffnungsträgerin für das Tal, wie sich in einigen Gesprächen zeigte. Unter anderem wird sie als „Zukunft des Val Müstair“ betitelt oder mit den Worten „ich sehe keine Alternative“ umschrieben. Eine Aufwertung der Region erhoffen sich die befragten Leute vor allem davon, dass das Projekt Besucherinnen und Besucher anzieht, im Tal Arbeit schafft und über Teilprojekte dem Zusammenhalt und der Kooperation im Tal förderlich ist. Allerdings waren nicht alle Vorstellungen so zuversichtlich. Ängste, dass es durch die Verleihung des UNESCO-Labels zum Massentourismus kommen könnte oder die Zusammenarbeit mit dem Nationalpark nicht funktioniert, wurden geäußert. Auch das Label der UNESCO wurde im Zusammenhang mit der Anziehung auf Besucherinnen und Besucher erwähnt. Insbesondere in Kombination mit dem ebenfalls zertifizierten Kloster St. Johann wurde die UNESCO-Anerkennung für das Tal als positiv erachtet. In Bezug auf den Tourismus wurde die Biosfera von den befragten Personen als *Natur- und Kulturerlebnisraum* wahrgenommen. Die Natur selbst wurde als eine „Einmaligkeit“ beschrieben. Jedoch wurde zusammenhängend mit dem *Naturraum* stets die Möglichkeit geltend gemacht, diesen auch erleben zu können. Dies wiederum war kulturräumlich als *Naturerlebnisraum* zu werten. Richtete sich die Wahrnehmung der Biosfera weniger auf die Gäste, sondern mehr nach innen, wurden Aspekte wie die lokale Produktion von Gewerbe und Landwirtschaft sowie die Personalisierung der Biosfera durch ihre Projektleiterin hervorgehoben.

7. Beantwortung der Fragestellung und Diskussion

Im folgenden Kapitel werden nun die relevanten Aspekte der Resultate benutzt, um die der Arbeit zugrunde liegenden Fragestellungen zu beantworten. Eines der Ziele dieser Masterarbeit war das Aufzeigen von Rauman eignungsformen, anhand derer die Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal in lokalen Zeitungen und Prospekten visualisiert wurde. Folgende Forschungsfrage wurde dazu aufgestellt:

- Wie wird die geplante Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal visualisiert? Welche Rauman eignungen werden durch Bilder in dieser für Nachhaltigkeit stehenden Region aufgezeigt?

Die Analyse der vier Zeitungen hat gezeigt, dass der *Kulturraum* im Mittelpunkt steht. Der *Naturraum* hingegen wird nur selten als reine Natur ohne menschliches Einwirken dargestellt. Zentral im *Kulturraum* sind die *Identifikationszeichen für die untersuchten Vorhaben und Räume*. Dies vorwiegend in Form der Personen, welche beim Projekt federführend sind oder es einmal waren. Daneben wurde die Arbeits- und Lebenswelt der lokal ansässigen Bevölkerung in Verbindung mit dem Projekt dargestellt. Ebenfalls viel Beachtung fand das Erleben des Kulturraumes, das sich im Val Müstair mit dem UNESCO-zertifizierten Kloster St. Johann ausgezeichnet anbietet.

Vergleicht man diese Ergebnisse mit den Resultaten aus der Arbeit von Müller (2007, S. 174-176) zum Biosphärenreservat Entlebuch zeigen sich einige Gemeinsamkeiten. Müller (2007) hat mit dem Entlebucher Anzeiger eine Zeitung analysiert, welche Ähnlichkeiten in Bezug auf Auflagen gröse und lokaler Verankerung zu den vier Zeitungen aus der vorliegenden Arbeit aufweist. Wie das Biosphärenprojekt im Münstertal wurde auch dasjenige im Entlebuch sehr kulturräumlich dargestellt. Innerhalb des vorherrschenden *Kulturraumes* waren es vorwiegend Bilder vom *Raum der Identifikation*, vom *Lebensraum*, vom *Erlebnisraum* und vom *Produktionsraum*, welche dominierten. Bezüglich dieser Kategorien wurden also beide Projekte gleich visualisiert.

Interessant ist der Vergleich zu Müller (2007) hinsichtlich der Untergliederung dieser vier Kategorien. Beim *Raum der Identifikation* waren in beiden Untersuchungen Bilder von lokalen Identifikationsfiguren massgeblich am hohen Gesamtanteil dieser Rauman eignungskategorie beteiligt. Ebenfalls ähnlich ist die Untergliederung des *Produktionsraumes allgemein*: der landwirtschaftliche *I.Sektor* machte in allen Zeitungen mehr als die Hälfte der Bilder zum Produktionsraum aus. Einzige Ausnahme waren die Bilder zum Münstertaler Projekt in der *La Quotidiana*, in welcher der *I.Sektor* mit 42% Anteil an der Bildfläche etwas geringer vertreten war. Unterschiede zeigten sich hingegen in den Kategorien des

Lebensraumes allgemein und *Erlebnisraumes allgemein*. In der Untersuchung zum Biosphärenreservat Entlebuch wurde der *Lebensraum* zu mehr als der Hälfte aus der Unterkategorie des *Sozialraumes* gebildet (Müller 2007, S.174). In keiner der vier Zeitungen mit Bildern zur Biosfera Val Müstair kam diese Unterkategorie jedoch zu einem Anteil von über 25% an der Fläche der Oberkategorie des Lebensraumes. In diesen vier Blättern dominierte jeweils deutlich der *Wohnraum*. Wie sich aus den Interviews ergab, ist das Thema der Abwanderung im Münstertal bei den interviewten Personen sehr präsent. Von der Biosfera wird mancherorts erhofft, dass sie diesem Problem Abhilfe verschafft. Die vermehrte Darstellung des Münstertales als *Wohnraum*, in dem es sich leben und arbeiten lässt, könnte hinsichtlich dieser Thematik von den Zeitungen also bewusst gewählt sein.

Ein weiterer Unterschied offenbart sich beim *Erlebnisraum*. Bei Müller (2007, S. 174-175) setzt sich dieser vorwiegend aus dem *Naturerlebnisraum* und dem *Fun-Sport-Action-Raum* zusammen. Bei der vorliegenden Untersuchung wird dieser in drei von vier Zeitungen fast zu Hälfte durch den *Kulturerlebnisraum* visualisiert. Grossen Einfluss auf dieses Resultat hatte sicherlich das Kloster St. Johann, welches schon vor der Idee des Biosphärenreservates kulturinteressierte Gäste ins Münstertal lockte. Zudem kann das Münstertal kein grösseres Skigebiet vorweisen wie dies beim Entlebuch mit Sörenberg der Fall ist. Entsprechend ist der Anteil des *Fun-Sport-Action-Raumes* im Val Müstair eher unbedeutend.

Ein Vergleich mit dem zweiten Fallbeispiel von Müller (2007, S. 222-226), demjenigen des UNESCO-Weltnaturerbes Jungfrau-Altesch-Bietschhorn, anbietet sich nur bedingt. Die Anerkennung als Weltnaturerbe deutet schon an, welche Werte beim Gebiet im Wallis gefragt waren. Entsprechend wurde es auch in der Regionalzeitung, dem Walliser Boten, dargestellt. Auf über 60% der Bildfläche war der *Naturraum* abgebildet. Zum Grossteil als nebensächliche Kategorie, aber doch immerhin zu 21.6% als reiner *Naturraum*. Die weiteren grossflächig vertretenen Raumeignungsformen waren der *Erlebnisraum*, welcher den grössten Flächenanteil für sich beanspruchte, der *Raum der Identifikation*, der *Harmonieraum* sowie der *Symbolraum*. Im Gegensatz zum Bild des Münstertaler UNESCO-Projektes ist dieses viel naturnäher dargestellt und geht weniger auf den Lebens- und Arbeitsraum der lokalen Bevölkerung ein. Müller (2007, S. 226) umschreibt das Bild mit den Begriffen „Naturinsel“ und „idyllische Kulturlandschaft ohne sichtbare menschliche Nutzung“, welche sanft erlebt werden kann. Zudem hält er fest, dass das Gebiet vom Walliser Boten so inszeniert wurde, als ob die Leserschaft des Blattes nicht die Einheimischen, sondern potentielle Besucherinnen und Besucher wären. Trotz aller Unterschiede lässt sich aber dennoch eine Gemeinsamkeit herauslesen. Im Walliser Boten dominiert das Bildsujet des Grossen Aletschgletschers, welcher schon vor der Ausweisung als Weltnaturerbe als Touristenattraktion galt. Es liegt daher auf der Hand, dass der *Naturraum* durch Abbildungen des Gletschers die anderen Raumeignungskategorien etwas in den Hintergrund drängt. Im Münstertal steht mit dem Kloster St. Johann ebenfalls eine Art Wahrzeichen der Region. In ge-

ringem Rahmen als der Aletschgletscher hatte auch das Kloster einen Einfluss auf die Resultate. Im Gegensatz zu einem Gletscher macht sich dies bei einem Kloster natürlich im Rahmen des *Kulturraumes* bemerkbar. Insbesondere in denjenigen Zeitungen kam das zu tragen, welche auch im deutschsprachigen Raum Graubündens vertreten sind und somit nebst der Münstertaler Bevölkerung auch eine Leserschaft erreichen, welche nicht im täglichen Kontakt mit dieser Sehenswürdigkeit ist.

Ein Bild, das sich gänzlich an die Besucherinnen und Besucher richtet, zeigen die Prospekte, welche vom Management der Biosfera herausgegeben wurden. Kartendarstellungen, die das Gebiet illustrieren, das mehrmalige Vorkommen des Biosfera-Logos auf den Bildern und die gekonnt in Szene gesetzten Naturschönheiten des Tals bezeugen dies. Demgegenüber werden weniger Bilder aus der Arbeits- und Lebenswelt der Einheimischen oder von Personen, welche hinter dem Projekt stehen, gezeigt. Dies lässt sich damit begründen, dass den Besucherinnen und den Besuchern die federführenden Personen hinter dem Projekt wohl meist nicht bekannt sind. Zudem haben die Resultate aus der Arbeit von Karthäuser (2008, S. 35) gezeigt, dass Auswärtige das Biosphärenreservat vorwiegend mit Naturschutz und Natur verbinden. Demnach macht es Sinn, die Biosfera mittels der Prospekte so zu vermarkten. Bei den Prospekten anbietet sich der Vergleich mit den Resultaten von Kuprecht (2004, S. 93-96), der Bilder in den Ferienprospekten der UNESCO-Destinationen Entlebuch und Aletschgebiet analysierte. Zum Vergleich muss jedoch angemerkt werden, dass in seine Resultate nur die Auftretenshäufigkeit der Kategorie einfluss und nicht noch zusätzlich die Bildgrösse. Zudem waren seine Kategorien leicht anders als diejenigen, welche bei Müller (2007) und in der vorliegenden Untersuchung Verwendung fanden. Einige grundlegende Vergleiche lassen sich aber trotzdem ziehen. Gemäss den Ausführungen von Kuprecht (2004, S. 93-96) sind die Häufigkeiten der Raumanerkennungskategorien der beiden von ihm untersuchten Destinationen in den meisten Fällen ähnlich. Der *Naturraum* trat bei der Biosphäre Entlebuch auf knapp mehr als einem Viertel der Bilder auf. Bei den Prospekten aus dem Aletschgebiet beträgt dessen Häufigkeit knapp ein Fünftel. Diese beiden Projekte werden entsprechend seiner Auswertung eher kulturnah gezeigt. Bei beiden überwog jeweils der *Erlebnisraum*. Insbesondere war dies bei Winterbildern der Fall, da beide Destinationen bereits vor der UNESCO-Zertifizierung sich als Wintersportorte einen Namen gemacht haben. Im Val Müstair ist dies hingegen weniger der Fall. Nach den Ausführungen von Müller (2007, S. 234) sind die von der Biosfera verwendeten ruhigen Naturbilder eher auf die erwachsene städtische Bevölkerung zugeschnitten, währendem die sportlichen Erlebnisbilder aus den beiden anderen Projekten vor allem jüngere Personen ansprechen werden. Nebst dem *Erlebnisraum* erzielten in den Prospekten des Entlebuchs und des Aletschgebietes der *Mobilitätsraum*, der *Lebensraum* und der *Produktionsraum* ebenfalls hohe Werte. Allesamt sind dies Kategorien, welche sich am Alltag der lokalen Bevölkerung ori-

entieren. Diese letztgenannten Kategorien waren beim Biosfera-Projekt eher in den Zeitungen als in den Prospekten zu finden.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass sich die Biosfera selbst mittels der beiden Prospekte als naturnah darstellt und zu einem sanften Tourismus hin tendiert. Das Zielpublikum bilden erwachsene Personen, welche sowohl natur- wie auch kulturinteressiert sind. Es ist jedoch anzumerken, dass die Biosfera eine Vielzahl weiterer, nicht analysierter Prospekte im Angebot hat, welche aufgrund ihrer Themenspezifität auch andere Zielgruppen ansprechen sollen. Von den Zeitungsredaktionen hingegen wird die Biosfera als etwas für die lokal ansässige Bevölkerung visualisiert. Das Hauptaugenmerk liegt auf dem Leben und den Erlebnissen in der Entwicklungszone, welche durch das Münstertal gebildet wird. Die Schutzzone des Nationalparks wird indessen kaum dargestellt. Die vielen Abbildungen der Personen, welche der Projektleitung angehören, zeigen, dass für die erfolgreiche Umsetzung des Vorhabens viel getan wurde. Die Illustrationen der fertiggestellten oder laufenden Teilprojekte machen diese Arbeit anschaulich und verdeutlichen, dass die Biosfera nicht nur auf dem Papier existiert, sondern dass die Bevölkerung davon profitieren kann.

Ob und inwiefern das Bild aus Zeitungen und Prospekten den Vorstellungen der Empfängerinnen und Empfängern aus der lokalen Bevölkerung entspricht, ist Gegenstand der zweiten Forschungsfrage:

- Inwiefern gleichen die mentalen Bilder verschiedener Personen dem Bild, welches die visuellen Bilder dieser Region wiedergeben?

Hinsichtlich der Unterscheidung der beiden Hauptkategorien *Kulturraum* und *Naturraum* sind sich die mentalen Bilder der zwölf Interviewpartnerinnen und -partner und die visuellen Bilder aus den Zeitungen ähnlich. Der *Naturraum* ist sowohl bei visuellen wie auch bei den mentalen Bildern stets vorhanden, jedoch in einem weitaus geringeren Ausmass als dies der *Kulturraum* ist. In den Interviews hat sich gezeigt, dass der *Naturraum* immer wieder in Betracht gezogen wird als etwas, das typisch für die Biosfera ist. Jedoch wurde stets geltend gemacht, dass die Bevölkerung mit dieser Natur zusammenlebt. Zudem trug die strenge Definition des *Naturraumes*, der von Müller (2007, S 119) negativ über die Abwesenheit jeglicher kultureller Merkmale definiert wurde, dazu bei, dass viele Äusserungen der Interviewpersonen zur Natur dem *Kulturraum* zugeordnet wurden. Dies zeigte sich darin, dass die reine Natur sprachlich schnell einmal mit dem Geniessen oder Erleben ebendieser verbunden wurde. Die Gesprächspartnerinnen und -partner waren sich aber des Wertes bewusst, welcher das Bild von unberührter Natur für das Tal hat. Die Gäste werden schliesslich von diesem angezogen. Entsprechend wurden Vorstellungen, wie das Biosphärenreservat nach aussen getragen werden sollte, naturnäher geäussert. Einerseits geschah

dies durch Schilderungen von reiner Natur, andererseits aber auch durch das Ansprechen des Erlebens ebendieser Natur. Ein solches Bild entspricht dann eher den visuellen Bildern, wie sie in den Prospekten zu finden waren.

Bezüglich des *Erlebnisraumes* zeigte sich in den Interviews ein ausgewogeneres Bild als dasjenige, welches aus den Zeitungen hervorging. In den Zeitungen fanden vor allem Sujets aus dem *Kulturerlebnisraum* Verwendung. Die interviewten Personen stellten das Erleben von Natur und Kultur hingegen eher ausgeglichen dar. Hinsichtlich der weiteren Unterkategorien zum Erlebnisraum waren sich die visuellen und die mentalen Bilder ähnlich und unterschieden sich damit vom visuellen Bild, welches die Zeitungen im Entlebuch zum dortigen Projekt zeichneten (vgl. Müller 2007, S. 174-175). Der *Fun-Sport-Action-Raum* und der *Aussichtsraum* wurden im Verhältnis zum *Natur-* und zum *Kulturerlebnisraum* wenig abgebildet bzw. angesprochen, wobei der *Fun-Sport-Action-Raum* noch eher in Erwägung gezogen wurde als der *Aussichtsraum*. Zusammenhängend mit dem *Erlebnisraum* wurde in den Interviews auch vom Nutzen des Tourismus für die einheimische Bevölkerung gesprochen. Äusserungen, welche dem tertiären Sektor des *Produktionsraumes* zuzuordnen sind, fanden sich in beinahe allen Gesprächen. Obwohl die lokale Herstellung von Handwerk oder Agrarprodukten ebenfalls immer wieder Thema war, zeichneten die mentalen Vorstellungen ein weit weniger traditionell gefärbtes Bild als die Illustrationen aus den Zeitungen. Ein Grund für diese Differenz ist unter anderem in der flächenmässigen Ausdehnung der jeweiligen Produktionssektoren zu sehen. Der in den Zeitungen dominante *I.Sektor* ist durch seine grossen bewirtschafteten Flächen auf einem Bild viel eher zu erkennen als beispielsweise Betriebe des industriellen oder Hotels des tertiären Sektors. Daher wurden oftmals grossräumig aufgenommene Bilder neben anderen Kategorien auch dem Produktionsraum *I.Sektor* zugewiesen. Im sprachlichen Ausdruck kommt dies allerdings nicht zur Geltung und das mentale Bild erscheint wohl auch darum weniger traditionell.

Weitere Unterschiede fanden sich zu Aspekten des *sozio-ökonomischen Problemraumes* und des *Kooperationsraumes*. Gerade zur lokalen Kooperation war in den Zeitungen fast kein Bildmaterial zu finden. Dennoch wurde der fördernde Einfluss der Biosfera auf die Zusammenarbeit und den Zusammenhalt im Tal sehr häufig erwähnt. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen von Karthäuser (2008, S. 43-44), welche unter anderem die Münstertaler Bevölkerung nach den festgestellten Veränderungen in den letzten Jahrzehnten befragt hat. Am häufigsten wurden dabei keine Veränderungen festgestellt, an zweiter Stelle folgte aber schon eine feststellbare Besserung des Zusammenhaltes und der Kooperation im Tal. Der *sozio-ökonomische Problemraum* war in den Interviews dieser Arbeit ebenfalls deutlich präsenter als auf dem visuellen Bildmaterial. Dabei äusserten sich die Personen vorwiegend zu Problemen der zunehmenden Abwanderung, der schwierigen Ausbildungssituation und der schwindenden Arbeitsplätze im Tal. Die Biosfera wurde in den Gesprächen dabei als

Möglichkeit angesehen, die diese Probleme eindämmen könnte. Vergleichbare Erwartungen äusserten auch Expertinnen und Experten aus dem Tal wie auch von ausserhalb des Tales in der Befragung von Karthäuser (2008). Diese erwähnten, dass die Biosfera eine grosse Bedeutung für die wirtschaftliche Entwicklung der Region habe und sich dies auch auf die Arbeitsplatzsituation auswirke. Die Herstellung von Nischenprodukten und der höhere Bekanntheitsgrad in der Schweiz durch das Biosphären-Label wurden dabei als wichtige Faktoren erachtet (Karthäuser 2008, S. 91-93). Die geringe Verwendung von visuellem Bildmaterial zu diesen beiden Raumeignungskategorien erstaunt meines Erachtens nicht. Einerseits ist es nicht einfach, geeignete Sujets zur Kooperation oder zu Problemen aussagekräftig auf visuellen Bildern festzuhalten. Andererseits ist die Konkurrenz durch andere Bilder hoch, da bezüglich des *sozio-ökonomischen Problemraumes* die Biosfera meist in einem positiven Licht erscheint. Angenommen man würde einen Artikel darüber schreiben, dass durch die Biosphäre zur Minderung des Arbeitsplatzproblem es beigetragen werden kann. Warum sollte man dann für diesen Artikel ein Bild verwenden, welches mit negativen Konnotationen einhergeht? Einzig in der Südostschweiz Graubünden nahm der *sozio-ökonomische Problemraum* einen vergleichsweise hohen Flächenanteil von insgesamt 4.5% ein. Zu diesem Wert führten negativ konnotierte Bilder, welche in Artikeln über potentialarme Räume oder Nutzungskonflikte erschienen. In diesen Artikeln wurde das Biosphärenprojekt jedoch beiläufig behandelt und daher flossen die Bilder in die Untersuchung mit ein.

Gemeinsamkeiten von visuellen und mentalen Bildern liessen sich beim *Raum der Identifikation* finden. Die Zeitungen stellten das Projekt sehr gebunden an die Personen dar, welche hinter dem Vorhaben stehen. Insbesondere war die Leiterin des Projektes ein beliebtes Fotosujet. In den Interviews kam diese Personengebundenheit ohne die vorgelegten Bilder weniger zum Vorschein. Sobald aber mit den Bildern in den Gesprächen gearbeitet wurde, gab es fast von allen Interviewpersonen Äusserungen zum Bild der Projektleiterin. Die Verdienste dieser Person für das Projekt waren den meisten präsent und wurden hoch geschätzt. Die Hälfte der Gesprächspartnerinnen und -partner wählten dann auch ihr Bild als eines der für sie typischen Bilder für die Biosfera. Inwiefern dieses mentale Bild medial geprägt ist, ist schwierig abzuschätzen, da die interviewten Personen von sich aus nicht auf diese Personalisierung zu sprechen kamen. Der Wiedererkennungswert durch das vorgelegte Bild war jedoch sehr hoch.

Vergleichbar sind die Resultate aus den Zeitungen und den Interviews auch mit dem Blick auf den *Lebensraum*. Die visuellen Bilder zeigten bei dieser Raumeignungskategorie eine Vorherrschaft des *Wohnraumes*. Die beiden weiteren Unterkategorien, der *Sozialraum* und der *Bildungsraum*, wurden weniger abgeleuchtet. In den Interviews wurde immer wieder angesprochen, dass die Biosfera nicht nur ein Naturschutzgebiet ist, sondern dass diese von der Bevölkerung auch bewohnt wird. Von allen zwölf Gesprächspartnerinnen und -partnern

wurde das Val Müstair als Wohnort sehr geschätzt und nur wenige fanden kritische Worte darüber. Die Zufriedenheit der lokalen Bevölkerung mit der Wohnqualität im Münstertal zeigte sich auch in qualitativen und quantitativen Befragungen bei Karthäuser (2008, S. 42-44/ S. 66-67). Der *Bildungsraum* fand in den Interviews insofern Erwähnung, als dass die begrenzten Ausbildungsmöglichkeiten als Problem angesprochen wurden. Äusserungen zum *Sozialraum* gab es fast keine. Das mentale Bild aus den Gesprächen ähnelte folglich dem visuellen aus den Zeitungen, nicht aber demjenigen aus den Prospekten, welche vor allem den *Sozialraum* und den *Bildungsraum* darstellten.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die mentalen Bilder in einzelnen Kategorien sehr genau mit dem von den Zeitungen übermittelten visuellen Bildern übereinstimmen. Bei anderen Raumeignungsformen hingegen ist dies hingegen viel weniger der Fall. Wohl haben die Bilder aus den Zeitungen einen Einfluss auf die mentalen Bilder der Bildbetrachtenden, aber es wäre aufgrund der Abweichungen bei einzelnen Kategorien unangebracht zu sagen, dass die Vorstellungen der interviewten Personen alleine durch die Bilder aus den Zeitungen geprägt wurden. Zudem bleibt die Frage, ob die von Seiten der Forschung den visuellen Bildern zugeschriebenen Bildbedeutungen auch tatsächlich diejenigen sind, welche die bildbetrachtenden Personen wahrnehmen. Dies soll nachfolgend bei der Beantwortung der dritten und letzten Fragestellung zur Diskussion stehen:

- Inwiefern stimmt die rezipierte Bildbedeutung mit der inhärenten Bildbedeutung überein?

Die zur Beantwortung dieser Fragestellung notwendigen Erkenntnisse beschränken sich auf die Arbeit mit den vorgelegten Bildern während den Interviews. Jedes der zehn Bilder wurde mindestens von einer Person als typisch für die Biosfera erachtet. Auch zu den beiden Bildern, die je nur einmal als typisch ausgewählt wurde, fanden sich im Gesamtüberblick über alle Gespräche Aussagen von mehreren Personen dazu. Beim Beschreiben der Bilder durch die interviewten Personen zeigte sich, dass diese die den Bildern zugewiesenen Raumeignungskategorien darin auch erkannten. Die von Müller (2007, S. 66) genannte Möglichkeit, dass die rezipierte Bildbedeutung weder mit der intendierten noch mit der inhärenten Bedeutung übereinstimmen könnte, offenbarte sich bei der vorgelegten Auswahl an Bildern dieser Untersuchung nicht. Auch wenn die inhärente und die rezipierte Bildbedeutung nicht vollständig übereinstimmten, so taten sie es zumindest teilweise. So kam vor, dass bei Bildern, welchen mehrere Kategorien zugeordnet wurden, von den interviewten Personen unterschiedlich Aspekte hervorgehoben wurden. Beispielsweise wurde das Bild des Klosters mit dem Christuskreuz im Vordergrund (Bild D – Kloster) von einer Person aufgrund des Bezuges zur Religion ausgewählt. Eine andere hingegen verwies darauf, dass sich ein Besuch des Klosters aufgrund dessen Erlebniswertes lohnt. Dass der persönliche

Hintergrund der bildempfangenden Person eine Rolle spielt, wie bei Doelker (1997, S. 146) festgehalten wurde, bestätigte sich dabei im weiteren Gesprächsverlauf. Letztere Person fügte an, dass sie „nicht so der Kirchengänger“ sei. Bei der anderen Person war die Religion jedoch seit jeher Bestandteil ihres Lebens.

Viel häufiger kam es jedoch vor, dass die rezipierte Bedeutung die inhärente Bedeutung in ihrem Ausmass übertraf. Besonders deutlich zeigte sich dies beim Bild der ‚Surpraisa Jaurra‘, der Kiste mit den Produkten aus dem Val Müstair (Bild A – Produkte), welche aus einem Teilprojekt der Biosfera entstanden ist. Viele Interviewpartnerinnen und -partner entschieden sich für dieses Bild, welches wegen dem Logo dem *Identifikationsraum* und aufgrund des Begleittextes dem *Versorgungsraum* zugewiesen wurde. Die rezipierte Bedeutung deckte aber den gesamten Entstehungsprozess dieses Fabrikates ab. Das Diskutieren beim Ausarbeiten dieses Teilprojektes, die Herstellung der in der Kiste enthaltenen Produkte, die Zusammenarbeit mit der Leitung der Biosfera sowie auch der Anklang des Endfabrikates bei den Gästen wurden dabei zusätzlich angesprochen. Allesamt waren dies Äusserungen, welche über die inhärente Bildbedeutung hinausgingen. Ist man versucht, solche Bedeutungen ohne die Befragung der Rezipierenden festzuhalten, müsste man den Kontext des Bildes an sich in einem weit grösseren Rahmen erfassen, als dies nur über den Einbezug des Bildtextes geschah. Müller (2007, S. 249) bezeichnet die Berücksichtigung der kollektiven Einflussfaktoren als „grenzenlose Herausforderung“ und fügt an, dass, auch wenn dies gelingen sollte, die Individualität der Bildbetrachtenden und deren wechselnde Stimmungen und Einstellungen als Problem hinzukommen würden.

Im Überblick über die Ergebnisse aus den zwölf Interviews lässt sich aussagen, dass die inhärenten Bildbedeutungen einen Teil des Spektrums der rezipierten Bedeutungen zu fassen vermögen. Die interviewten Personen sahen jedoch in den vorgelegten Bildern meist mehr als nur die inhärenten Bildbedeutungen, da sie das Bild mit ihrem persönlichen Hintergrund und ihrem Wissen um Ereignisse im Zusammenhang mit dem auf dem Bild dargestellten in Beziehung setzten. Um alle Rauman eignungsformen nur aus dem visuellen Bildmaterial herauszuarbeiten, welche von den bildbetrachtenden Personen darin erkannt werden könnten, müsste vertiefter auf die Hintergründe und den Kontext des einzelnen Bildes eingegangen werden. Dies wiederum ist bei einem grossen Sample sehr zeitaufwändig, und es zeigt sich die Wichtigkeit der Frage, ob für die Umsetzung eines Forschungsvorhabens ein umfassendes Sample oder eine eingehende Analyse von Einzelbildern angebracht ist.

8. Schlussbetrachtung

Die vorliegende Masterarbeit hat sich mit dem Thema der Visualisierung der Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal anhand visueller und mentaler Bilder befasst. Bilder werden als Kernkomponente der Geographie angesehen (Thornes 2004, S. 790). Jedoch sind kaum geographische Forschungsarbeiten vorhanden, welche sich mit der Bildinterpretation befassen, obwohl die Arbeit mit Bildern von mehreren Autoren gefordert wird (Crang 2003, S. 242; Flitner 1999, S. 171; Rose 2003, S. 219; Schlottmann & Miggelbrink 2009, S. 13). Durch die Anwendung der Methode der Bildinhaltsanalyse und dem Vorlegen von Bildmaterial in qualitativen Interviews im Rahmen dieser Masterarbeit wurde dieser Forderung nachgekommen. Das zweiteilige Vorgehen mit Interviews und Analysen von visuellem Bildmaterial beabsichtigte zudem, die von Müller (2007) entwickelte Bildanalysemethode anhand von Raumanerkennungskategorien einen Schritt weiterzubringen. Dies wurde angestrebt, indem von der Seite des Bildes an sich der Schritt zu den Bildrezipierenden vollzogen wurde. Durch sprachliche Äusserung und die Wahl von visuellen Bildern während den Interviews wurde eine Vergegenständlichung der mentalen Bilder der Rezipientinnen und Rezipienten ermöglicht.

Es hat sich gezeigt, dass die visuellen Bilder aus der Bildinhaltsanalyse der Zeitungen und die vergegenständlichten mentalen Bilder aus den Interviews in ihren Grundzügen ähnlich sind. Aspekte, welche dem *Kulturraum* zuzuordnen waren, überwogen. Der *Naturraum* hingegen spielte einzig in der Analyse des Prospektmaterials eine dominante Rolle. Ebenfalls waren Gemeinsamkeiten beim *Raum der Identifikation* in Form der Personalisierung des Projektes durch starke Persönlichkeiten und beim *Lebensraum* als *Wohnraum* zu erkennen. Unterschiede ergaben sich beim *Erlebnisraum*, der in den Gesprächen ausgeglichener als *Kultur-* und *Naturerlebnisraum* dargestellt wurde. Bei den Bildern überwog der *Kulturerlebnisraum*. Angesprochen wurden in den Interviews häufig der Dienstleistungssektor des *Produktionsraumes*, der *sozio-ökonomische Problemraum* und der *Kooperationsraum*. Interessant dabei war, dass diese Kategorien auch im Zusammenhang mit Bildern erwähnt wurden, auf welchen wenig bis nichts auf eine solche Raumanerkennung hindeutete. Die Interviews zeigten folglich auch auf, was auf den Bildern nicht gezeigt wird. Dies kam sicher auch daher, dass die lokal ansässigen Personen, mit welchen ein Gespräch geführt wurde, alle mehr oder weniger mit dem Projekt vertraut waren. Ihr Hintergrundwissen in Bezug auf die vorgelegten Bilder war demnach meist grösser als der Kontext, aus welchem die ausgewählten Bilder den Artikeln entnommen wurden. Eine Möglichkeit zur weiterführenden Forschung und interessant zu sehen wäre, welche Vorstellungen Personen ohne direkten Bezug zur Biosfera und ohne ein solches Hintergrundwissen darüber hätten.

Was sich nebst dem breiteren Kontextwissen aus den Interviews ergab, war eine persönlich gefärbte Wertung der Raumanerkennungskategorien. Die Bildinhaltsanalyse machte zwar deutlich, mittels welcher Raumanerkenntnisse das Biosphärenprojekt visualisiert wurde, jedoch ergab sich daraus keine Wertung. So kam es vor, dass in einem Gespräch eine Raumanerkennungskategorie als typisch bezeichnet wurde, diese jedoch für die sprechende Person selbst nicht sonderlich positiv konnotiert war.

Nachfolgend soll das methodische Vorgehen reflektiert werden, welches bei dieser Arbeit Anwendung fand. Die von Müller (2007) herausgearbeiteten Kategorien der Raumanerkenntnisse erwiesen sich auch für diese Untersuchung als angebracht. Es bestand stets die Möglichkeit einer Erweiterung des Kategoriensystems aus der Empirie (Müller 2007, S. 126). Jedoch hat sich gezeigt, dass dies bei den Bildern der vorliegenden Untersuchung nicht notwendig war. Mit Ausnahme einzelner weniger Bilder, welche in die Kategorie *Sonstiges* fielen, konnten alle einer oder mehreren Kategorien zugeteilt werden. Bei der Anwendung des Kategoriensystems in den Interviews wurde deutlich, dass sich Unterschiede von Wort und Bild finden liessen, welche es zu beachten galt. Raumanerkenntnisformen wie beispielsweise der *Kooperationsraum* oder der *Problemraum* liessen sich sprachlich einfacher darstellen als auf einem Bild. Es gab aber auch das Gegenteil. Eine grafisch dargestellte Karte als Beispiel für den *Symbolraum* lässt sich nur bedingt in Worte fassen. Besondere Aufmerksamkeit wurde dem *Naturraum* geschenkt. Meist bestanden Schilderungen von unberührten Naturflecken aus eigenen Erfahrungen, welche die befragten Personen während einer Berg- oder Biketour gemacht hatten. Es gab demnach Pfade oder gar befahrbare Wege, die zur beschriebenen Stelle führten, was den Ort entsprechend der Definition zum *Kulturraum* machen würde. Probierte man sich aber die Sicht aus den Augen der Person vorzustellen, war naheliegend, dass ihr Blick genauso gut über unberührte Berggipfel schweifen konnte und doch der *Naturraum* vordergründig war.

Ebenfalls beachtet werden muss, dass ein Interview stets eine künstlich geschaffene, soziale Situation ist, in welcher das Umfeld oder auch die Person des Forschenden einen Einfluss auf die gemachten Aussagen haben können (Atteslander 2003, S. 123). Da ich weder aus dem Münstertal komme noch fliessend Romanisch spreche, kann angenommen werden, dass die befragten Personen mich als Aussenstehenden wahrnahmen. Eine gewisse Distanz war durch diese Voraussetzungen gegeben. Umso mehr Wert wurde darauf gelegt, dass das Interview in einer für die jeweilige Person wohlbekannten Umgebung stattfand, um eine gewisse Situation des Vertrauens gewährleisten zu können. Aus meiner Sicht trug dies und auch die Offenheit der Interviewpartnerinnen und -partner dazu bei, dass gute Gespräche zustande kamen. Einen weiteren möglichen Einfluss auf die Antworten gehabt haben könnte die soziale Erwünschtheit. In einem Tal mit etwas über 1600 Einwohnerinnen und Einwohner kann die Anonymität nur in beschränktem Masse gewährleistet werden. Dies wurde

mir deutlich aufgezeigt, als einzelne Personen gegen Ende der Datenerhebung bereits von solchen wussten, mit welchen ich zuvor ein Interview geführt hatte. Besonders wohlwollende Äusserungen waren daher mit kritischem Blick zu beurteilen.

Was bleibt, ist die Frage nach dem Zusammenhang von visuellem und mentalem Bild. Um festzustellen, inwiefern die Bilder aus den Zeitungen das mentale Bild der befragten Personen beeinflusst haben, müsste man eine Antwort auf die Frage nach dem Einfluss der Ästhetik finden. Zusätzlich würde die selektive Wahrnehmung aufgrund persönlicher Präferenzen einen Stolperstein in den Weg legen, der nur durch ein interdisziplinäres Vorgehen zu beseitigen wäre. Raum für weiterführende Forschung mit Bildern bleibt also auch nach der Vollendung dieser Masterarbeit zur Genüge vorhanden. Denn wie schon im einleitenden Zitat von Doelker (1997, Buchumschlag) erwähnt wird, ist jedes Bild mehr als einfach nur ein Bild, und so könnte man für eine umfassende Analyse der von mir untersuchten Bilder weit über die geographische Sichtweise hinaus gehen.

9. Literatur

- Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden* (2009): *Durchblick 2009 – Graubünden in Zahlen*. Chur: Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden.
- Atteslander, P.* (2003): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 10. Auflage, Berlin und New York: Walter de Gruyter.
- Backhaus, N. & Müller, U.* (2006): *Regionalisierung: eine konstruktivistische Perspektive*. In: Backhaus, N. & Müller-Böker, U. (Hrsg): *Gesellschaft und Raum - Konzepte und Kategorien*. Schriftenreihe Humangeographie, Bd 22, Zürich: Geographisches Institut der Universität Zürich, S. 13-29.
- Backhaus, N., Müller, U. & Müller-Böker, U.* (2008): *Die Macht der Bilder: ihre Rolle bei der nachhaltigen Landschaftsentwicklung*. In: Buchecker, M., Frick, J. & Tobias, S. (Hrsg): *Gesellschaftliche Ansprüche an den Lebens- und Erholungsraum: eine praxisorientierte Synthese der Erkenntnisse aus zwei Forschungsprogrammen*. Birmensdorf: WSL, S. 67-70.
- Backhaus, N., Reichler, C. & Stremlow, M.* (2007): *Alpenlandschaften - Von der Vorstellung zur Handlung. Thematische Synthese zum Forschungsschwerpunkt I „Prozesse der Wahrnehmung“*, Zürich: vdf Hochschulverlag AG.
- Bätzing, W.* (2003): *Die Alpen*. 2. Auflage, München: Verlag C.H. Beck.
- Biosfera Val Müstair* (2009): *Charta 2010 – Regionaler Naturpark Val Müstair*. Tschiers: Biosfera Val Müstair.
- Crang, M.* (2003): *The Hair in the Gate: Visuality and Geographical Knowledge*. In: *Antipode*, Vol. 35, Nr. 2, S. 238-243.
- Darnuzer, U.* (2005): *Von der Gesamtmelioration zur Biosphäre (Biosfera): die Gesamtmelioration Val Müstair als Motor der regionalen Entwicklung*. In: *Geomatik Schweiz*, Jg. 103, Nr. 10, S. 566-567.
- Dirksmeier, P.* (2007): *Der husserlsche Bildbegriff als theoretische Grundlage der reflexiven Fotografie: Ein Beitrag zur visuellen Methodologie in der Humangeographie*. In: *Social Geography*, Vol. 2, Nr. 1, S. 1-10.
- Doelker, C.* (1997): *Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Driver, F.* (2003): *On Geography as a Visual Discipline*. In: *Antipode*, Vol. 35, Nr. 2, S. 227-231.
- Felber Rufer, P.* (2005): *Landschaftsveränderung in der Wahrnehmung und Bewertung der Bevölkerung. Eine qualitative Studie in vier Schweizer Gemeinden*. Dissertation am Geographischen Institut der Universität Bern.

- Flick, U.* (2009): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*, 2. Auflage, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Flitner, M.* (1999): Im Bilderwald: Politische Ökologie und die Ordnungen des Blicks. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, Jg. 43, Nr. 3-4, S. 169-183.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L.* (1998): *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*, Bern: Verlag Hans Huber.
- Gläser, J. & Laudel, G.* (2004): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gloor, D. & Meier, H.* (2000): A River Revitalization – Seen Through the Lens of Local Community Members. In: *Visual Sociology*, Jg. 15, Nr. 1, S. 119-134.
- Haller, D.* (2008): Aussensicht des Schweizerischen Nationalparks. Diplomarbeit im Studiengang Environmental Education an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften.
- Harper, D.* (2002): Talking about pictures: a case for photo elicitation. In: *Visual Studies*, Vol. 17, Nr. 1, S. 13-26.
- Karthäuser, J. M.* (2008): Die Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal: Zur Akzeptanz des geplanten UNESCO-Biosphärenreservates. Diplomarbeit am Institut für Biologie und Umweltwissenschaften an der Universität Oldenburg.
- Karthäuser, J. M.* (2009): Die Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal: Zur Akzeptanz des geplanten UNESCO-Biosphärenreservates. In: Mose, I. (Hrsg.): *Wahrnehmung und Akzeptanz von Grossschutzgebieten. Wahrnehmungsgeographische Studien*, Bd 25, Oldenbourg: BIS-Verlag, S. 83-105.
- Kuprecht, F.* (2004): Bilder der Alpen im Tourismus am Beispiel zweier UNESCO-zertifizierter Destinationen der Schweiz. Diplomarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich.
- Marwick, M.* (2001): Postcards from Malta. Image, Consumption, Context. In: *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, Nr. 2, S. 417-438.
- Mayring, P.* (2007): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*, 9. Auflage, Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mitchell, W. J. T.* (1984): What is an image? In: *New Literary History*, Vol. 15, Nr. 3, S. 503-537.
- Mose, I.* (2009): Akzeptanz, Einstellung und Image als einflussgrößen von grossschutzgebieten. Einige theoretische und methodische Vorüberlegungen. In: Mose, I. (Hrsg.): *Wahrnehmung und Akzeptanz von Grossschutzgebieten. Wahrnehmungsgeographische Studien*, Bd 25, Oldenbourg: BIS-Verlag, S. 9-36.
- Müller, M. G.* (2003): *Grundlagen der visuellen Kommunikation – Theorieansätze und Analysemethoden*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

- Müller, U.* (2007): Die Kraft der Bilder in der nachhaltigen Entwicklung. Die Fallbeispiele UNESCO Biosphäre Entlebuch und UNESCO Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn, Zürich: vdf Hochschulverlag AG.
- Nelson, V.* (2005): Representation and images of people, place and nature in Grenada's tourism. In: *Geografiska Annaler*, Vol. 87B, Nr. 2, S. 131-143.
- Pilarczyk, U. & Mietzner, U.* (2003): Methoden der Fotografieanalyse. In: Ehrenspeck, Y. & Schäffer, B. (Hrsg.): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch, Opladen: Leske + Budrich, S. 19-36.
- Rodewald, R.* (2004): Veränderungen des institutionellen Ressourcenregimes der Landschaft. Der Fall Val Mora/Müstair (GR), Working Paper am Institut des hautes études en administration publique in Chavannes-près-Renens.
- Rose, G.* (2001): *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, London: SAGE Publications.
- Rose, G.* (2003): On the Need to Ask How, Exactly, Is Geography „Visual“? In: *Antipode*, Vol. 35, Nr. 2, S. 212-221.
- Schieber, K.* (2009): Analyse zur Akzeptanz des geplanten UNESCO-Biosphärenreservates Schwäbische Alp. In: Mose, I. (Hrsg.): Wahrnehmung und Akzeptanz von Grossschutzgebieten. Wahrnehmungsgeographische Studien, Bd 25, Oldenbourg: BIS-Verlag, S. 59-82.
- Schlottmann, A. & Miggelbrink, J.* (2009): Visuelle Geographien – ein Editorial. In: *Social Geography*, Vol. 4, Nr. 1, S. 13-24.
- Sidaway, J. D.* (2002): Photography as Geographical Fieldwork. In: *Journal of Geography in Higher Education*, Vol. 26, Nr. 1, S. 95-103.
- Thornes, J. E.* (2004): The Visual Turn and Geography. Response to Rose 2003 Intervention, in: *Antipode*, Vol. 36, Nr. 5, S. 787-794.
- UNESCO* (Hrsg.) (1996): *Biosphere Reserves. The Seville Strategy and the Statutory Framework of the World Network*, Paris: UNESCO.
- Van Audenhove, M.* (2007): Biosfera Val Müstair/ Parc Naziunal: Der regionale Naturpark von nationaler Bedeutung und sein Potenzial zur Konsolidierung eines peripheren Raums. Seminararbeit an der Forschungsstelle für Wirtschaftsgeographie und Raumpolitik der Universität St.Gallen.
- Weixlbaumer, N. & Coy, M.* (2009): Selbst- und Fremdbild in der Gebietsschutzpolitik. Das Beispiel des Biosphärenparks Grosses Walsertal/Vorarlberg. In: Mose, I. (Hrsg.): Wahrnehmung und Akzeptanz von Grossschutzgebieten. Wahrnehmungsgeographische Studien, Bd 25, Oldenbourg: BIS-Verlag, S. 37-58.
- WEMF* (2009): *WEMF Auflagebulletin 2009*. Zürich: WEMF AG für Werbemedienforschung.

Werlen, B. (1997): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Globalisierung, Region und Regionalisierung, Bd 2, Stuttgart: Franz Steiner Verlag.

Internetquellen:

ARE (Bundesamt für Raumentwicklung) (o.J.): Drei-Dimensionen-Konzept.

URL: <http://www.are.admin.ch/themen/nachhaltig/00260/02006/index.html?lang=de>
(Zugriff: 22.3.2010).

BAFU (Bundesamt für Umwelt) (2009): Pärke: Neun Regionen erhalten grünes Licht.

URL: <http://www.news-service.admin.ch/NSBSubscriber/message/de/28736>
(Zugriff: 17.4.2010).

BAFU (Bundesamt für Umwelt) (2010a): Pärke: Gesuche 2010 einen Schritt weiter.

URL: <http://www.bafu.admin.ch/dokumentation/medieninformation/00962/index.html?lang=de&msg-id=32305> (Zugriff: 17.4.2010).

BAFU (Bundesamt für Umwelt) (2010b): Projekt für einen neuen Nationalpark ist einen wichtigen Schritt weiter.

URL: <http://www.bafu.admin.ch/dokumentation/medieninformation/00962/index.html?lang=de&msg-id=34795> (Zugriff: 30.8.2010).

BAFU (Bundesamt für Umwelt) (2010c): Val Müstair und Nationalpark bilden ein gemeinsames UNESCO Biosphärenreservat.

URL: <http://www.news.admin.ch/message/index.html?lang=de&msg-id=33389>
(Zugriff: 5.6.2010).

Bignante, E. (2010): The use of photo-elicitation in field research. *EchoGéo*, Nr. 11.

URL : <http://echogeo.revues.org/index11622.html> (Zugriff: 21.4.2010).

Schweizerischer Nationalpark (o.J.): Biosfera Val Müstair – Parc Naziunal.

URL: <http://www.nationalpark.ch/snp.html> (Zugriff: 17.4.2010).

Witzel, A. (2000): Das problemzentrierte Interview. *Forum Qualitative Sozialforschung/ Forum: Qualitative Social Research*, Vol. 1, Nr. 1.

URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1132/2520>
(Zugriff: 21.4.2010).

10. Anhang

A. Fragebogen für Interviews

GEO 511
Masterarbeit Geographie
Universität Zürich

Die Biosfera Val Müstair-Parc Naziunal ins Bild gesetzt

Samuel Thommen

Kurzfragebogen zur Erfassung der Sozialdaten*:

Name: _____

Vorname: _____

Geschlecht: weiblich männlich

Jahrgang: _____

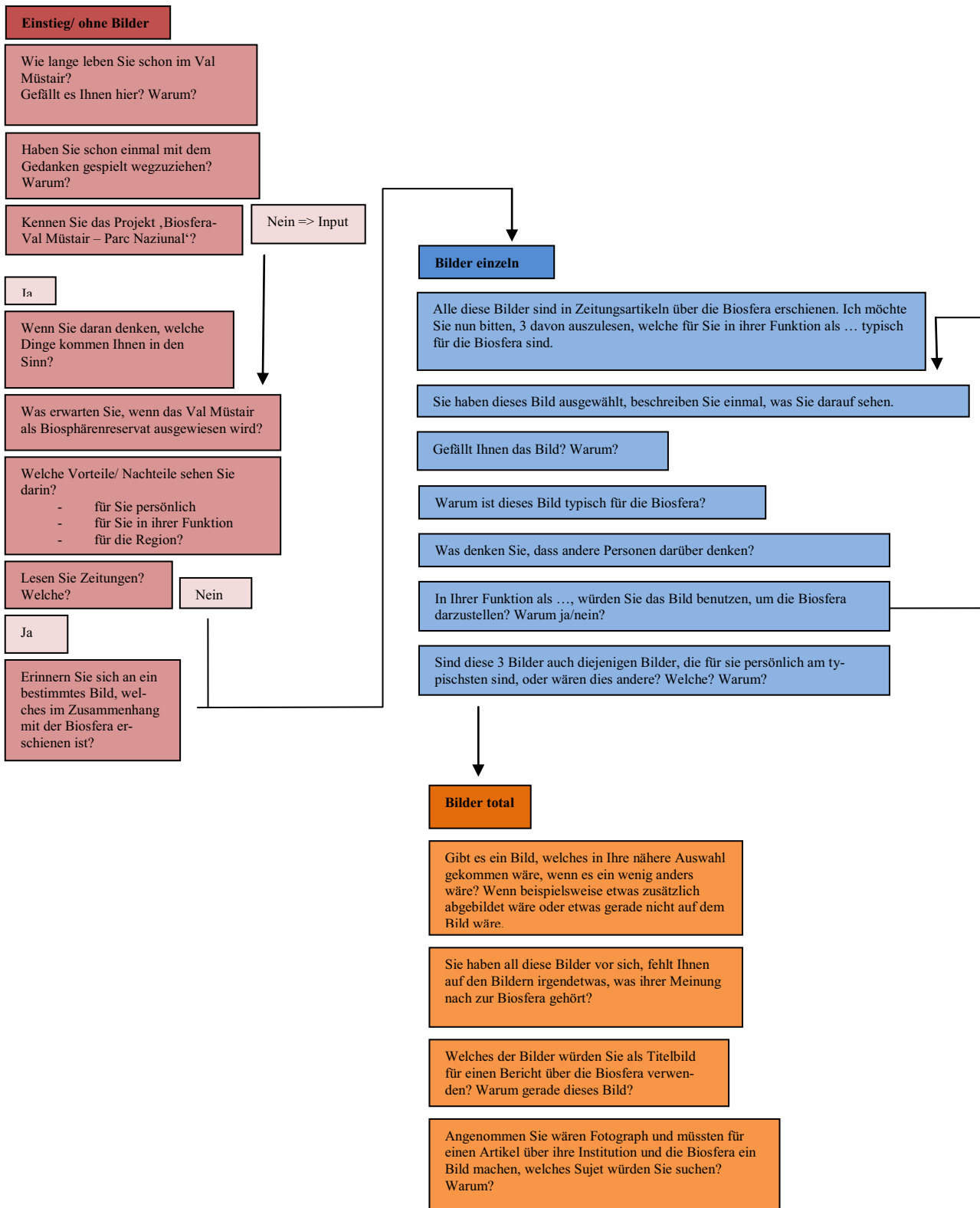
Wohnort: _____ Dort wohnhaft seit: _____

Beruf: _____

Ehrenamtliche Tätigkeiten/ Vereine (Funktion):

** Ihre persönlichen Daten werden nicht weitergegeben und ausschliesslich für die Durchführung dieser Arbeit verwendet. Werden Aussagen aus den Interviews direkt in der Arbeit verwendet, werden sie anonymisiert wiedergegeben.*

B. Interviewleitfaden



C. Personenregister

Kürzel	Bereich	Institution
DA	Forstwirtschaft	kantonaler und lokaler Forstbetrieb
SG	Gewerbe 2.Sektor	
MJ	Familie	
PR	Imkerei/Kulturförderung	Imkerverein/ Trachtenverein
FT	Tourismus	Turissem Val Müstair
JC	Jugendförderung	Jugendvereine
RM	Gewerbe 3.Sektor/Kultur	
GJ	Projektleitung	Biosfera-Projektleitung
FA	Jagd	Jägerverein Val Müstair
DK	Landwirtschaft	Bauern- und Bäuerinnenverein Val Müstair
RB	Politik	Gemeinde Val Müstair
PK	Naturschutz	Pro Natura Val Müstair

Tabelle: Anonymisiertes Personenregister mit zufällig gewählten Kürzeln

Kürzel	Funktion
ST	Interviewer

Tabelle: Interviewer

D. Transkriptionsregeln

- Die gesprochene schweizerdeutschen Sprache wird in eine Kunstsprache übersetzt
- Lückenfüller wie ‘ähm’ oder ‘mmh’ werden transkribiert
- Husten, räuspern etc. werden folgendermassen transkribiert: *räuspern*
- Typische Worte und Satzfragmente wie ‘oder?’, ‘nicht wahr?’ etc. werden vollständig transkribiert
- Anmerkungen zum besseren Verständnis werden in eckigen Klammern ausgeschrieben, z.B. [deutet auf Bild A – Produkte]
- Sprechpausen werden als Punkte ebenfalls in eckige Klammern gesetzt entsprechend ihrer Länge transkribiert:
 - 1s → [.]
 - 2s → [..]
 - 3s und länger → [...]
- Aufbrausende Sätze werden mit einem Ausrufezeichen versehen
- Laut gesagte oder stark betonte Worte und Satzfragmente werden in Grossbuchstaben geschrieben
- Am Schluss einer Aussage wird ein Punkt gesetzt
- Die sprechende Person wird mit einem anonymisierten Kürzel von zwei Grossbuchstaben gekennzeichnet

E. Interviewbilder in Originalgrösse

Bild A – Produkte



Quelle: Engadiner Post 26.5.2009, S. 9

Bild B – Projektleiterin



Quelle: La Quotidiana 22.5.2009, S. 12

Bild C – Dorf



Quelle: Engadiner Post 31.7.2008, S. 1

Bild D – Kloster



Quelle: Die Südostschweiz 26.1.2002, S. 1

Bild E – Arbeit



Quelle: La Quotidiana 13.5.2008, S. 11

Bild F – Biker



Quelle: Engadiner Post 12.11.2009, S. 7

Bild G – Zusammenarbeit



Quelle: La Quotidiana 15.9.2008, S. 10

Bild H – Natur



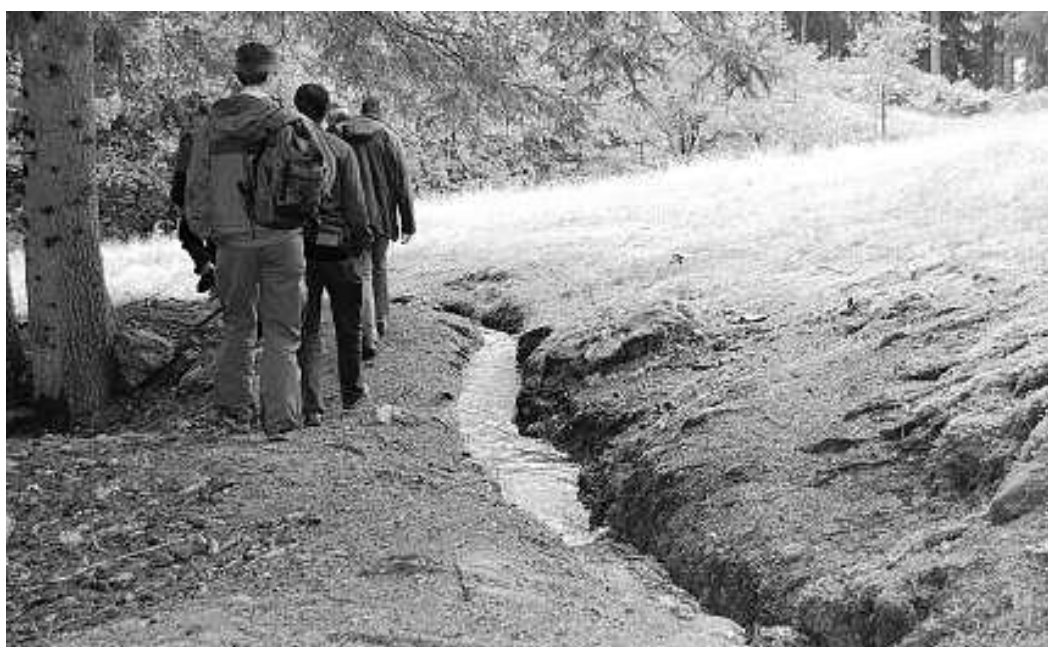
Quelle: La Quotidiana 14.1.2010, S. 9

Bild I – Kultur



Quelle: Engadiner Post 25.8.2007, S. 5

Bild J – Wanderer



Quelle: Bündner Tagblatt 9.8.2007, S. 4

Persönliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und die den verwendeten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Unterschrift:

Samuel Thommen