

Charakteristiken von Gästen in vier Schweizer Naturparks und deren touristisch induzierte Wertschöpfung



© Landschaftspark Binntal/L. Fischer

Untersuchungen anhand des Parc Jura vaudois, Parc Ela, Naturpark Gantrisch und Landschaftspark Binntal

Zitiervorschlag:

Knaus F. 2018. Charakteristiken von Gästen in vier Schweizer Naturpärken und deren touristisch induzierte Wertschöpfung. Untersuchungen anhand des Parc Jura vaudois, Parc Ela, Naturpark Gantrisch und Landschaftspark Binntal. Projektbericht des Netzwerks Schweizer Pärke, Bern und der ETH Zürich, Zürich.

Vorwort

Die vorliegende Untersuchung entstand im Rahmen eines Innotour-Projekts, gefördert vom Staatsekretariat für Wirtschaft der Schweiz, SECO. Das Projekt wurde angeregt vom Netzwerk Schweizer Pärke und umgesetzt in einer engen Kollaboration zwischen der ETH Zürich, dem Netzwerk Schweizer Pärke und den vier Pilotpärken Landschaftspark Binntal, Parc Ela, Naturpark Gantrisch und Parc Jura vaudois. Im Projekt konnten gemeinsam wichtige Grundlagen für zukünftige Gästeumfragen in Pärken geschaffen werden: Neben einer auf die Essenz reduzierten Fragebogens konnten zahlreiche wichtige methodische Fragen bezüglich Umfragedesign und Auswertung geklärt werden, um den Weg für zukünftige Umfragen und Wertschöpfungsanalysen zu erleichtern.

Der Bericht wurde bewusst knapp gehalten und die Resultate textlich meist in vergleichender Form zwischen den Pärken festgehalten. Die Detailresultate für die einzelnen Pärke können aus den Tabellen und Darstellungen entnommen werden. Mit diesem Vorgehen soll dafür gesorgt sein, dass sowohl für die allgemein interessierten Leserinnen und Leser, wie auch für die spezifischen Adressaten im jeweiligen Park ein passendes Informationsangebot besteht.

Ich wünsche eine bereichernde Lektüre!



Florian Knaus,
ETH Zürich

Zusammenfassung

In der vorliegenden Umfrage konnten - erstmals für die Schweiz - umfassende Informationen zu Gästen von verschiedenen Naturparks erfasst und verglichen werden. Hierzu wurden, verteilt über ein gesamtes Jahr, während 24 Stichprobentagen im Landschaftspark Binntal, Parc Ela, Naturpark Gantrisch und Parc Jura vaudois an allen strategisch wichtigen Standorten gedruckte Fragebogen und/oder Postkarten mit QR-codes für die online-Version des Fragebogens verteilt und die Gäste gezählt. Die insgesamt 4'577 retournierten und eingetippten Fragebögen (Rücklaufquote online 25%, gedruckt 50%) wurden anschliessend deskriptiv ausgewertet.

Die Resultate zeigen, dass generell sehr viele Ähnlichkeiten zwischen den Gästen aller vier Naturparks, ihrer Motive, Charakteristiken und Aktivitäten bestehen, während es in Teilbereichen gleichzeitig aber auch parkspezifische Ausprägungen gibt. Zusammengefasst kann gesagt werden, dass etwa 80-90% der Gäste in den Parks aus der Schweiz stammen, der Rest aus dem angrenzenden Ausland. Ein wichtiger Teil der Schweizer Gäste stammt aus den urbanen Zentren. Der typische Gast ist etwa 50 Jahre alt und reist per Auto zu zweit oder mit Familie in den Naturpark, um (Winter-)Wandern zu gehen. Meist war sie oder er schon mehrere Male im Park oder ist sogar Stammgast. Der Gast ist im Naturpark Gantrisch und Parc Jura vaudois nur einen Tag vor Ort, während sie oder er im Landschaftspark Binntal und Parc Ela meist einige Tage im Hotel oder in einer Ferienwohnung übernachtet. Die Gäste aller Regionen werden von Freunden auf die Parkregion aufmerksam gemacht und nutzen – allerdings zu einem weitaus geringeren Teil – auch das Internet zwecks Reiseinspiration. Die wichtigsten Beweggründe für den Besuch im Park ist es, ein Reiseziel für das Wandern zu finden, das nahe am Wohnort liegt, über eine schöne Landschaft und intakte Natur verfügt und Ruhe vor dem Alltag bietet. Nur etwa 10-20% der Gäste kommen wegen des Naturparks (mit seinen Angeboten, Informationen und Aktivitäten) in die Parkregion. Mit ihrem Aufenthalt sind die Gäste sehr zufrieden, lediglich mit dem Angebot des öffentlichen Verkehrs und der Zugänglichkeit von Informationen sind die Gäste leicht weniger zufrieden.

Während ihres Aufenthaltes geben die Gäste im Schnitt zwischen CHF 20 und 100 aus. Bei einem Total von 56'000 (Binntal), 182'000 (Ela), 596'000 (Gantrisch) und 133'000 (Jura vaudois) Gästen und einer Gästefrequenz von 384'000 (Binntal), 1'546'000 (Ela), 1'021'000 (Gantrisch) und 266'000 (Jura vaudois) ergeben sich daraus touristische Gesamtwertschöpfungen von CHF 22.3 Mio. (Binntal), 105.8 Mio. (Ela), 29.3 Mio. (Gantrisch) und 11.2 Mio. (Jura vaudois). Von dieser gesamten touristischen Wertschöpfung sind 3.7 Mio. auf die Aktivitäten des Landschaftsparks Binntal zurückzuführen, 8.8 Mio. auf den Parc Ela, 7.3 Mio. auf den Naturpark Gantrisch und 1.7 Mio. auf den Parc Jura vaudois. Ausgedrückt in Arbeitsstellen entspricht die Wertschöpfung 40 geschaffenen Vollzeitstellen im Binntal, 82 im Ela, 87 im Gantrisch und 18 im Jura vaudois. Im Vergleich zu den eingesetzten öffentlichen Geldern von Bund, Kanton und Gemeinden entspricht die parkinduzierte touristische Wertschöpfung dem 1.5- bis 6-fachen, eine lohnende Investition.

Aus den Resultaten kann geschlossen werden, dass ein wichtiges Potential darin besteht, weitere Angebote in den Parks zu schaffen, die kostenpflichtige Aktivitäten und Übernachtungen einschliessen. Können diese zur Zufriedenheit der Gäste umgesetzt werden, wird durch die persönliche Verbreitung der positiven Erfahrungen - dem wichtigsten Informationskanal für andere Gäste, automatisch mehr Nachfrage im Park generiert. Natürlich sollen diese Angebote auch gut zugänglich und schön aufbereitet per Internet verfügbar sein. Ein weiteres Potential besteht im Ausbau des öffentlichen Verkehrs, der gleichzeitig den Anteil an Anreisen per Auto reduzieren könnte.

In der Umfrage zeigten sich die üblichen Schwierigkeiten bei der Erfassung der Gästefrequenzen: Die Hochrechnungen über die durchschnittliche Anzahl gezählter Gäste resultierte im Vergleich zu den Hochrechnungen über die Logiernächte des BFS in massiv kleineren Zahlen. Dies zeigt auf, dass mit vertretbarem Aufwand in den Parkregionen mittels Zählungen keine verlässlichen Zahlen zur Anzahl an Gästen gesammelt werden können. Die Hochrechnungen über die Logiernächte bergen jedoch ebenfalls Schwierigkeiten, speziell in Gebieten mit wenig Hotellerie. Die täglichen Ausgaben, wie auch der Anteil an Gästen, welche wegen des Parks in die Parkregion reisen, konnten hingegen gut ermittelt werden. Da die durch den Park induzierte touristische Wertschöpfung jedoch ein Produkt dieser drei Faktoren ist, besteht auch bei der berechneten Wertschöpfung ein Unsicherheitsfaktor. Es bleibt die Hoffnung, dass in Zukunft mit automatisierten Messungen verlässlichere Gästezahlen ermittelt werden können - bei den grossen und mit zahlreichen Zugängen erschlossenen Naturparks kein einfaches Unterfangen.

Dank

Das Netzwerk Schweizer Pärke und die ETH Zürich danken dem Seco und Innotour für die Teilfinanzierung des Projekts. Irene Clausen und Dominique Weissen (Landschaftspark Binntal), Dieter Müller (Parc Ela), Ramona Gloor (Naturpark Gantrisch) und Marie Laperrière (Parc Jura vaudois) sowie den beteiligten Mitarbeitern der Pärke gebührt herzlichen Dank für das Vertrauen, im Projekt als Pilotgebiete zu fungieren sowie für ihre praktischen Beiträge in der Entwicklung des Fragebogens, der Umfragemethoden und der Resultate. Ein grosser Dank geht an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Netzwerks Schweizer Pärke, die für die Koordination und Umsetzung der Umfrage, für das Zusammentragen der Daten, für die Dateneingabe und für die kartographischen Darstellungen verantwortlich waren, sowie für zahlreiche andere kleinere bis grössere Aufgaben, die immer wieder aufgetaucht sind: Rianne Roshier, Claudio Föhn, Ruslan Sialm, Erica Baumann, Tina Müller - ohne euch wäre diese Studie nicht möglich gewesen.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	iii
Zusammenfassung.....	iv
Dank	v
1. Einleitung.....	1
2. Methode.....	3
2.1 Verteilstellen und Verteiltage	3
2.2 Umfragemethode.....	5
2.3 Umfrageinhalte	5
2.4 Auswertung der Daten	6
2.4.1 Gästefrequenz.....	6
2.4.2 Touristisch-induzierte Wertschöpfung	7
2.4.3 Parkinduzierte Wertschöpfung.....	7
2.4.4 Beurteilung der parkinduzierten Wertschöpfung.....	8
3. Resultate.....	9
3.1 Stichprobe, Rücklauf, Umfragemedium und Sprache	9
3.2 Gästecharakteristiken	10
3.2.1 Herkunft	10
3.2.2 Soziodemographie	12
3.2.3 Reiseverhalten	13
3.2.4 Reiseinspiration und Informationsquellen.....	16
3.2.5 Gründe für die Reise in den Park	18
3.2.6 Aktivitäten während des Aufenthalts	20
3.2.7 Zufriedenheit mit dem Aufenthalt im Park.....	22
3.2.8 Geldausgaben während des Aufenthalts	24
3.3 Gästefrequenz	26
3.3.1 Hochrechnung anhand der Zählungen an den Verteilstellen	26
3.3.2 Hochrechnung anhand der Logiernächte	27
3.4 Touristischer Umsatz und Wertschöpfung.....	29
3.4.1 Gesamter touristischer Umsatz	29
3.4.2 Wertschöpfung	30
3.4.3 Beurteilung der parkinduzierten Wertschöpfung.....	31
3.5 Vergleich der Stichprobe «gedruckt» vs «online»	32
4. Diskussion	33
4.1 Methodenkritik	33
5. Fazit	35
6. Referenzen	36
Anhang	37
A1: Fragebogen	37
A2: Verteilorte.....	39
A3: Anleitungsblatt für die Verteilung der Fragebögen in den Pärken.....	41
A4: Verteilung der Tagesausgaben der Gäste auf verschiedene verwendete Unterkunftstypen	43
A5: Detailangaben zur Berechnung der Gästefrequenzen.....	44
A 5.1 Regressionsmodell zur Zuordnung der Wettergüte basierend auf Prognosedaten	44
A5.2 Gästeanzahlen, Gästefrequenzen und Aufenthaltsdauern nach Unterkunftstypen	44
A5.3 Umrechnung Anzahl Gäste in Gästefrequenz.....	44
A6: Berechnung Bruttoumsatz mit differenzierten und groben Werten.....	46

1. Einleitung

Mit dem Aufkommen des Konzepts der Nachhaltigen Entwicklung in den 1990er Jahren haben auch die Schutzgebiete ihren Aktionsradius erweitert: Neben traditionellen Schutzbemühungen von Natur und Landschaft wurden weitere Aktionsfelder im Bereich Wirtschaft und Gesellschaft für die Schutzgebietsmanagements eingeführt. Diese Erweiterung widerspiegelt sich in den Anforderungen an moderne Schutzgebiete, in denen Schutz-, Entwicklungs-, Bildungs- und Forschungsfunktionen gleichwertig behandelt werden (Borrini-Feyerabend et al. 2013). In vielen Fällen wird ein starker Fokus auf regionalwirtschaftliche Wirkungen gelegt. In der Schweiz, zum Beispiel, fordert das *Natur- und Heimatschutzgesetz* in Artikel 23g, dass regionale Naturpärke die Qualität und Landschaft erhalten, eine nachhaltig betriebene Wirtschaft stärken sowie die Vermarktung von Waren und Dienstleistungen fördern.

Die bisher meist verwendete und best-untersuchte Herangehensweise, um die wirtschaftliche Entwicklungsfunktion in einem Park wahrzunehmen, ist die Förderung des Tourismus (Mayer und Job 2014). Mit der Entwicklung von neuen touristischen Produkten, deren Vermarktung und der Stärkung des Images und des Bekanntheitsgrads der Parkregion können zusätzliche Gäste in die Region gebracht werden. Diese erzeugen mit ihrem Konsum von Waren und Dienstleistungen Umsatz in der Parkregion, der kausal auf den Park zurückgeführt werden kann. Die wirtschaftlichen Effekte dieser durch den Parktourismus ausgelösten Nachfragesteigerung wurden bereits in mehreren Schweizer Pärken untersucht (Knaus & Backhaus 2014). Die wirtschaftlichen Auswirkungen werden dabei über die sogenannte Wertschöpfung quantifiziert. Die Wertschöpfung bezeichnet die Wertsteigerung von Gütern, die in der Parkregion in einem Produktionsprozess mit Personal, Maschinen und Hilfsstoffen erzielt wird. Da bei der Wertschöpfung nur die *Wertsteigerung an sich* berücksichtigt wird, muss vom erzielten Umsatz sowohl Mehrwertsteuer als auch Rohstoffe, Hilfsmittel und Abschreibungen in Abzug gebracht werden. Aus der erzielten Wertschöpfung bezahlen die Unternehmungen der Parkregion die Löhne der Mitarbeiter, tätigen Investitionen und zahlen Gewinne aus.

Die Wertschöpfung kann grundsätzlich angebots- oder nachfrageorientiert ermittelt werden (Knaus & Backhaus 2014). In der angebotsorientierten Herangehensweise werden die Unternehmungen gefragt, wie gross ihre Umsätze sind und wie gross der Anteil ist, der davon auf den Park zurückgeführt werden kann. Dieser Ansatz ist mit Schwierigkeiten verbunden, da viele Unternehmungen ihre Zahlen nicht offenlegen möchten und vielfach auch nicht präzise abschätzen können, wie viel ihres Umsatzes dank den Parkaktivitäten erzielt wird. In der weit öfter angewandten nachfrageorientierten Herangehensweise werden die Kunden, also alle touristischen Gäste der Parkregion, nach ihren Ausgaben befragt. Um herauszufinden, welcher Anteil der touristisch induzierten Wertschöpfung auf den Park zurückgeführt werden kann, muss in der Umfrage nach der Rolle des Parks, in der Entscheidung in die Parkregion zu reisen, gefragt werden. Bisherige Resultate zeigen, dass sowohl der Anteil parkaffiner Gäste, wie auch die durch den Park ausgelöste Wertschöpfung stark variieren (Knaus & Backhaus 2014): In der Biosfera Val Müstair kommen 12% aller Gäste wegen des Parks in die Region und lösen im Jahr 2012 eine Wertschöpfung von CHF 3.8 Mio. aus, in der UNESCO Biosphäre Entlebuch sind 16% der Gäste Parkgäste und lösen im Jahr 2011 eine Wertschöpfung von CHF 5.2 Mio. aus. In Nationalparkregion schliesslich reisen 35% der Gäste wegen des Nationalparks an und lösen im Jahr 2012 eine Wertschöpfung von CHF 19.7 Mio. aus.

Im vorliegenden Projekt wird die touristisch induzierte Wertschöpfung für die vier Schweizer Naturpärke *Parc Ela*, *Landschaftspark Binntal*, *Naturpark Ganttrisch* und *Parc Jura vaudois* ermittelt (Abbildung 1.1). Es wird dabei auf die bewährte, nachfrageorientierte Methode zurückgegriffen, die von Küpfer (2000) eingeführt und später von Knaus (2012), Backhaus (2013) und Knaus & Backhaus (2014) weiterentwickelt wurde. Das Projekt verfolgt zwei Ziele. Das erste Ziel ist inhaltlicher Art: Für die vier untersuchten Pärke sollen (1) der Parkfaktor, also der Anteil Gäste, die wegen des Naturparks in die Region reisen, (2) die Schwankungen dieses Anteils zwischen Sommer-, Wintersaison und (3) die jährliche touristische Wertschöpfung ermittelt werden. Ein zweites Ziel ist methodischer Art: Die bestehende Befragungsmethode soll weiter verfeinert und noch besser auf den Kontext der Naturpärke angepasst werden. Ein Fokus wird dabei darauf gelegt, den Parkfaktor genauer zu bestimmen, verschiedene Varianten der Hochrechnung der Gesamtgästezahlen zu vergleichen sowie die Affinität und Typologie der Besucher hinsichtlich online-Umfragen zu ermitteln. Mit der Weiterentwicklung dieser Bereiche kann eine Grundlage für kostengünstige, valide, zukünftige Wertschöpfungsstudien in Schweizer Naturpärken gelegt werden.

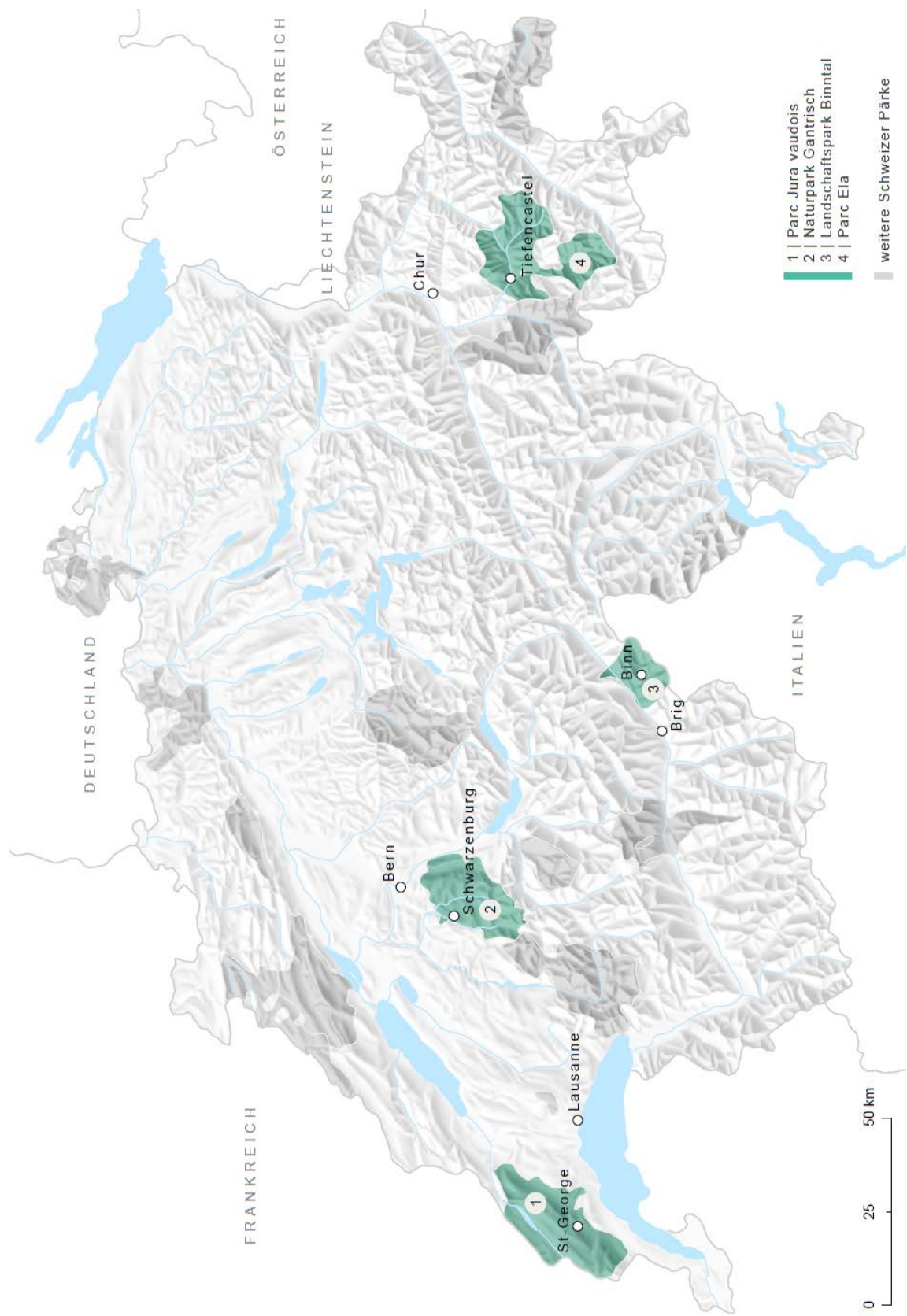


Abbildung 1.1: Lage der vier untersuchten Naturpärke in der Schweiz. © Netzwerk Schweizer Pärke 08/18; Daten: Netzwerk Schweizer Pärke und Bundesamt für Umwelt, swisstopo.

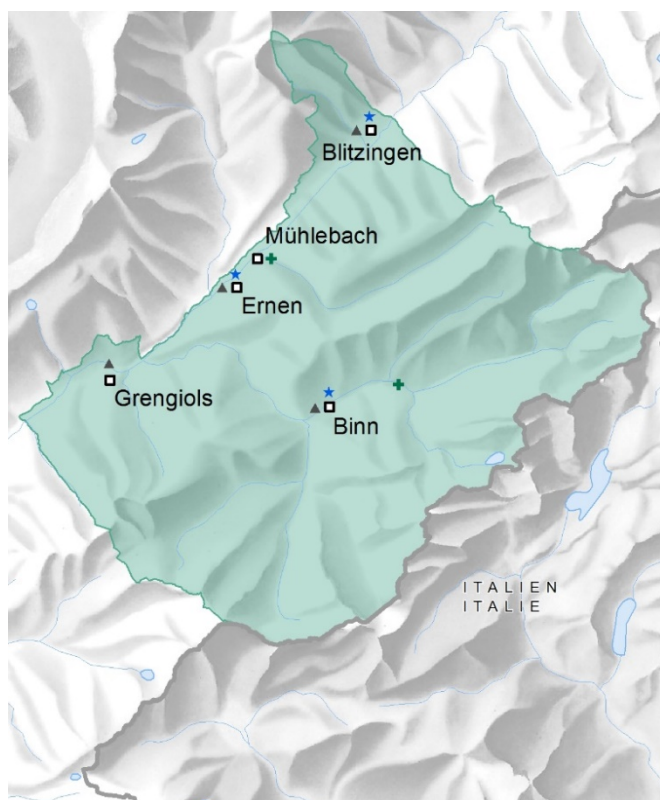
2. Methode

2.1 Verteilstellen und Verteiltage

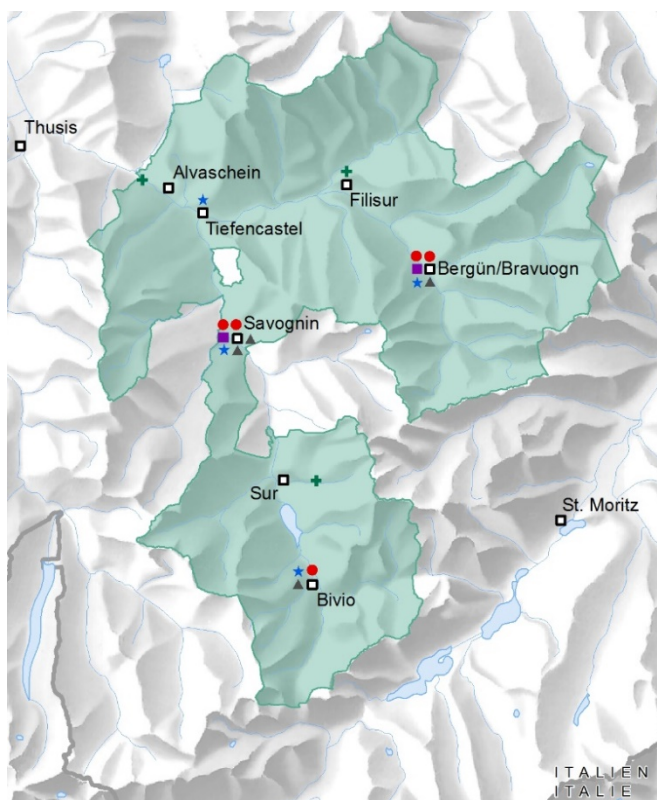
Für die Ermittlung der Parameter zur Berechnung der Wertschöpfung wurden Umfragen in den vier Naturpärken durchgeführt. Zusammen mit den Parkverantwortlichen und Touristikern in den Parkregionen wurden in einem ersten Schritt die strategisch wichtigsten Orte für die Fragebogenverteilung definiert. Diese sollen in ihrer Summe an einem Verteiltage Zugang zu einem Grossteil (ca. 90%) der im Park präsenten Gäste ermöglichen. Ebenfalls sollen mithilfe dieser strategisch wichtigen Orte alle Gästetypen erreicht werden. Mit diesen beiden Ansätzen soll für die Stichprobe also – bei unbekannter Grundgesamtheit – ein möglichst repräsentatives Bild der Parkbesucher erreicht werden. Pro Park wurden 5 – 15 Verteilstellen definiert (Abbildung 2.1, Details zu den Verteilorten in Anhang A2). Die Verteilstellen können sich je nach Park zwischen Winter-, Sommer- und Nebensaison unterscheiden, da je nach Saison die strategische Relevanz der Verteilstellen variieren kann. An den Verteilstellen wurden während eines ganzen Jahres, verteilt auf mindestens 24 Tage, jeweils halbtägig Fragebögen verteilt. Entweder wurden am Morgen zwischen 7 und 12 Uhr die ankommenden oder am Nachmittag von 15 bis 21 Uhr die abgehenden Gäste mit den Fragebögen bedient. An den Verteilstellen wurden die Anzahl verteilter Fragebögen und Postkarten, sowie die Anzahl abgelehnter Fragebögen und Postkarten festgehalten und so eine Abschätzung der Gästefrequenz pro Standort vorgenommen (siehe auch Anleitung an Verteiler*innen im Anhang A3). Die Verteildaten sind dabei stratifiziert nach Wochentagen und Wochenendtagen (mind. je 12 Tage), Saison (Hochsaison Sommer mind. 10 Tage, Winter 6; Tiefsaison Frühling 4, Herbst 4) und Wetter (mind. je 12 Tage schön resp. regnerisch). Neben den vordefinierten Verteiltagen (Tabelle 2.1) wurde auch das Wetter als Stratum miteinbezogen, das nicht vorausgeplant werden konnte. Bei unausgeglichener Bilanz zwischen Regen- und Sonnentagen wurden spontan Verteiltage verschoben. Trotzdem konnten nicht alle vordefinierten Anforderungen an die Straten erreicht werden (Tabelle 2.1).

Tabelle 2.1: Fragebogen-Verteiltage in den 4 Naturpärken. Hochsaison (orange), Nebensaison (beige) während der Projektdauer von Mai 2017 bis Juni 2018.

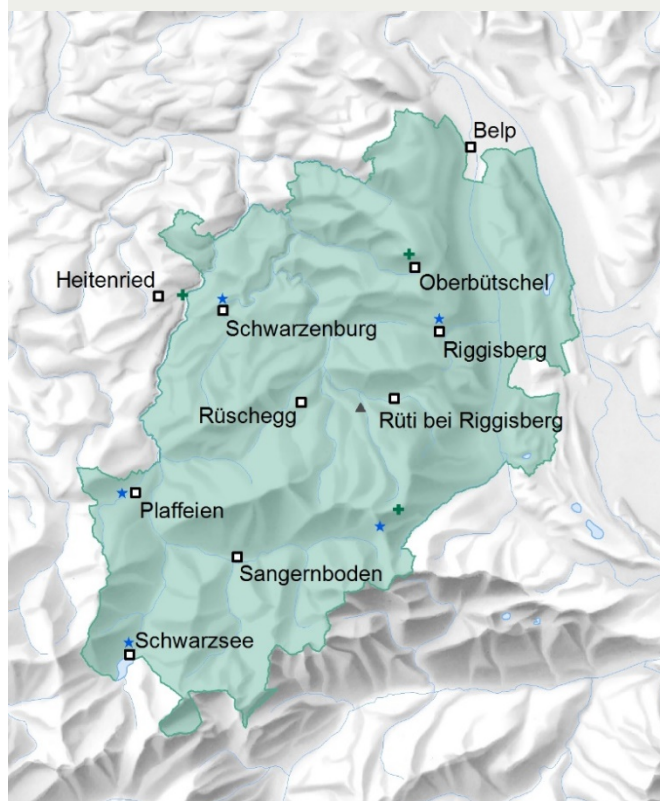
Verteiltage	Binntal	Parc Ela	Gantrisch	Jura vaudois
1	16.05.2017	16.05.2017	16.05.2017	01.07.2017
2	27.05.2017	27.05.2017	27.05.2017	16.07.2017
3	13.06.2017	10.06.2017	18.06.2017	27.07.2017
4	18.06.2017	18.06.2017	28.06.2017	08.08.2017
5	28.06.2017	28.06.2017	02.07.2017	20.08.2017
6	02.07.2017	01.07.2017	15.07.2017	30.08.2017
7	15.07.2017	15.07.2017	27.07.2017	04.09.2017
8	27.07.2017	27.07.2017	08.08.2017	16.09.2017
9	08.08.2017	08.08.2017	20.08.2017	24.09.2017
10	20.08.2017	20.08.2017	04.09.2017	05.10.2017
11	04.09.2017	04.09.2017	16.09.2017	21.10.2017
12	16.09.2017	16.09.2017	05.10.2017	28.10.2017
13	05.10.2017	05.10.2017	21.10.2017	02.11.2017
14	21.10.2017	21.10.2017	02.11.2017	15.12.2017
15	28.10.2017	28.10.2017	17.11.2017	29.12.2017
16	02.11.2017	02.11.2017	29.12.2017	21.01.2018
17	15.12.2017	15.12.2017	21.01.2018	10.02.2018
18	29.12.2017	29.12.2017	10.02.2018	28.02.2018
19	21.01.2018	21.01.2018	28.02.2018	04.03.2018
20	10.02.2018	10.02.2018	04.03.2018	13.03.2018
21	28.02.2018	28.02.2018	13.03.2018	12.04.2018
22	04.03.2018	04.03.2018	12.04.2018	14.05.2018
23	13.03.2018	13.03.2018	22.04.2018	26.05.2018
24	12.04.2018	12.04.2018		09.06.2018


LANDSCHAFTSPARK BINNTAL

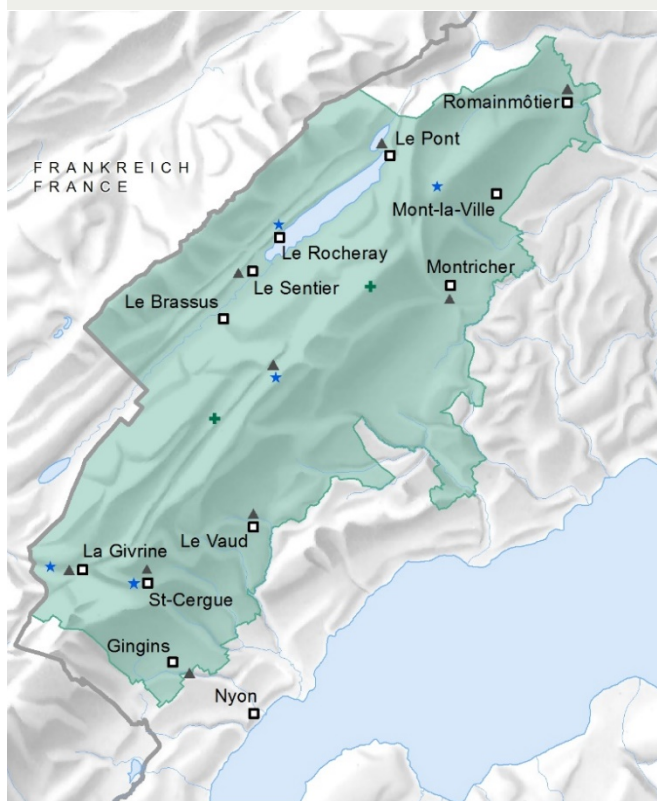
0 5 10 km


PARC ELA

0 5 10 km


NATURPARK GANTRISCH

0 5 10 km


PARC JURA VAUDOIS

0 5 10 km

Abbildung 2.1: Fragebogen-Verteilstellen in den 4 Naturparks. Rot/Kreis: Hotel, Grün/Kreuz: Restaurant, Violett/Quadrat: Bergbahn, Blau/Stern: ÖV-Haltestelle, Grau/Dreieck: andere. Schwarze Quadrate sind Ortschaftszentren. © Netzwerk Schweizer Pärke 08/18; Daten: Netzwerk Schweizer Pärke und Bundesamt für Umwelt, swisstopo.

Tabelle 2.2: Aufteilung der Verteiltage auf die vorgegebene Stratifizierung. Grün: geplante Verteiltage erreicht, gelb: geplante Verteiltage annähernd erreicht, rot: geplante Verteiltage nicht erreicht.

Anforderungen an Verteiltage	effektive Verteiltage			
	Binntal	Ela	Gantrisch	Jura vaudois
Wintersaison				
2x schönes Wetter Wochentag	3	3	2	1
1x schlechtes Wetter Wochentag	0	0	1	2
2x schönes Wetter Wochenende	2	1	1	1
1x schlechtes Wetter Wochenende	1	2	2	2
Sommersaison				
3x schönes Wetter Wochentag	4	2	3	4
2x schlechtes Wetter Wochentag	1	3	2	1
3x schönes Wetter Wochenende	3	2	4	4
2x schlechtes Wetter Wochenende	2	3	1	2
Nebensaison				
2x schönes Wetter Wochentag	4	2	4	3
2x schlechtes Wetter Wochentag	1	2	0	1
2x schönes Wetter Wochenende	3	4	3	3
2x schlechtes Wetter Wochenende	0	0	0	0

2.2 Umfragemethode

Für die Umfragen wurde ein Mixed-Mode-Survey gewählt: An den Verteilstellen wurde jeweils gefragt, ob die Gäste die Umfrage online oder schriftlich ausfüllen möchten. Im ersten Fall wurde eine Postkarte mit einem QR-code und URL-link abgegeben, im zweiten Fall der identische, gedruckte Fragebogen mit Rückantwortcouvert. Die Gäste wurden gebeten, die Umfrage jeweils am Abend des Tages zu beantworten. Bei der online-Umfrage wurde mit dem Provider www.unipark.de (Cleverbridge AG, Köln) gearbeitet. Für jeden Park wurde eine eigene Umfrage eingerichtet, jeweils in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch. Die eingesetzten Verteilpersonen waren an ihren Einsätzen neutral gekleidet und nicht als Parkmitarbeitende zu erkennen, um eine mögliche Beeinflussung der Umfrage auszuschliessen.

Die Kombination der zwei Methoden wurde aus mehreren Gründen gewählt: (1) um sowohl technik-averse wie auch technik-affine Gäste in der Umfrage zu berücksichtigen und so die Rücklaufquote zu erhöhen, (2) um abzuschätzen, wie gross der Anteil beider Gästegruppen ist und (3), um bei der Auswertung der Daten zu ermitteln, ob zwischen online und gedruckter Teilstichprobe Unterschiede bezüglich Gästecharakteristiken festzustellen sind. Dies ist eine höchst relevante Information für eine kostengünstige Ausgestaltung von zukünftigen Studien, denn die Reduktion auf eine online-Umfrage mit Postkarten ist wesentlich günstiger, als die Variante mit gedruckten Fragebögen: Es müssen nur Postkarten gedruckt werden und eine online-Umfrage aufgesetzt werden. Als Nachteil ist mit relativ tiefen Rücklaufquoten zu rechnen (wohl ca. 10-15%). Bei der Variante mit gedruckten Bögen muss neben der Umfrage das Rückantwortcouvert gedruckt werden, die Antworten eingelesen resp. eingetippt werden und es fallen Portokosten an. Dafür ist die Rücklaufquote höher (wohl ca. 15-25%). Experten gehen dazu davon aus, dass die online-Variante wesentlich zukunftssträchtiger ist (M. Stauffacher, mündlich).

2.3 Umfrageinhalte

Die Umfrage wurde stark an diejenige von Küpfer (2000) und Knaus (2012) angelehnt und mit Fragen von Seiten der involvierten Pärke ergänzt. Identisch sind die Fragen nach Aufenthaltsdauer, Unterkunftstyp, Informationsquellen, Tagesausgaben und der Rolle, welche die Pärke in der Entscheidung der Gäste, in die Region zu reisen, gespielt haben. Diese Inhalte erlauben es, die Berechnung der parkinduzierten Wertschöpfung identisch mit den vorherigen Studien (Küpfer 2000, Knaus 2012 und Backhaus et al. 2013)

vorzunehmen. Als methodische Neuerung wurde die offene Frage nach den Faktoren, die neben dem Park eine Rolle gespielt haben, in die Region zu reisen, eingefügt. Diese soll erlauben, die Parkaffinität der Besucher, die den Park als ein Faktor von vielen in der Entscheidung, in die Region zu reisen, angegeben haben (Antwortkategorie „unter anderem“), weiter zu differenzieren. Diese Differenzierung wurde von Küpfer (2000) nicht, von Knaus (2012) über die verwendeten Informationsquellen und bei Backhaus et al. (2013) über eine komplizierte Verrechnung verschiedener Informationen vorgenommen. Die Differenzierung ist nötig, weil die Wertschöpfung eines Gasts, der nur „unter anderem“ wegen des Parks in die Parkregion reist, nicht vollständig dem Park zugeschrieben werden darf (siehe Knaus 2012). Dem Park zugeschrieben soll der Teil der Wertschöpfung, der dem relativen Gewicht des Faktors „Park“ in der Gesamtheit aller Entscheidungsfaktoren, die den Gast dazu veranlasst hat, in die Region zu reisen, entspricht. Die neu eingeführte Frage, soll diese Gesamtheit abbilden. Beim Deutschen Ansatz (z.B. Job et al. 2005) werden die Befragten durch die Formulierung der Frage gezwungen, sich zu entscheiden, ob der Park eine grosse oder kaum eine Rolle gespielt hat. Dies blendet aus, dass gerade in Naturparks und Biosphärenreservaten die Gäste vielfach aufgrund einer Kombination von verschiedenen Gründen in die Region reisen und unterschätzt somit tendenziell die Rolle des Parks in der Entscheidungsfindung.

Neben den wertschöpfungsorientierten Fragen wurden weitere Fragen in den Fragebogen aufgenommen, die in einem Workshop mit allen beteiligten Pärken erarbeitet wurden. Der Fragebogen (siehe Anhang A1) entspricht somit einer Synthese der Interessen der Pärke hinsichtlich einer Gästebefragung. Er ist für alle vier Parkregionen identisch.

2.4 Auswertung der Daten

Die schriftlich ausgefüllten Fragebögen wurden von Zivildienstleistenden und Praktikanten des Netzwerks Schweizer Pärke in eine separate Version des online-Fragebogens eingetippt. Dies wurde gemacht, um später die schriftlichen von den online-Antworten unterscheiden zu können. Die Daten aller ausgefüllten Fragebögen (online und gedruckt) konnten schliesslich direkt vom Provider Unipark bezogen werden. In einem ersten Schritt wurden die Daten auf ihre Plausibilität überprüft, indem jede Variabel einzeln sortiert und begutachtet wurde. Datensätze aus Fragebögen mit mutwillig falschen Angaben wurden entfernt (z.B. Ausgaben von mehreren CHF 10'000.-). Anwohner der Untersuchungsgemeinden wurden ebenfalls entfernt (365 Tage Unterkunft). Fehlerhafte Daten wurden entweder gelöscht oder in das passende Format umgewandelt. Die Eingaben bezüglich Geldausgaben wurden aufsummiert und mit dem angegebenen Total verglichen. Im Falle von unterschiedlichen Summen wurde mit der höheren Summe weitergerechnet. Personen, die keine Angaben zu Ausgaben gemacht haben wurden in der Berechnung weggelassen, da unklar ist, ob sie etwas ausgegeben haben oder nicht.

Die Eingaben der offenen Fragen wurden mittels einer nicht-abschliessenden Codierung codiert, welche ähnliche Antworten in iterativer Weise in Kategorien zusammenfasst. Die Antworten zu allen Fragen wurden danach separat für die Wintersaison (Dezember bis April) und Sommersaison (Mai bis November) ausgewertet. Bei allen Auswertungen wurden nicht beantwortete Fragen, also fehlende Daten, nicht in die Auswertung einbezogen. Alle Auswertungen wurden mit SPSS 24.0.0. (IBM SPSS Statistics Inc.) ausgeführt.

2.4.1 Gästefrequenz

Die Gästefrequenz entspricht der aufsummierten Anzahl an Gästen, die sich an jedem Tag einer Untersuchungsperiode im Park aufhalten. Sie integriert also die Anzahl Gäste mit ihrer Aufenthaltszeit. Wenn die Anzahl Gäste im Park bekannt ist, kann diese mit den jeweiligen durchschnittlichen Aufenthaltsdauern multipliziert werden, um die Gästefrequenz zu erhalten. Die durchschnittlichen Übernachtungsdauern können aus den Umfragedaten ermittelt werden. Die Gästefrequenz wurde in der vorliegenden Studie auf zwei verschiedene Methoden bewerkstelligt:

1. In einem ersten Ansatz wurden mittels der Zählungen der Gäste bei den Verteilstellen die durchschnittlichen Gästefrequenzen für Tage der Sommer-, Winter- und Nebensaison berechnet. Die Aufteilung in die Saisons ist hier eine andere, als in den vorherigen Auswertungen, da hier für die Extrapolationen stärker differenziert werden soll. Die Sommersaison dauert von Mitte Juni bis Mitte Oktober, die Wintersaison von Mitte Dezember bis Ende März. Die Zeiträume dazwischen gelten als Zwischensaison. Die durchschnittliche Anzahl Gäste pro Saison wurden dabei weiter

aufgeteilt in Tage mit prognostiziertem gutem und schlechtem Wetter (jeweils die Prognose des vorherigen Tages). Mittels Wetterdaten der ganzen Untersuchungsperiode, konnten diese Durchschnittswerte auf die Gästefrequenz eines ganzen Jahres extrapoliert werden. Hierzu wurden die von der Meteoschweiz zur Verfügung gestellten 24-Stunden-Prognosen für die Sonnenscheindauer und die Niederschlagsmenge mittels einer binominalen Regression den Wettertypen «gut» und «schlecht» zugeordnet und darauf basierend für jeden Tag (Zieltag der Prognose) die Wettergüte bestimmt (siehe Anhang A5). Es wurde ein und dasselbe Wettermodell für alle Pärke verwendet. Dieser Ansatz der Berechnung ist relativ ungenau, weil nicht klar ist, wie gross der Anteil der effektiv gezählten Gäste am Gesamtanteil der im Park an einem Tag präsenten Gäste ist.

2. In einem zweiten Ansatz wurde auf Basis des relativen Anteils der Hotelgäste an der Gästefrequenz in der vorliegenden Stichprobe (Anteil der Übernachtungsgäste in Hotels relativ zu allen Gästen) und den verzeichneten Logiernächten des Bundesamtes für Statistik (BFS) für die entsprechende Periode der Untersuchung (Total 1 Jahr) auf die gesamte Gästefrequenz geschlossen. Dieser Ansatz ist im Vergleich zum vorherigen relativ genau, da die Logiernächte systematisch erhoben werden. Bei Gemeinden, die nicht vollständig im Park liegen und für die gleichzeitig Daten auf Gemeindeebene seitens BFS vorliegen, wurden die Logiernächte korrigiert. Dazu wurden die Logiernächte mit dem Anteil der Gemeinde, der im Park liegt, multipliziert. Dies beinhaltet eine gewisse Ungenauigkeit, da die Hotels und die Logiernächte räumlich nicht gleichmässig verteilt sind. Genauere Berechnungsmöglichkeiten fehlen jedoch, weshalb mit dieser simplen Annahme gerechnet wird.

Die Resultate wurden anschliessend verglichen und basierend auf den Diskrepanzen und der beeinflussenden Faktoren die plausibelste Zahl festgelegt.

2.4.2 Touristisch-induzierte Wertschöpfung

Zur Berechnung der Wertschöpfung wurde zuerst der Bruttoumsatz berechnet. Dieser geht aus der Multiplikation der Gästefrequenz mit den durchschnittlichen täglichen Ausgaben hervor. Bei dieser Multiplikation wurden die verschiedenen Unterkunftstypen differenziert, um ein genaueres Resultat zu erhalten. Vom Bruttoumsatz wurden danach pauschal 8% Mehrwertsteuer abgezogen. Dies ist nicht gänzlich genau, da Nahrungsmittel nur mit 2.5% belastet werden. Es konnten jedoch nicht bei jeder Ausgabekategorie eine genaue Zuweisung des Mehrwertsteuersatzes gemacht werden, weshalb mit dem einheitlichen, höheren Satz gerechnet wurde. Ausgehend von diesem direkten Nettoumsatz wurden die indirekten und induzierten Nettoumsätze mittels Multiplikatoren berechnet. Diese decken (1) Vorleistungen ab, die in der Region aufgrund der Gästenachfrage nachgefragt werden sowie (2) Einkommenseffekte. Einkommenseffekte kommen durch die Nachfrage zustande, welche Angestellte der Tourismusbranche in der Region auslösen. Beide Komponenten wurden für alle Pärke mit den analogen Multiplikatoren von Küpfer (2000) folgendermassen berechnet:

$$\text{Regionale Vorleistungen} = \text{Nettoumsatz} * 0.43$$

$$\text{Einkommenseffekte} = (\text{Nettoumsatz} + \text{Regionale Vorleistungen}) * 0.22$$

Zur Berechnung des gesamten, touristisch induzierten Nettoumsatzes, werden die drei Komponenten Nettoumsatz, regionale Vorleistungen und Einkommenseffekte summiert. Zur Ableitung der daraus generierten regionalen Wertschöpfung wird analog zur Vorgehensweise von Knaus (2012) auf den generellen Anteil der Bruttowertschöpfung am Umsatz über alle Sektoren hinweg zurückgegriffen. Gemäss BFS (2018) beträgt dieser aktuell 49.1%. Der Einfachheit halber, wird mit einem Wert von 50% gerechnet. Dies entspricht einem groben, über die verschiedensten Branchen gemittelten, verallgemeinerten Wert.

2.4.3 Parkinduzierte Wertschöpfung

Zur Ableitung des parkinduzierten Anteils der touristischen Wertschöpfung muss der Parkfaktor ermittelt werden. Er entspricht dem Anteil der Gäste, die wegen des Parks in die Region reisen. Dies geschieht über die Frage nach der Rolle des Parks in der Entscheidung, in die Region zu reisen (Frage 8, siehe Anhang A1). Gäste, die dem Park keine (Antwort: *nein*) oder kaum (Antwort: *kaum*) eine Rolle zuweisen, sind nicht wegen des Parks in die Region gereist. Bei Gästen, die dem Park eine Rolle unter anderen zuweisen

(Antwort: ja, unter anderem), wird mit Hilfe der anschliessenden Frage nach weiteren Gründen für die Reise, die relative Rolle des Parks in ihrer Entscheidung ermittelt. Dazu wird gezählt, wie viele weitere Gründe angegeben wurden und dem Park der so resultierende, relative Anteil zugewiesen. Zur Berechnung des relativen Anteils wird die gemittelte Anzahl Gründe pro Park mit 1 addiert (der Park ist ja ein weiterer Grund) und der Anteil der Antworten mit «ja, unter anderem» durch diese Gesamtzahl an Gründen dividiert. Es wird also angenommen, dass alle Gründe mit gleicher Gewichtung in die Entscheidung einfließen. Dieser berechnete Anteil wird mit dem Anteil der Gäste, die dem Park eine wichtige Rolle (Antwort: *ja, eine wichtige*) zuweisen, zum Parkfaktor aufsummiert. Zur Berechnung der parkinduzierten Wertschöpfung wird die touristisch induzierte Gesamtwertschöpfung mit dem Parkfaktor multipliziert.

2.4.4 Beurteilung der parkinduzierten Wertschöpfung

Für die Abschätzung, welchen Einfluss sowohl die touristisch induzierte, wie auch die parkinduzierte Nachfrage in der Region ausübt, wird die berechnete Wertschöpfung in Arbeitsstellenäquivalente umgerechnet. Als Grundlage für die Umrechnung dient die Bruttowertschöpfung pro Arbeitsplatz im dritten Sektor von Regiosuisse (2014). Die Daten liegen bereits etwas weiter zurück und sind nur für grössere Regionen erhältlich, die nicht deckungsgleich mit den Parkperimetern sind. Sie können also nur als Grössenordnungen interpretiert werden. In der Annahme, dass die Pärke meist in den am wenigsten entwickelten Gebieten dieser Regionen liegen, werden jeweils die tiefsten Werte, der von Regiosuisse (2014) angegebenen Spannweite übernommen. Es sind dies für Binntal CHF 92'000, für Ela 108'000, für Gantrisch 84'000 und für Jura vaudois 92'000. Diese Schätzungen fallen eher hoch aus, da sie nicht nur die touristischen Branchen, sondern den gesamten Dienstleistungssektor abdecken, wozu auch Banken, Versicherungen, etc. dazugehören, die wesentlich höhere Bruttowertschöpfungswerte aufweisen, als z.B. das Gastgewerbe. Die ermittelten Vollzeitstellenäquivalente werden in Relation zu den Vollzeitstellenäquivalenten der Parkregion gesetzt. Gemäss BFS (2017) betragen diese für das Jahr 2014 (aktuellste Zahlen für) für Binntal 388, Ela 4'213, Gantrisch 12'815 und Jura vaudois 13'894.

Eine weitere Einordnung der parkinduzierten touristischen Wertschöpfung wird mittels des Vergleichs mit den jeweiligen Parkbudgets sowie mit den eingesetzten öffentlichen Geldern gemacht. Dies zeigt auf, wie Kosten und Nutzen der eingesetzten Gelder zueinanderstehen.

3. Resultate

3.1 Stichprobe, Rücklauf, Umfragemedium und Sprache

In den 4 Pärken konnten überall akzeptable Stichprobengrößen erreicht werden: Im Parc Ela sind es insgesamt 1'288 gültige Fragebögen, davon 952 im Sommer und 336 im Winter, im Naturpark Gantrisch sind es 1'422, davon 962 im Sommer und 460 im Winter, im Parc Jura vaudois 1'130 wovon 805 im Sommer und 325 im Winter. Im Landschaftspark Binntal sind es mit insgesamt 737 leicht weniger, wobei hier der Winter mit einer Stichprobe von nur gerade 136 sehr dürrtig ausfällt. Für den Sommer sind es 601. Wie oben erwähnt, können keine Aussagen über die Repräsentativität der Stichprobe gemacht werden, da die Grundgesamtheit unbekannt ist. Die Repräsentativität ist in diesem Falle gekoppelt mit der Anzahl gültiger Fragebögen und mit der Verteilaktivität im Park. Wenn diese alle Touristenströme im Park gleichmässig und vollständig abgedeckt hat, so kann von einer hohen Repräsentativität ausgegangen werden.

Sowohl im Naturpark Gantrisch (861 online vs. 561 print) als auch im Parc Jura vaudois (589 online vs. 541 print) haben die Mehrzahl der Antwortenden die Postkarten verwendet, um den Fragebogen online auszufüllen (Tabelle 3.1). Im Parc Ela (392 online vs. 896 print) und noch viel stärker im Binntal (95 online vs. 642 print) wurden die Fragebögen mehrheitlich in der traditionellen, ausgedruckten Form ausgefüllt. Die starke Unausgeglichenheit zwischen online und print im Binntal kann auf eine im Vergleich zu den anderen Pärken unterschiedliche Verteilstrategie hindeuten. Die Rücklaufquoten fallen alle überdurchschnittlich aus und liegen zwischen 19 und 32% für die online Variante sowie zwischen 33 und 57% bei der print-Variante (Tabelle 3.1). Die Verteilerinnen und Verteiler haben ihre Aufgabe gut gelöst, respektive, die Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer waren motiviert, ihre Erfahrungen und Ansichten über die Umfrage weiterzugeben.

Tabelle 3.1: Anzahl verteilter und zurück erhaltener Fragebögen bei der Umfrage mit entsprechender Rücklaufquote.

	Verteilt		Rücklauf		Rücklaufquote (in%)	
	Postkarten/ online	Frage- bögen	Postkarten/ online	Frage- bögen	Postkarten/ online	Frage- bögen
Binntal	296	1130	95	642	32	57
Ela	1575	1583	392	896	25	57
Gantrisch	4565	1669	861	561	19	33
Jura vaudois	2627	1001	589	541	22	54

Bezüglich der gewählten Sprache dominieren in den drei Deutschschweizer Pärken die Deutsche Sprache, während Französisch und Englisch nur im einstelligen Prozentbereich liegen: Im Binntal wurden 96% in Deutsch, 3% in Französisch und 1% in Englisch ausgefüllt, im Ela 97% Deutsch, 1% Französisch und 2% Englisch, im Gantrisch 92% Deutsch, 7% Französisch und 1% Englisch. Der Jura vaudois weicht leicht von diesem Muster ab. Hier haben 81% den Fragebogen in Französisch, 14% in Deutsch und 5% in Englisch ausgefüllt.

3.2 Gästecharakteristiken

3.2.1 Herkunft

Die Gäste in allen vier Pärken stammen hauptsächlich aus der Schweiz, im Winter etwas ausgeprägter als im Sommer. Weitere wichtige Gästegruppen reisen aus Frankreich, Deutschland, Holland und Luxemburg an (Tabelle 3.2). Alle anderen Herkunftsländer sind mit weniger als 1% vertreten, es sind hauptsächlich weitere europäische Länder. Im Parc Jura vaudois sind zahlenmässig die meisten Länder vertreten, wobei insbesondere im Sommer zahlreiche fernere Länder vertreten sind wie z.B. Brasilien, Kanada, Japan, Russland oder die USA.

Tabelle 3.2: Herkunft der Gäste in den vier untersuchten Naturpärken (Anteile in % aller Gäste)

in %	Schweiz	Frankreich	Deutschland	Holland	andere
Binntal Sommer	80	0.2	13	3	4
Binntal Winter	96	0	4	0	0
Ela Sommer	84	1	10	2	3
Ela Winter	89	0.3	9	1	1
Gantrisch Sommer	97	0.1	2	0	1
Gantrisch Winter	99	0	1	0	0.4
Jura vaudois Sommer	82	12	2	0.2	4
Jura vaudois Winter	84	13	1	0	3

Bei den Schweizer Gästen und ihren genauen Herkunftsorten zeigt sich, dass für das Binntal und Ela die Gäste aus sehr vielen Regionen der Schweiz anreisen und die Herkunftsorte breiter verteilt sind, als im Gantrisch und Jura vaudois (Abbildung 3.1a/b): Bei den Letzteren sind die städtischen Zentren die klaren Ursprungsgebiete der Gäste. Im Winter ist das bei allen Pärken weniger der Fall, da sind die Herkunftsorte stärker konzentriert. Im Sommer und im Winter zeigt sich die Wichtigkeit der periurbanen und urbanen Gebiete als Ursprungsort: Im Parc Ela stammt die grösste Zahl der Gäste aus der Stadt Zürich (ca. 10%), die zweitgrösste aus Winterthur (ca. 5%). Aus dem Kanton Zürich sind es rund 25% im Sommer und 40% im Winter. Alle anderen Orte und Kantone liegen weit zurück (z.B. Kanton Schwyz mit 4.2% im Sommer und 5.4% im Winter). Aus dem eigenen Kanton (GR) stammen nur etwa 5% der Gäste. Für den Gantrisch ist die Stadt Bern der Hauptursprungsort der Gäste, von da reisen im Sommer 28% im Winter 31% aller Gäste an. Weitere wichtige Orte sind Thun (rund 10%). Aus der nahen Umgebung stammen hier jedoch rund 16% (Sommer), respektive 25% der Gäste (Winter), aus dem Kanton Fribourg 10%, respektive 16%. Das Publikum stammt also im Vergleich zum Parc Ela wesentlich stärker aus der näheren Umgebung. Im Binntal ist der wichtigste Teil der Gäste aus Brig und Umgebung (12% im Sommer, 25% im Winter), hier fungiert die Stadt Bern als relativ nahes urbanes Zentrum auf dem zweiten Platz mit einem Beitrag von rund 10% der Gäste im Sommer und 20% im Winter. Als dritt wichtigste Gruppe folgt die Agglomeration Zürich mit 5% im Sommer und 7% im Winter. Ansonsten zeigt sich hier eine breitere Verteilung der Gästeherkunft aus allen Regionen der Schweiz. Für den Jura vaudois sind es die Zentren Genf und Nyon (17% im Sommer, 21% im Winter), Lausanne (12% im Sommer, 17% im Winter) und die Agglomeration zwischen diesen Zentren (23% im Sommer, 30% im Winter), welche den grössten Teil der Gäste ausmachen (insgesamt 52% resp. 68%). Aus der eigenen Region und der näheren Umgebung stammen weitere rund 5% der Gäste.

Die Resultate zeigen, dass die Gäste im Sommer sowohl aus der Schweiz, als auch international aus weiteren Distanzen anreisen und deren Herkunft diverser ist. Im Winter nimmt der Anteil der Gäste aus den urbanen Zentren zu, weil die Gäste aus den ländlicheren Gegenden und grösseren Distanzen ausbleiben.

Herkunft der Gäste (in%)

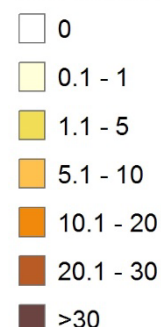


Abbildung 3.1a: Legende zur Abbildung 3.1b (rechts)

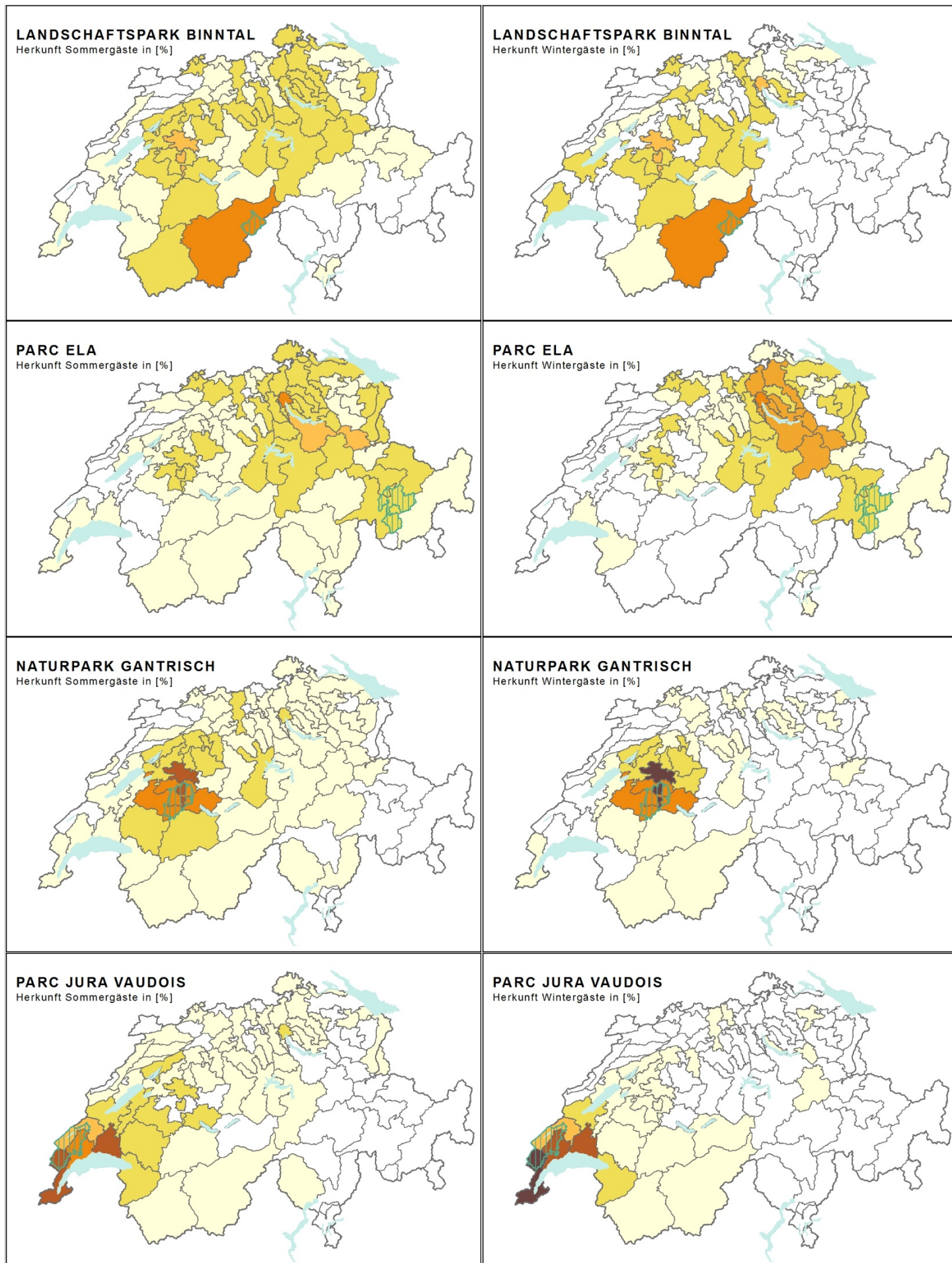


Abbildung 3.1b: Herkunft der Sommergäste (links) und Wintergäste (rechts), in % aller Gäste. Legende siehe links. © Netzwerk Schweizer Pärke 08/18; Daten: Netzwerk Schweizer Pärke und Bundesamt für Umwelt, swisstopo.

3.2.2 Soziodemographie

Das Durchschnittsalter der Gäste beträgt in allen Pärken zwischen 48 und 55 Jahren. Im Sommer ist dabei das Durchschnittsalter in allen Pärken einige Jahre höher: Im Parc Ela beträgt es im Sommer 54 Jahre, im Winter 53 Jahre; im Gantrisch und Jura vaudois 52 respektive 48 Jahre; im Binntal 55 und 53 Jahre. Betrachtet man die Verteilung der Altersklassen (Abbildung 3.2), so zeigt sich, dass in allen Pärken die meisten Gäste zwischen 51 und 70 Jahre alt sind, wobei Parc Ela und Gantrisch im Winter auch die Kategorie der 41- bis 50-jährigen gut mobilisieren kann. Die jüngeren Altersklassen (30-40 Jahre) sind in allen Pärken ausser dem Binntal gut vertreten, bei den 21-30-Jährigen schneiden der Gantrisch und Jura vaudois am besten ab. Der Landschaftspark Binntal und zu einem geringeren Ausmass auch der Parc Ela sollten im Sinne einer langfristigen Gästebindung Angebote und PR auf unter 40-Jährige ausrichten.

Die Gruppengrösse der Gäste variiert unter dem Jahr (Tabelle 3.3): Während im Sommer in allen Pärken besonders gerne zu zweit gereist wird, sind im Winter im Binntal die Gruppenreisen und im Ela die Familienreisen stärker vertreten. Im Gantrisch und Jura vaudois sind zudem die Alleinreisenden ein wichtiges Gästesegment. In allen Pärken und zu beiden Jahreszeiten sind die Familien im Schnitt mit zwei Kindern unterwegs (bis 12 Jahre), während hingegen bei den Jugendlichen (bis 18 Jahre) einige Unterschiede zu finden sind: So finden sich im Parc Ela im Sommer keine Jugendlichen bei den Familien, jedoch reisen im Winter zwischen 1 und 2 Jugendliche mit. Im Gantrisch reisen im Sommer und Winter jeweils 1-2 Jugendliche mit. Im Binntal sind es im Sommer ebenfalls 1-2 Jugendliche und im Winter 2-3, die mit den Familien unterwegs sind. Im Jura vaudois reisen im Sommer 1 Jugendlicher und im Winter 2-3 Jugendliche mit. Bei denjenigen Gästen, die mit einer Gruppe reisen, beträgt die Gruppengrösse im Parc Ela ca. 20 Personen, wobei unter diesen Personen im Winter die Kinder stärker vertreten sind. Im Gantrisch sind es im Schnitt ca. 12 Personen. Im Binntal sind es im Sommer ca. 40 Personen, im Winter hingegen im Schnitt nur ca. 14 Personen. Im Jura vaudois umfasst die durchschnittliche Gruppengrösse im Sommer etwa 13 Personen und im Winter 18 Personen. In allen Pärken sind jeweils mehr als die Hälfte der Gruppenangehörigen Erwachsene, mit zwei Ausnahmen: Im Winter sind sowohl im Parc Ela wie auch im Binntal mehr Kinder, als Erwachsene und Jugendliche zusammen, in den Gästegruppen vorzufinden.

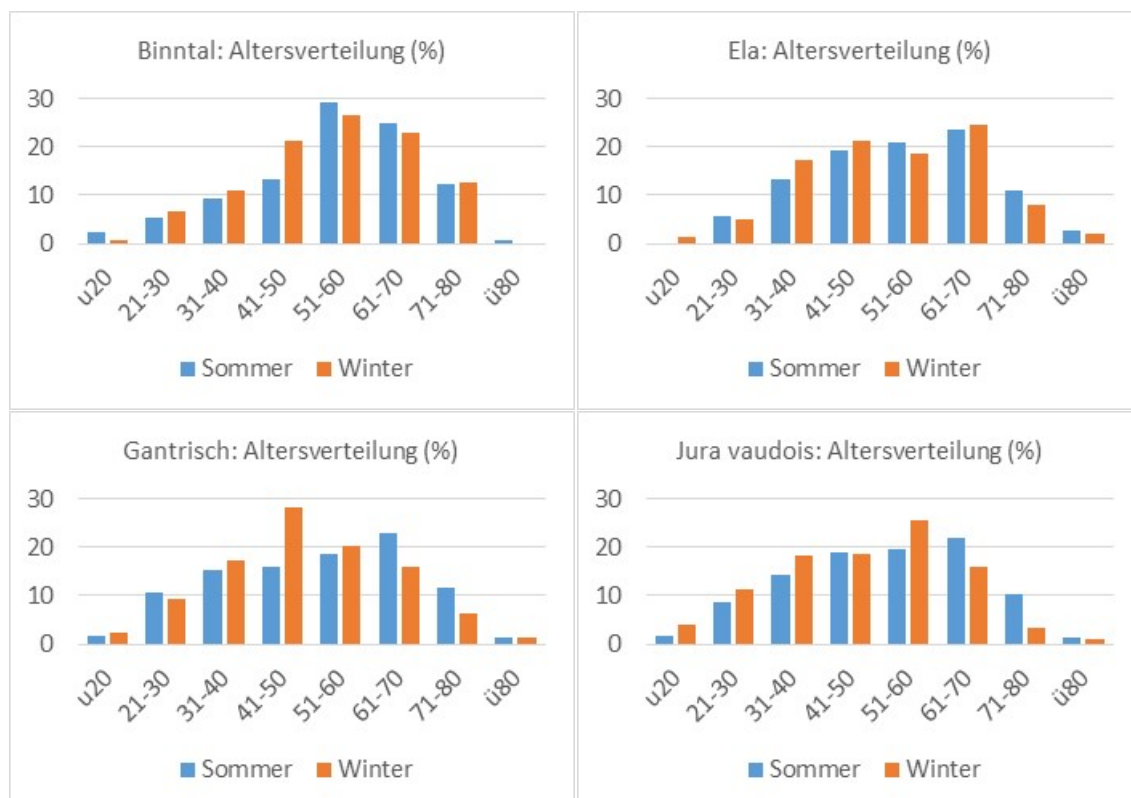


Abbildung 3.2: Verteilung der Gäste in Altersklassen im Sommer und Winter (Anteile in % aller Gäste)

Tabelle 3.3: Anteil der Gäste, die alleine, zu zweit, mit Familie oder mit Gruppe in den Park reisen (in % aller Gäste)

in %	Alleine	Zu zweit	Mit Familie	Mit Gruppe
Binntal Sommer	9	47	20	24
Binntal Winter	8	32	22	38
Ela Sommer	11	44	29	16
Ela Winter	6	36	42	16
Gantrisch Sommer	19	50	17	14
Gantrisch Winter	17	43	29	11
Jura vaudois Sommer	14	48	21	17
Jura vaudois Winter	19	47	25	9

3.2.3 Reiseverhalten

Ein Grossteil der Gäste reist immer wieder in die jeweilige Parkregion oder ist sogar Stammgast, mit nur wenig Differenz zwischen Winter und Sommer (Tabelle 3.4). Im Binntal und Ela können im Sommer im Vergleich zum Gantrisch und Jura vaudois mehr Leute zum erstmaligen Entdecken des Parks in die Region gelockt werden. In diesen zwei Pärken kommen ebenfalls vergleichsweise viele Leute ein zweites Mal, sie scheinen also vom Angebot und Service überzeugt zu sein. Im Gantrisch und Jura vaudois kommen hingegen mehr Gäste, welche die Region schon gut kennen. Für diese zwei Pärke ist es zentral, neue Kundengruppen zu erschliessen, damit die Gästezahl langfristig aufrechterhalten werden kann. Dies kann mit Angeboten geschaffen werden, welche Leute wiederholt zur Anreise animieren. Dasselbe gilt im Übrigen für alle Pärke in der Wintersaison, wo überwiegend Stammgäste in die Region reisen.

Tabelle 3.4: Anteil der Gäste, die das erste Mal, das zweite Mal, einige Male oder als Stammgast in den Park reisen (in % aller Gäste)

in %	Erstes Mal	Zweites Mal	Einige Male	Stammgast
Binntal Sommer	18	13	36	33
Binntal Winter	10	6	39	45
Ela Sommer	18	12	36	34
Ela Winter	10	5	33	52
Gantrisch Sommer	14	8	49	29
Gantrisch Winter	4	2	38	56
Jura vaudois Sommer	13	6	32	49
Jura vaudois Winter	7	3	23	67

Das Hauptreisemittel bei der Anreise ist in allen Naturpärken das Auto, das von 57 bis 84% der Gäste verwendet wird, wobei im Winter dieses Reisemittel stärker genutzt wird, als im Sommer (Abbildung 3.3). Das zweitwichtigste Verkehrsmittel ist der öffentliche Verkehr, der im Parc Ela im Sommer 40% erreicht und im Gantrisch im Winter mit 13% am tiefsten liegt. Alle anderen Anreisemittel werden von weniger als 5% der Gäste genutzt. In der Promotion des öffentlichen Verkehrs besteht somit in allen Pärken noch grosses Potential.

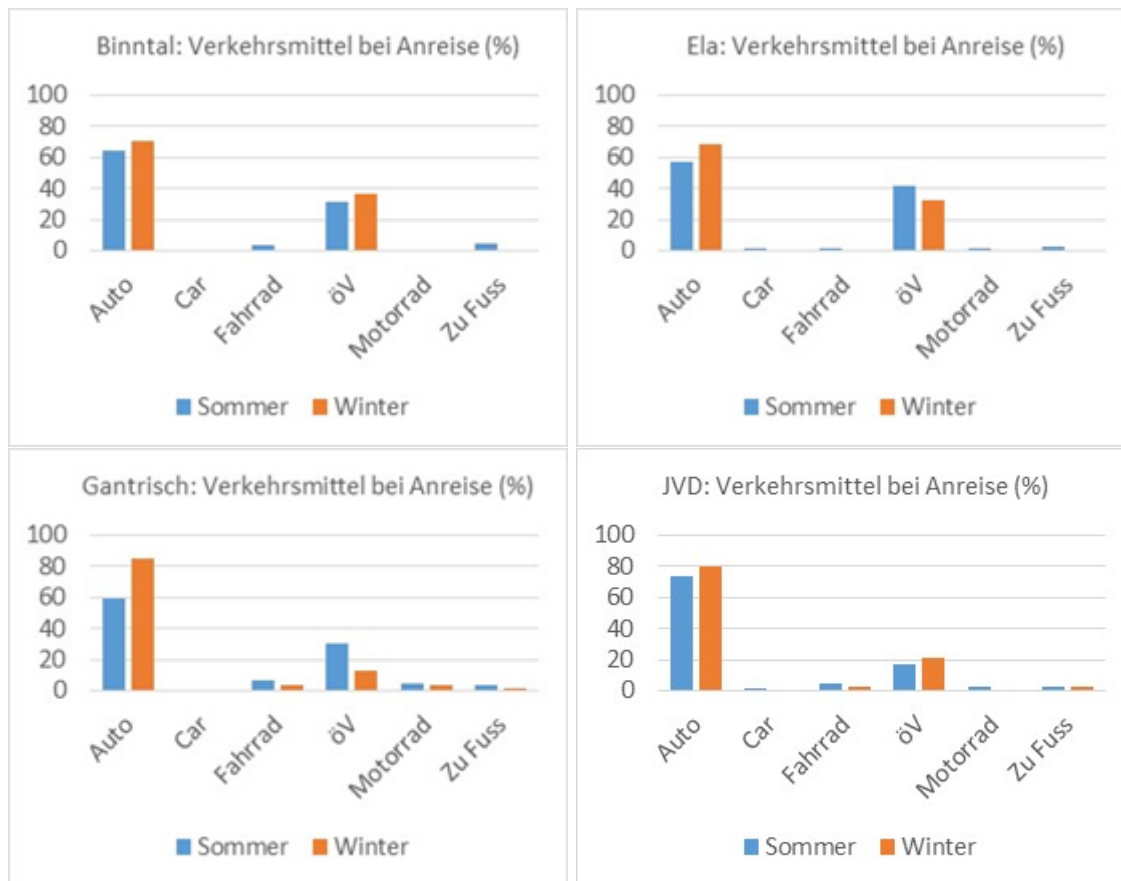


Abbildung 3.3: Anteile der von den Gästen gewählte Reisemittel bei der Anreise in den Park (in % aller Gäste)

Die angereisten Gäste bleiben unterschiedlich lange in den verschiedenen Pärken (Tabelle 3.5, siehe auch Anhang A5.2). Von den angereisten Gästen bleiben im Landschaftspark Binntal im Sommer 77%, im Winter 78% während mehr als einem Tag im Park, wobei 20% respektive 24% ein bis zwei Nächte und 80% respektive 76% ein bis sieben Nächte bleiben. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei den Übernachtungsgästen beträgt 7.5 Nächte im Sommer und 8 Nächte im Winter. Im Sommer sind 23% der Gäste im Binntal Tagesgäste, im Winter 22%. Im Parc Ela sind im Sommer 14% der Gäste Tagesgäste, im Winter 6%. Von den 86%, respektive 94% der Übernachtungsgäste bleiben im Sommer rund 32% ein bis zwei Nächte und 75% ein bis sieben Nächte. Im Winter sind es 11% für ein bis zwei Nächte und 71% für ein bis sieben Nächte. Der Wochenendtourismus spielt also im Winter weit weniger eine Rolle, als im Sommer. Die durchschnittliche Verweildauer bei den Übernachtungsgästen beträgt 7.5 Nächte im Sommer und 9 Nächte im Winter. Im Naturpark Gantrisch ist der Anteil der Tagesgäste weitaus höher: 85% im Sommer und 93% im Winter. Von den 15%, respektive 7% der Übernachtungsgäste bleiben im Sommer 65% während ein bis zwei und 90% während ein bis sieben Nächten. Im Winter sind es 52% und 87%. Die durchschnittliche Anzahl Übernachtungen beträgt bei diesen Gästen 3.5 Nächte im Sommer und 9 Nächte im Winter. Der Parc Jura vaudois hat ein ähnliches Profil: Im Sommer sind 77%, im Winter 83% der Gäste Tagesgäste. Die 23%, respektive 17% der Übernachtungsgäste bleiben im Sommer jedoch im Schnitt 5.5 Nächte, im Winter dagegen nur 4.5. Im Sommer übernachteten 56% ein bis zwei Nächte und 86% ein bis sieben Nächte, im Winter sind dies 43% und 88%.

Es zeigt sich somit ein recht unterschiedliches Profil bei diesen Pärken: Im Binntal und Ela sind die Gäste vorwiegend Übernachtungsgäste, die tendenziell auch länger in der Region bleiben. Im Gantrisch und Jura vaudois ist die Mehrzahl der Gäste Tagesgäste, die aus den umliegenden Zentren für einen Ausflug anreisen. Diese halten sich tendenziell weniger lange in der Region auf.

Tabelle 3.5: Anteil Tagesgäste, Übernachtungsgäste (in % aller Gäste) und deren Verweildauer im Park

	Tagesgäste (%)	Übernachtungsgäste (%)	Durchschnittliche Anzahl Übernachtungen
Binntal Sommer	23	77	7.5
Binntal Winter	22	78	8.0
Ela Sommer	14	86	7.5
Ela Winter	6	94	9.1
Gantrisch Sommer	85	15	3.5
Gantrisch Winter	93	7	9.1
Jura vaudois Sommer	77	23	5.3
Jura vaudois Winter	83	17	4.4

Bezüglich Unterkünften werden im Binntal und Ela hauptsächlich die traditionellen Typen wie Hotels, gemietete und eigene Ferienwohnungen gewählt (Abbildung 3.4, siehe auch Anhang A5.2). Im Jura vaudois werden v.a. Hotels genutzt. Im Gantrisch sind alle Typen relativ gleichmässig genutzt, als einziger Park kommt hier der Agrotourismus mit 5% Anteil an den gewählten Übernachtungstypen auf ein respektables Resultat. AirBnB als Unterkunftstyp hat in allen Pärken praktisch keine Relevanz. Die Hauptunterkunftsorte für Sommer und Winter in allen Pärken zeigt Tabelle 3.6.

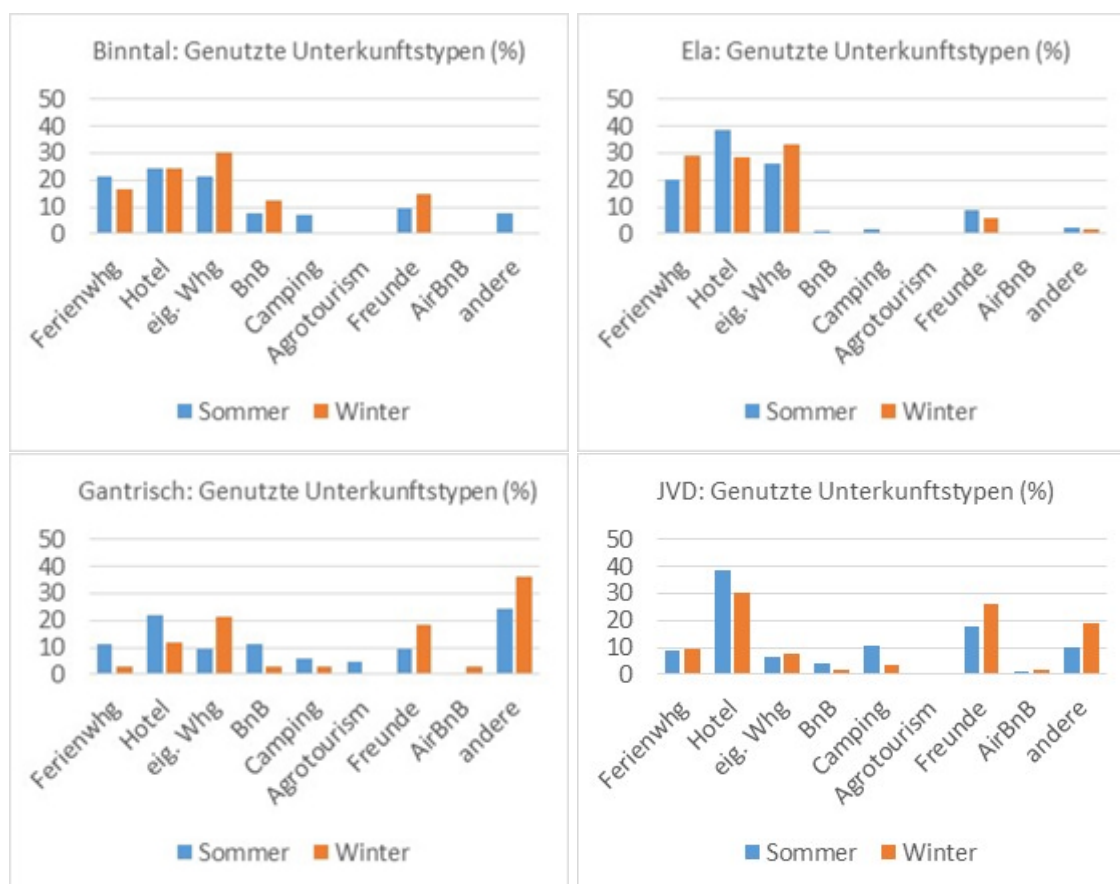
**Abbildung 3.4:** Anteile der von Gästen genutzten Unterkunftstypen in % aller Übernachtungsgäste

Tabelle 3.6: Unterkunftsorte der Übernachtungsgäste (Anteile in % aller Übernachtungsgäste)

Binntal				Ela			
Sommer	(%)	Winter	(%)	Sommer	(%)	Winter	(%)
Binn	17.9	Binn	15.4	Savognin	28.8	Savognin	31.3
Ernen	14.2	Ernen	14.7	Bergün	21.0	Bergün	22.3
Mühlebach	7.3	Mühlebach	11.0	Bivio	12.6	Bivio	22.0
Fiesch	6.0	Münster	5.1	Cunter	3.2	Cunter	5.4
Giessen	3.2	Blitzingen	2.9	Alp Flix	3.1	Tinizong	2.7
Bellwald	2.8	Fäld	2.2	Davos	2.2	Salouf	1.5
Münster	2.7	Lax	2.2	Salouf	1.3	Parsonz	0.9
Fäld	1.7	Redingen	2.2	Filisur	1.1	Tiefencastel	0.9
Lax	1.7	Ulrichen	2.2	Tinizong	1.1	Davos	0.6
Oberwald	1.7	Bellwald	1.5	Latsch	0.7	Latsch	0.6
Reckingen	1.7	Fiesch	1.5	Wiesen	0.5	Lenz	0.6
Imfeld	1.3	Ritzingen	1.5	Jenatsch	0.4	Mon	0.6
Andere	9.8	Andere	5.8	Andere	6.5	Andere	2.1
k.A.	28.1	k.A.	31.7	k.A.	17.6	k.A.	8.6

Gantrisch				Jura vaudois			
Sommer	(%)	Winter	(%)	Sommer	(%)	Winter	(%)
Schwarzsee	3.1	Gurnigel	2.2	Le Pont	2.2	St. Cergue	2.8
Gurnigel	2.0	Schwarzsee	1.7	Le Sentier	1.6	Le Brassus	1.2
Riggisberg	0.9	Sangernboden	0.4	Col du Marche/ Marchairuz	1.6	Le Sentier	1.2
Guggisberg	0.7	Blumenstein	0.2			Le Pont	0.9
Rüschegg	0.7	Giffers	0.2	St. Cergue	1.1	Gimel	0.6
Schwarzenburg	0.6	Grön	0.2	Vallorbe	0.7	Les rousses	0.6
Gantrisch	0.5	Grönhütte	0.2	Lausanne	0.6	Longirod	0.6
Plaffeien	0.5	Milken	0.2	Le Brassus	0.5	Marchairuz	0.6
Andere	3.8	Andere	1.0	Andere	10.2	Andere	5.5
k.A.	87.1	k.A.	93.6	k.A.	81.4	k.A.	85.9

3.2.4 Reiseinspiration und Informationsquellen

Das wichtigste Informationsmittel für alle Pärke liegt in der Mund-zu-Mund-Propaganda (Abbildung 3.5): 45% (Jura vaudois im Sommer) bis 70% (Binntal im Winter) der Gäste hören von Freunden oder Verwandten davon und entscheiden sich danach, in die Park-Region zu reisen. Das Internet als Inspiration und zur Informationsbeschaffung folgt als zweitwichtigste Quelle, 15% bis 22% der Gäste nutzen diese Quelle. Ansonsten sind es lediglich die Landkarten, welche es auch noch konstant in den zweistelligen Prozentbereich schaffen. Alle anderen Informationsquellen werden praktisch von weniger als einem Zehntel der Gäste genutzt. Darunter fallen insbesondere auch die Park-Broschüren, welche einen Anteil von 3% bis 6% an den genutzten Informationskanälen haben.

Diese Resultate zeigen auf, dass die höchste Priorität bei der Zufriedenheit der bestehenden Besucher liegt. Sie werden im Falle einer positiven Erfahrung dafür sorgen, dass weitere Gäste kommen – rund die Hälfte der Gäste wird so in die Parkregion gelockt. Des Weiteren sollten alle Broschüren, Informationstexte, Zeitungs- und Zeitschriftenartikel, die über den Park existieren, elektronisch verfügbar gemacht werden, denn das Internet wird doppelt bis viermal so häufig konsultiert wie physisch existierende Informationsquellen, wie z.B. das Tourismusbüro. Mit einem guten Mix an bespielten Informationskanälen kann davon ausgegangen werden, dass verschiedene Gästegruppen mit Informationen und Inspirationen in Kontakt kommen und so die Zahl an Gästen und eventuell auch deren Verweildauer erhöht werden kann.

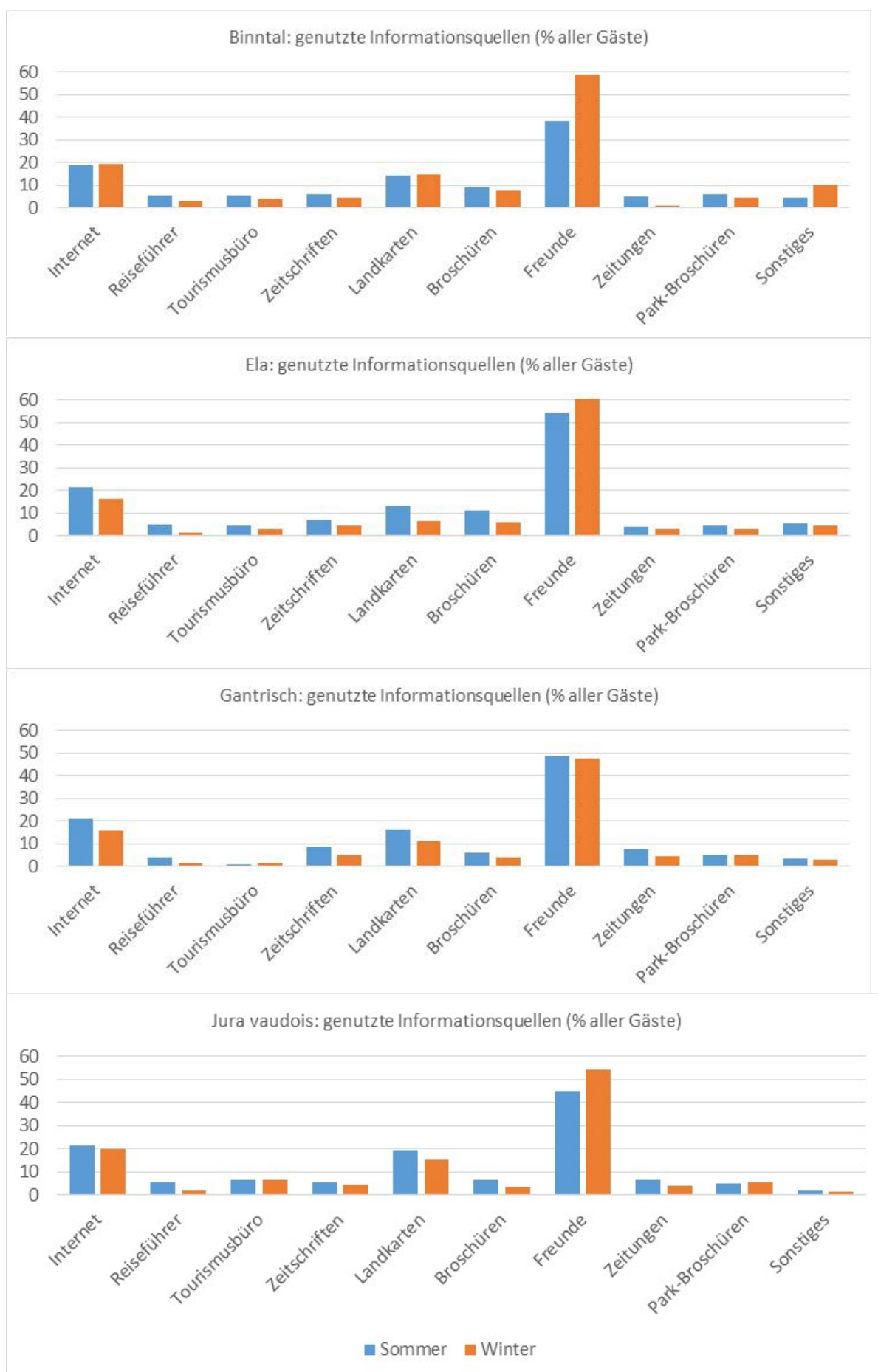


Abbildung 3.5: Anteil der von den Gästen der vier Pärke genutzten Informationsquellen (in % aller Gäste)

3.2.5 Gründe für die Reise in den Park

Bei vielen Gästen spielen verschiedene Gründe eine Rolle, in die Region zu reisen. Es kann grob gesagt werden, dass im Durchschnitt etwa 2 bis 4 Gründe angegeben wurden, welche zur Entscheidung, in den Park zu reisen, geführt haben (Tabelle 3.7 und 3.9). Die wichtigsten Gründe neben dem Reisegrund Naturpark sind die Möglichkeiten für einen aktiven Aufenthalt mit Wandern und anderen Sportarten, die Nähe zum Wohnort aber auch die Natur, Landschaft und Ruhe, die in den Naturparks zu finden ist. Im Parc Ela kommen die sehr zahlreichen Ausflüge zum UNESCO Weltkulturerbe (RhB Albulastrasse) hinzu. Wenn die Kategorie «Berge, Hügel und Alpen» und «Schönheit» ebenfalls zur Landschaft gezählt werden, zeigt sich, dass der Faktor «Landschaft» ebenfalls zu den wichtigsten Faktoren gehört, welche die Gäste in eine Parkregion lockt. Natur und Landschaft als typischen Aktivitätsfelder der Park-Managements, sind also zentrale Bausteine der touristischen Attraktivität und somit der touristischen Wertschöpfung.

Werden den Gründen für die Reise in die Region die spontanen Assoziationen der Gäste mit der Parkregion gegenübergestellt, so zeigen sich starke Übereinstimmungen (Tabelle 3.8): Alle vier Naturparks werden mit Natur, Ruhe, Bergen und schönen Landschaften verbunden, gleichzeitig aber auch als passenden Raum für eine aktive sportliche Betätigung gesehen. Es sind also einladende Regionen, in denen sich die Gäste gerne bewegen. Zwischen den Parks besteht in der Wahrnehmung durch die Gäste jedoch leichte Unterschiede: der Landschaftspark Binntal wird stark mit Natur, Landschaft und Aktivitäten gleichgesetzt, während der Parc Ela sehr stark mit Erlebnissen punkten kann. Zu diesen Erlebnissen gehören die Zugfahrten über die UNESCO-prämierten Brücken. Im Gantrisch kommen im Vergleich zum Binntal und Ela stärker die landschaftliche Schönheit und die Erholung ins Spiel. Im Parc Jura vaudois zum Schluss sind die sportlichen Aktivitäten weniger wichtig, die Natur, Landschaft, die Ruhe und Schönheit sind hier die wesentlichsten Assoziationen, welche von den Gästen ausgehen.

Tabelle 3.7: Die wichtigsten Gründe für die Reise in den Naturpark. Die offenen Antworten dieser Frage wurden kategorisiert und die jeweiligen Anteile aller Respondenten und Respondentinnen aufsummiert. Insgesamt konnten maximal 6 Gründe angegeben werden.

in %, aufsummiert aus 6 offenen Antworten	Binntal		Ela		Gantrisch		Jura vaudois	
	Sommer	Winter	Sommer	Winter	Sommer	Winter	Sommer	Winter
Um Sport zu treiben (ohne Wandern)	17	49	19	50	12	45	13	33
Um zu Wandern, wegen Wandermöglichkeiten	32	13	23	15	32	11	26	21
Ausflüge per Bahn oder Bus, zu Restaurants, Museen, Anlässen und Sehenswürdigkeiten	26	18	28	30	20	9	25	17
Natur	28	18	22	13	18	20	24	26
Nähe zum Wohnort	4	3	7	10	28	47	25	42
Landschaft	14	16	10	12	24	18	26	20
Ruhe	18	29	13	12	11	10	18	15
Gute Erreichbarkeit mit öV	5	7	10	15	14	12	9	15
Besuch von Freunden und Familie	10	15	11	15	7	7	7	6
Schönheit	4	3	16	9	8	10	12	14
Schneesicherheit	0	18	0	12	0	15	0	16
Berge, Hügel und Alpen	11	7	9	7	6	9	4	4
Wegen Ferien oder Ausflug	6	7	13	13	4	3	3	2
Erholung	5	12	7	9	4	4	2	2
Neues kennenlernen	5	2	5	1	5	2	8	4
Anderes	71	54	75	80	56	57	60	61

Tabelle 3.8: Die Assoziationen, welche von den Gästen spontan mit dem jeweiligen Park in Verbindung bringen. Die offenen Antworten dieser Frage wurden kategorisiert und die jeweiligen Anteile aller Respondenten und Respondentinnen aufsummiert. Es konnten 2 Assoziationen angegeben werden. Aufgrund der Allgemeingültigkeit der Antworten wird nicht nach Sommer und Winter differenziert.

in %	Binntal	Ela	Gantrisch	Jura vaudois
Natur	35	30	34	49
Sportliche Aktivitäten (inkl. Wandern)	35	36	40	15
Ruhe	20	15	11	30
Berge	26	18	16	10
Landschaft	15	14	20	21
Schönheit	8	8	11	20
Erholung	8	9	12	2
Erlebnisse und Sehenswürdigkeiten	1	11	5	2
Heimat	5	6	5	1
Freundlichkeit	4	6	2	4
Ursprünglichkeit	5	4	2	4
Nähe zum Wohnort	1	2	9	3
Anderes	35	43	32	38

Ein zentrales Resultat der Gästenumfrage ist die Ermittlung des Anteils der Gäste, bei denen der Park als Grund für die Reise in die Region angegeben wird – der sogenannte «Parkfaktor». Dazu gibt es differenzierte Resultate (Tabelle 3.9). Sie zeigen, dass der Park bei zahlreichen Gästen als *wichtiger Grund*, in die Region zu reisen fungiert: Bei 6% (Ela), 9% (Jura vaudois), 10% (Gantrisch) und 13% (Binntal) der Sommergäste und 3% (Ela), 5% (Binntal), 7% (Jura vaudois) und 9% (Gantrisch) der Wintergäste. Wesentlich mehr Gäste (16-31%) haben jedoch angegeben, dass der Park ein Grund unter anderen war. Im Schnitt haben die Gäste dabei 2 bis 4 weitere Gründe angegeben, weshalb sie in den Park gereist sind. Aus diesem Grund kann bei Gästen, die bei der Frage, ob der Park eine Rolle in ihrer Entscheidung, in die Region zu reisen gespielt hat, «ja unter anderem» angegeben haben, jeweils der relative Teil dem Park zugeschrieben werden.

Der Parkfaktor setzt sich also aus zwei Anteilen zusammen: aus denjenigen Gästen, die dem Park eine wichtige Rolle in der Entscheidung, in die Region zu reisen zugewiesen haben und einem Teil derjenigen, welche ihm eine Rolle unter anderen zugewiesen haben. Bei den Zweiteren wird der Anteil Kategorie «ja, unter anderem» durch die Anzahl weiterer Gründe plus dem Park als Grund dividiert. Der Parkfaktor ist somit eine bereinigte Grösse, welche Auskunft gibt, welcher Anteil des Gästeflusses kausal dem Park zugewiesen werden darf (Tabelle 3.9). Der Parkfaktor variiert zwischen 6% und 21%. Im Binntal und Ela variiert er stark zwischen Sommer und Winter, auch in den anderen Gebieten liegt der Parkfaktor im Winter leicht tiefer. Dies weist darauf hin, dass im Sommer die Angebote und Kommunikation der Pärke eine gute Wirkung zeigt und mehr Gäste in die Region lockt. Im Winter hingegen finden in den Pärken mit langjähriger Winterausrichtung (Ela, Binntal) wesentlich mehr Gäste den Weg in den Park, die wegen den traditionellen Winterangeboten anreisen. Im Gantrisch und Jura vaudois sind diese Gästetypen weniger vertreten, weshalb die Differenz der eigentlichen «Parkgäste» zwischen Sommer und Winter kleiner ist.

Tabelle 3.9: Anteil der Gäste, bei denen der Park keine, kaum, unter anderem oder eine wichtige Rolle in der Entscheidung, in die Region zu reisen, gespielt hat (in % aller Gäste) sowie Anzahl weiterer Gründe, die im Falle der Antwort «ja, unter anderem» angegeben wurden und Parkfaktor (bereinigter Anteil der Gäste, die wegen des Parks in die Region reisen)

in %	Nein	Kaum	Ja, unter anderem	Ja, eine wichtige	Anzahl weiterer Gründe, falls «unter anderem» geantwortet wurde	Parkfaktor (% der Gäste, die wegen des Parks anreisen)
Binntal Sommer	42	13	31	13	2.8	21
Binntal Winter	50	12	30	5	2.9	13
Ela Sommer	56	16	22	6	2.9	12
Ela Winter	67	15	16	3	3.8	6
Gantrisch Sommer	46	20	24	10	2.8	16
Gantrisch Winter	46	19	26	9	3.2	15
Jura vaudois Sommer	57	9	25	9	2.8	16
Jura vaudois Winter	57	10	26	7	3.2	13

Es soll hier zwingend noch darauf hingewiesen werden, dass nach wie vor der grössere Anteil der Gäste nicht wegen des Parks in die Parkregion reist. Werden die Antworten «Nein» und «Kaum» addiert, zeigt sich, dass bei insgesamt 55 bis 82% der Gäste der Park keine entscheidende Rolle in der Entscheidung, in die Region zu reisen, gespielt hat. Es sind vielmehr die in Tabelle 3.7 genannten Gründe, welche den Ausschlag gegeben haben, in die Region zu reisen. Bei einigen dieser Gründe, wie z.B. Natur und Landschaft, Angebot an Aktivitäten, spezielle Anlässe, kann der jeweilige Park aber ebenfalls eine Rolle spielen. Diese ist jedoch nicht quantifizierbar und bleibt somit unberücksichtigt.

3.2.6 Aktivitäten während des Aufenthalts

Die Gäste im Landschaftspark Binntal verbringen ihren Aufenthalt im Sommer fast ausschliesslich mit Wandern (Abbildung 3.6): 82% der Gäste haben diese Aktivität angegeben, weit vor dem Beobachten der Natur (30%) und dem Fahrradfahren und Mountainbiken (13%). Im Winter herrscht ebenfalls das Wandern vor (49%), gefolgt von den «anderen Aktivitäten», bei denen hauptsächlich Langlauf (21%) und Skitouren (12%) angegeben wurde.

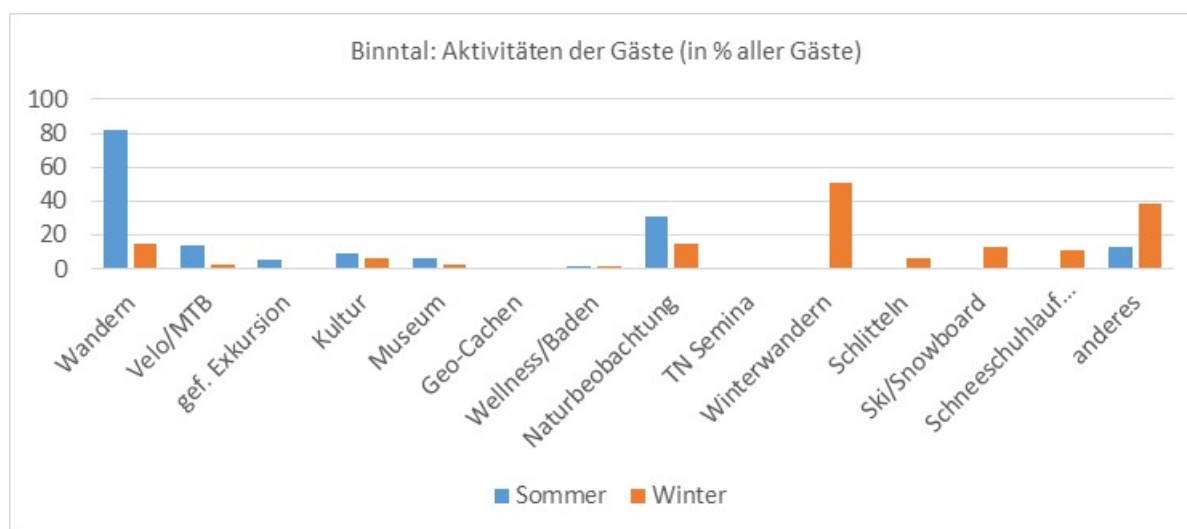


Abbildung 3.6: Anteil der von den Gästen ausgeübten Sommer- und Winteraktivitäten im Landschaftspark Binntal (in % aller Gäste)

Im Parc Ela wandern im Sommer ebenfalls weitaus die meisten Gäste (81%, Abbildung 3.7). Als zweitwichtigste Aktivität geben 24% der Gäste an, die Natur zu beobachten. Bei den «anderen Aktivitäten» herrschen mit 9% Ausflüge mit Essen vor. Im Winter wird am Meisten Ski oder Snowboard gefahren (59%), auch Winterwandern (40%) und Schlitteln (29%) sind häufige Aktivitäten. Bei den «anderen Aktivitäten» sind im Winter Skitouren (8%) und Ausflüge mit Essen (4%) die häufigst-genannten Kategorien.

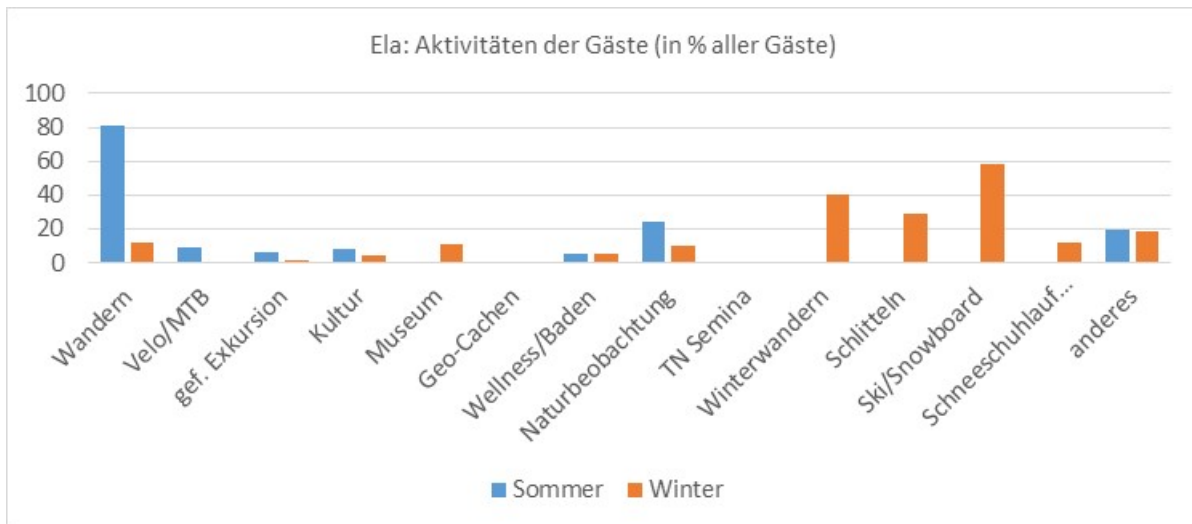


Abbildung 3.7: Anteil der von den Gästen ausgeübten Sommer- und Winteraktivitäten im Parc Ela (in % aller Gäste)

Im Naturpark Gantrisch gehen im Sommer 71% der Gäste dem Wandern nach, 24% der Naturbeobachtung und 10% dem Velofahren und Mountainbiken (Abbildung 3.8). Bei «anderem» wurden auch hier vor allem Ausflüge mit Essen genannt (9%). Im Winter ist Ski- und Snowboarden (40%), Winterwandern (27%) und Schneeschuhlaufen (15%) die häufigsten Aktivitäten. Bei «anderem» wurden mit 21% weiter viele Langläufer verzeichnet.

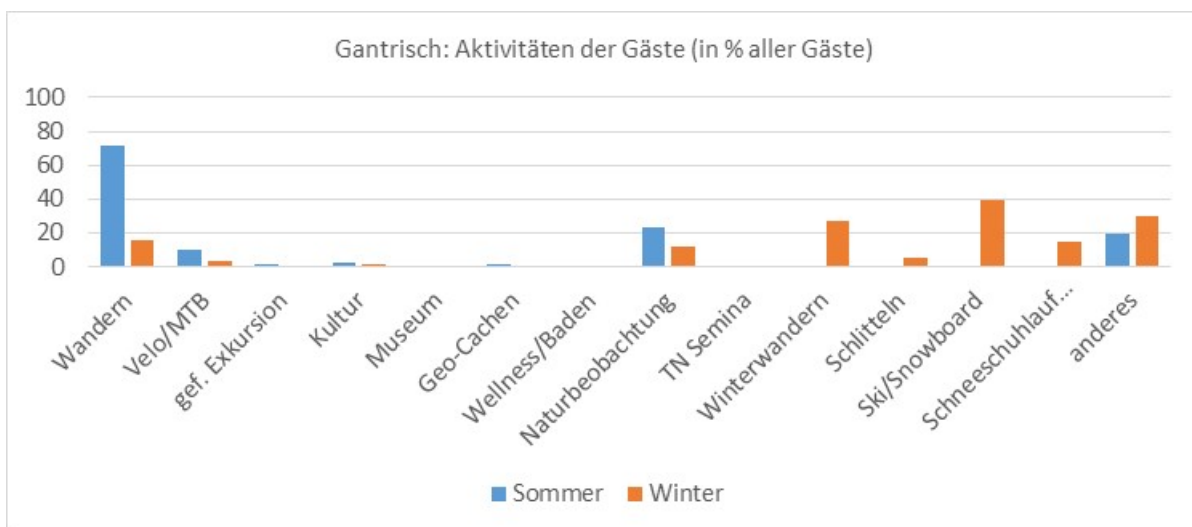


Abbildung 3.8: Anteil der von den Gästen ausgeübten Sommer- und Winteraktivitäten im Naturpark Gantrisch (in % aller Gäste)

Im Parc Jura vaudois gehört im Sommer ebenfalls das Wandern (75%) und die Naturbeobachtung (41%) zu den häufigsten Aktivitäten (Abbildung 3.9). Velofahren und Mountainbiken kommen auf einen Anteil von 11%. Bei «anderem» wurden auch hier Ausflüge mit Essen als wichtigste Zusatzkategorie genannt (6%). Im Winter sind Wandern und Winterwandern sehr beliebt (35 und 42%). Schneeschuhlaufen ist im Jura vaudois im Vergleich zu den anderen Pärken eine sehr häufig ausgeführte Aktivität, rund 40% der Gäste gehen ihr nach. Bei den «anderen Aktivitäten» ist mit 9% der Langlauf die häufigst-genannte Aktivität.

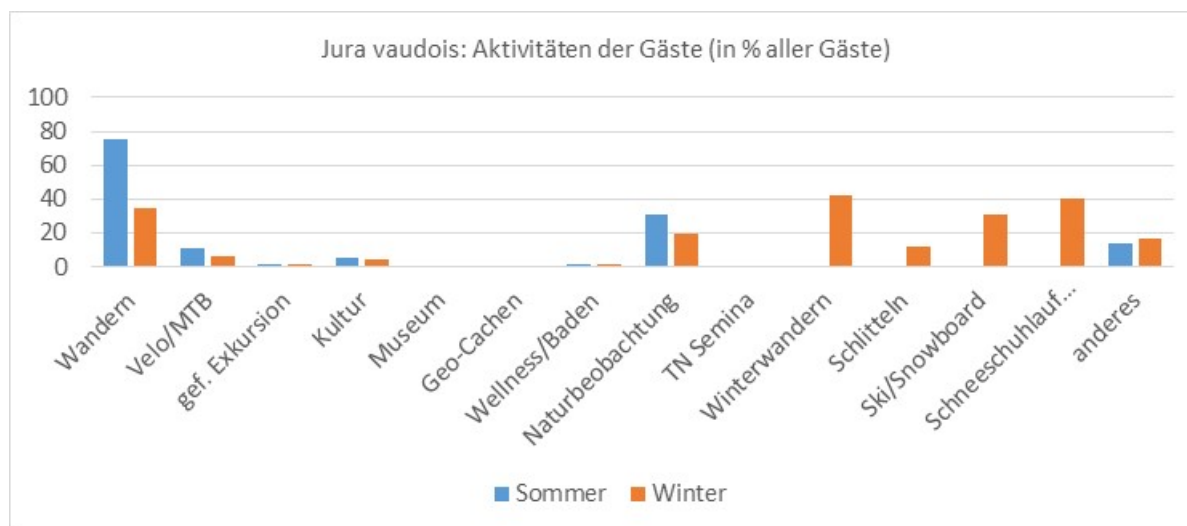


Abbildung 3.9: Anteil der von den Gästen ausgeübten Sommer- und Winteraktivitäten im Parc Jura vaudois (in % aller Gäste)

3.2.7 Zufriedenheit mit dem Aufenthalt im Park

Der generelle Eindruck, den die Pärke bei den Gästen hinterlassen ist sehr positiv (Tabelle 3.10). Zwischen 71% und 84% der Gäste haben bei der Bewertung ihres Aufenthaltes Höchstnoten (😊😊) gegeben. Betrachtet man die unzufriedenen Gäste (☹ und ☹☹), so zeigt sich, dass diese überall nur in einstelligen Anteilen vertreten sind. Bei den Fragen nach spezifischen Aspekten ihres Aufenthaltes erscheinen hingegen sehr differenzierte Einschätzungen: So scheint zum Beispiel der öffentliche Verkehr in allen Pärken ein Thema zu sein, mit dem die Gäste eher weniger zufrieden sind. Diesbezüglich waren nur 19% bis 47% sehr zufrieden. Die Zugänglichkeit von Informationen ist ebenfalls eher schlechter bewertet worden. Es lohnt sich scheinbar für alle Pärke ihre Kommunikations- und Informationskonzepte zu verbessern. Betrachtet man wiederum die Sparten mit tiefer Zufriedenheit, zeigt sich, dass im Binntal im Winter das Tourismusbüro schlecht bewertet wird und dass im Gantrisch der öffentliche Verkehr relativ gesehen am schlechtesten benotet wird. Ebenfalls auffällig sind die generell hohen Zufriedenheitsraten im Jura vaudois (ausser im Bereich des öffentlichen Verkehrs).

Tabelle 3.10: Zufriedenheit der Gäste mit dem Aufenthalt im Park generell, sowie einzelnen Aspekten des Aufenthaltes, angegeben als Anteil der Antworten aller Gäste in Prozent; tiefgrüne Hervorhebung: Differenz von mehr als 10 Prozentpunkte zwischen den zwei höchsten Anteilen; leichtgrüne Hervorhebung: weniger als 10 Prozentpunkte Differenz zwischen den zwei höchsten Anteilen.

Binntal, Anteil in %		😊😊	😊	😊☹	☹	☹☹
Generell	Sommer	84	15	1	0	1
	Winter	77	21	1	0	2
Gastfreundschaft	Sommer	76	20	3	1	1
	Winter	73	25	1	0	2
Unterkunft	Sommer	68	28	4	0	0
	Winter	73	19	4	1	2

Fortsetzung Tabelle 3.10

Angebot an Aktivitäten	Sommer	53	38	7	2	0
	Winter	43	42	13	1	2
Tourismusbüro	Sommer	53	31	12	3	1
	Winter	35	42	10	6	8
Wanderwege	Sommer	63	30	5	2	1
	Winter	49	42	9	0	0
Informationsangebot	Sommer	50	40	9	1	1
	Winter	43	45	9	3	0
öffentlicher Verkehr	Sommer	47	39	11	3	0
	Winter	33	51	8	6	2
Ela, Anteil in %		:):	:)	:	:	:
Generell	Sommer	73	25	1	1	0
	Winter	71	27	2	1	0
Gastfreundschaft	Sommer	65	31	4	0	0
	Winter	67	29	3	0	1
Unterkunft	Sommer	65	31	4	0	0
	Winter	67	29	3	0	1
Angebot an Aktivitäten	Sommer	43	44	11	2	0
	Winter	42	45	12	1	0
Tourismusbüro	Sommer	40	43	12	4	1
	Winter	44	42	10	2	2
Wanderwege	Sommer	51	39	8	2	0
	Winter	47	41	9	3	0
Informationsangebot	Sommer	44	43	10	3	0
	Winter	44	47	8	1	0
öffentlicher Verkehr	Sommer	44	39	13	4	0
	Winter	41	40	13	5	1
Gantersch, Anteil in %		:):	:)	:	:	:
Generell	Sommer	77	22	1	0	0
	Winter	74	24	1	1	1
Gastfreundschaft	Sommer	50	42	6	1	1
	Winter	48	41	9	1	1
Unterkunft	Sommer	46	42	11	1	0
	Winter	48	35	14	1	1
Angebot an Aktivitäten	Sommer	50	43	7	1	0
	Winter	53	40	5	1	1
Tourismusbüro	Sommer	39	35	20	4	2
	Winter	33	52	13	1	1
Wanderwege	Sommer	61	32	6	1	0
	Winter	57	36	5	1	1
Informationsangebot	Sommer	40	48	10	2	0
	Winter	39	48	10	2	1
öffentlicher Verkehr	Sommer	31	31	23	10	5
	Winter	19	30	25	16	9
Jura vaudois, Anteil in %		:):	:)	:	:	:
Generell	Sommer	80	19	1	0	0
	Winter	78	21	1	0	0
Gastfreundschaft	Sommer	64	30	5	1	0
	Winter	60	34	6	0	0
Unterkunft	Sommer	53	34	11	1	1
	Winter	53	43	4	0	0
Angebot an Aktivitäten	Sommer	53	39	7	0	1
	Winter	57	39	4	0	0
Tourismusbüro	Sommer	53	36	9	1	1
	Winter	55	35	9	1	0
Wanderwege	Sommer	65	30	4	1	1
	Winter	62	32	4	0	1
Informationsangebot	Sommer	47	40	10	3	0
	Winter	53	36	9	1	1
öffentlicher Verkehr	Sommer	39	31	19	7	4
	Winter	39	29	20	10	3

3.2.8 Geldausgaben während des Aufenthalts

Die durchschnittlichen Geldausgaben in den vier Pärken sind pro Tag und Kopf (inkl. Kinder) berechnet. Im Landschaftspark Binntal belaufen sie sich auf CHF 58.- im Sommer und CHF 85.- im Winter. Der Hauptteil der Ausgaben (28% im Sommer und 32% im Winter) fällt dabei auf die Unterkunft (Abbildung 3.10). Werden die Ausgaben aufgeschlüsselt nach den Tages- und Übernachtungsgästen, so zeigt sich auch hier die Wichtigkeit der Übernachtungsgäste für die täglichen Ausgaben: Tagesgäste geben im Sommer CHF 37.- pro Tag aus, Übernachtungsgäste CHF 63.-. Im Winter sind es CHF 62.-¹ versus CHF 97.-. Eine weitere Aufschlüsselung der durchschnittlichen Tagesausgaben auf verschiedene Unterkunftstypen wird aufgrund der fehlenden Stichprobengrösse nicht für alle Pärke vorgenommen (siehe Anhang A4).

Im Parc Ela liegen die durchschnittlichen täglichen Ausgaben mit CHF 72.- im Sommer und 99.- CHF im Winter leicht höher. Die Tagesgäste geben dabei im Sommer mit CHF 15.- pro Tag deutlich weniger aus, als die Übernachtungsgäste (CHF 77.-). Im Winter geben die Tagesgäste im Schnitt CHF 44.- aus, Übernachtungsgäste CHF 102.-. Gleich wie im Binntal besteht der grösste Teil davon (39% im Sommer und 35% im Winter) aus Ausgaben für die Unterkunft (Abbildung 3.9).

Im Naturpark Gantrisch liegen die durchschnittlichen Tagesausgaben im Sommer bei CHF 23.-, im Winter bei CHF 19.-. Aufgeteilt in Tages- und Übernachtungsgäste zeigt sich auch hier ein deutlicher Unterschied: Im Sommer geben Tagesgäste CHF 13.- pro Tag aus, Übernachtungsgäste CHF 81.-. Im Winter sind es CHF 16.- und 62.-. Die Ausgaben werden im Sommer ähnlich wie in anderen Pärken hauptsächlich (zu 30%) für die Unterkunft ausgegeben (Abbildung 3.9). Im Winter hingegen zeigt sich eine interessante Abweichung vom bekannten Muster: Es wird am meisten in Läden ausgegeben. Der Grund für diese Anomalie liegt daran, dass in der eher kleinen Stichprobe im Winter (n=82) eine Person CHF 1500.- bei «Ausgaben in Läden» angegeben hat. Für was diese Ausgaben getätigt wurden, kann nicht eruiert werden. Es erklärt aber, weshalb im Durchschnitt dann überproportional viel in Läden ausgegeben wurde.

Im Parc Jura vaudois werden von den Gästen im Schnitt CHF 26.- im Sommer und CHF 35.- pro Tag ausgegeben. Tagesgäste geben im Sommer CHF 17.- aus, im Winter sind es CHF 18.-. Übernachtungsgäste geben im Sommer CHF 68.- und im Winter CHF 118.- aus. Die Gäste geben ihr Geld hier nicht so deutlich für die Unterkunft aus, sondern etwa gleichberechtigt für Unterkunft und Essen. Das Essen scheint in diesem Park eine wichtigere Rolle für die Generierung von Wertschöpfung zu spielen.

Die Zahlen zeigen auf, dass Tagesgäste im Gantrisch und Jura vaudois im Sommer und im Winter in einem etwa identischen und eher tiefen Ausmass Güter und Dienstleistungen konsumieren. Im Ela verhalten sich die Tagesgäste im Sommer etwa ähnlich, geben aber im Winter wesentlich mehr Gelder für Güter und Dienstleistungen aus. Im Binntal schliesslich sind beide Werte erhöht, was auf gute Angebotsgestaltung für kostenpflichtige Güter und Dienstleistungen hindeutet. Für die Steigerung der Wertschöpfung in der Parkregion ist es zentral, die Tagesgäste für Angebote zu gewinnen, die Umsätze generieren. Bei den Übernachtungsgästen fallen die Ausgaben aufgrund der Übernachtung generell wesentlich höher aus. Trotzdem bestehen innerhalb dieser Kategorie noch gewichtige Unterschiede zwischen Sommer und Winter. Dies zeigt, dass auch bei den Übernachtungsgästen weiterhin Potentiale hinsichtlich der Steigerung der täglichen Ausgaben bestehen, die mit geschickten Angeboten ausgeschöpft werden können.

¹ Im Datensatz liegen nur zwei gültige Einträge für Ausgaben von Tagestouristen im Winter vor. Diese Angabe ist darum sehr unsicher.

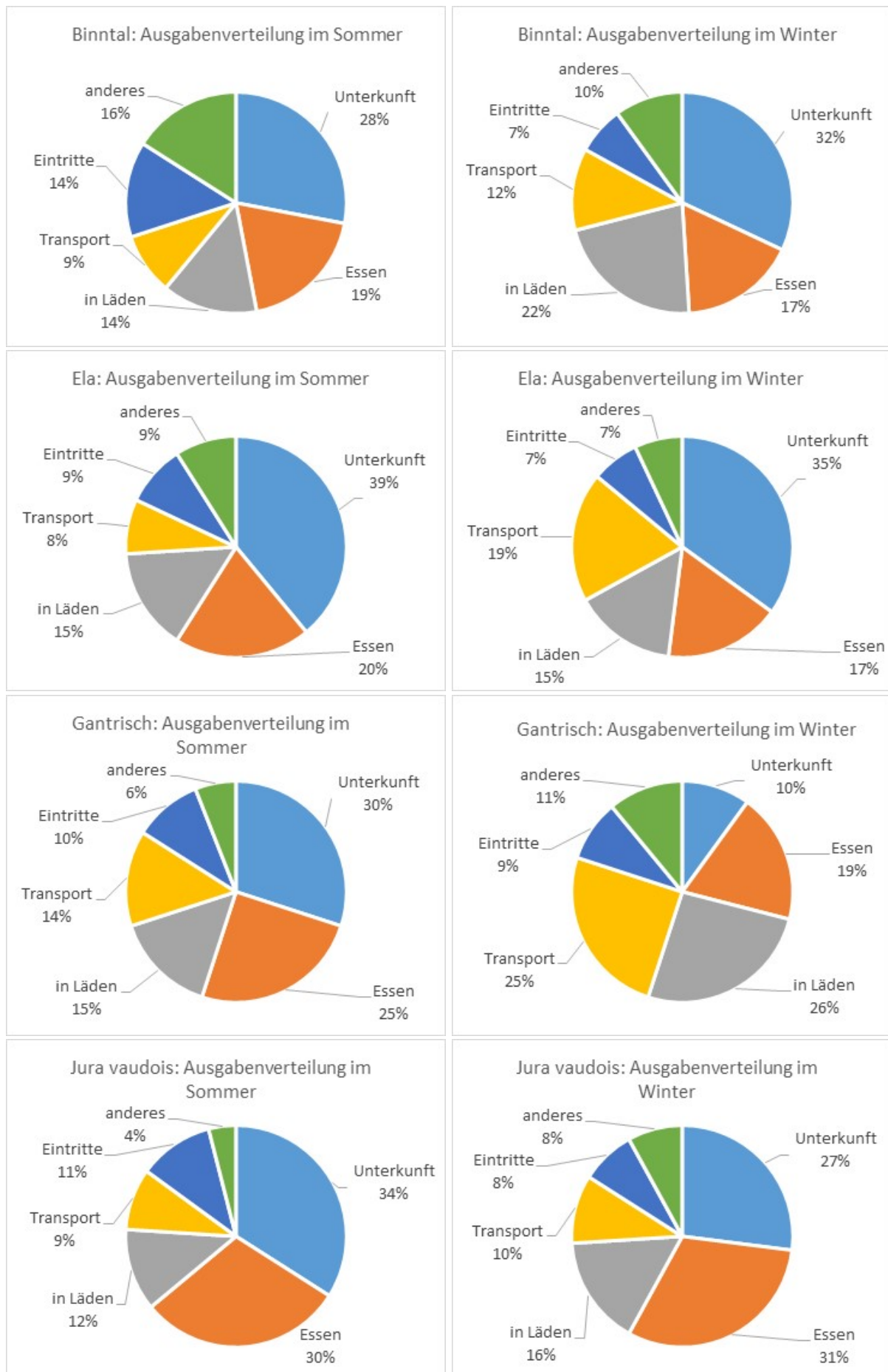


Abbildung 3.10: Tagesausgaben der Sommer- und Wintergäste nach Kategorien (in % der Ausgaben)

3.3 Gästefrequenz

3.3.1 Hochrechnung anhand der Zählungen an den Verteilstellen

Für die erste Methode zur Berechnung der Gästefrequenz wird auf die Zählung der Verteilerinnen und Verteiler zurückgegriffen: Sie haben festgehalten, wie viele Personen an den Zähltagen an ihren Posten vorbeigekommen sind. Gemäss Auftrag an die Organisation der Verteilung sollten an den Verteiltagen mit allen Verteilstellen ca. 90% aller Gäste im Park abgedeckt werden. Es wird hier in einem ersten Schritt davon ausgegangen, dass alle Gäste erreicht wurden, und somit keinerlei Anpassung der Werte vorgenommen. Die gemittelten täglichen Werte für die Sommer-, Winter- und Nebensaison fallen in den Parks sehr unterschiedlich aus (Tabelle 3.11). Einige Werte sind auch kontra-intuitiv, z.B., dass im Parc Ela deutlich mehr Sommer- als Wintergäste unterwegs sind und dass im Naturpark Gantrisch mehr Winter- als Sommergäste präsent sein sollen. Dies deutet darauf hin, dass die Stichprobe von 24 Tagen verteilt über ein ganzes Jahr keine validen Resultate für diese sehr differenzierte Betrachtung der Gästezahlen liefern konnte, also für die Ermittlung dieser Werte zu klein war. Ebenfalls aufgezeigt wird dies dadurch, dass nicht alle anvisierten Straten (Wetter, Wochentag, Saison) in der Stichprobe genügend vertreten sind, was bei detaillierter Aufschlüsselung der Resultate zu fehlenden Werten führt (siehe beige Zellen in Abbildung 3.11).

Vor dem Hintergrund der zu kleinen Stichprobe werden zwei verschiedene Berechnungen der Gästefrequenz über die Zählungen an den Verteilstellen vorgenommen: Die erste verallgemeinert die durchschnittliche Anzahl Gäste pro Saison und nimmt aufgrund der kleinen Stichprobe auf die Aufteilung von schönem und schlechtem Wetter keine Rücksicht (Tabelle 3.11). Die durchschnittlichen Werte der Sommer-, Winter- und Nebensaison werden hier zwecks Ermittlung der Anzahl Gäste eines Jahrs einfach mit der Anzahl Tage pro Saison hochgerechnet. Für die zweite Berechnungsweise wird an der geplanten Hochrechnungsart festgehalten. Dazu werden zuerst die in der Stichprobe fehlenden Werte (beige in Tabelle 3.11) mit einer einfachen Annahme ergänzt: Es wird davon ausgegangen, dass bei schlechtem Wetter die Anzahl Gäste der Hälfte der Anzahl Gäste bei schönem Wetter entspricht. Damit sind die nötigen Daten für die Hochrechnung der Gästezahl und -Frequenz vorhanden. Für die Umrechnung der Anzahl Gäste in die Gästefrequenz wird der Umrechnungsfaktor aus dem Anhang A5.3 verwendet.

Tabelle 3.11: Durchschnittliche Anzahl Gäste pro Tag ermittelt anhand der Anzahl verteilter Postkarten, Fragebögen und der notierten Anzahl abgelehnter Fragebögen und Postkarten, summiert über alle Verteilstellen pro Park. Oben ohne Berücksichtigung des Wetters, unten weiter aufgeschlüsselt nach schönem und schlechtem Wetter. Bei fehlenden Angaben (kein Verteiltage in der Kategorie), wurden mit Annahmen ein Wert berechnet (gelb markiert).

	Sommersaison		Wintersaison		Nebensaison	
Binntal	80		27		37	
Ela	267		116		42	
Gantrisch	251		348		337	
Jura vaudois	190		179		105	

	Sommersaison		Wintersaison		Nebensaison	
	Schön	Schlecht	Schön	Schlecht	Schön	Schlecht
Binntal	133	28	28	14	39	20
Ela	304	230	70	35	61	31
Gantrisch	441	61	506	189	337	169
Jura vaudois	277	103	168	190	124	62

Die Hochrechnungen mit und ohne Wetterdetails zeigen in ihrer Grössenordnung vergleichbare Resultate (Tabelle 3.12): Die Gästefrequenz liegt mit diesen Berechnungen in etwa bei 130'000 im Binntal, 420'000

im Ela, 195'000 im Gantrisch und 120'000 im Jura vaudois. Die relativ geringen Unterschiede zwischen den zwei Berechnungsmethoden zeigen, dass es sich für zukünftige Studien sicherlich nicht lohnt, die Auswertungen differenziert nach den Wetterdaten vorzunehmen. Diese Methode setzt komplizierte Datenverarbeitung und Statistik voraus. Die Stichprobe soll aber hinsichtlich des angetroffenen Wetters unbedingt alle Wetterverhältnisse abdecken, damit die Stichprobe aussagekräftig ist und die Anzahl Gäste und die Gästefrequenz nicht systematisch unter- oder überschätzt wird.

Tabelle 3.12: Berechnete Gästezahlen und -frequenzen aus Hochrechnungen der Zählungen an den Verteilstellen. Version 1 ohne Berücksichtigung der Wetterdaten, Version 2 mit Berücksichtigung der Wetterdaten.

Park	Berücksichtigung der Wetterdaten	Sommer-saison	Winter-saison	Neben-saison	Total Anzahl Gäste	Total Gäste-frequenz
Binntal	ohne	10'160	2'835	4'921	17'916	122'008
	mit	14'924	2'226	4'443	21'593	147'048
Ela	ohne	33'909	12'180	5'586	51'675	430'453
	mit	36'766	5'670	6'850	49'286	410'552
Gantrisch	ohne	31'877	36'540	44'821	113'238	187'975
	mit	46'948	35'756	37'930	120'634	200'252
Jura vaudois	ohne	24'130	18'795	13'965	56'890	112'642
	mit	31'280	19'230	13'392	63'902	126'526

3.3.2 Hochrechnung anhand der Logiernächte

Für die zweite Methode der Hochrechnung wird auf die Logiernächte in der Hotellerie zurückgegriffen, die vom BfS systematisch erhoben werden. Hierzu werden zuerst die Anteile der Hotelgäste an der Gästefrequenz Park eruiert (Anhang A5 und Tabelle 3.13). Der Anteil der Hotel-Gästefrequenz an der Gesamtfrequenz der Gäste entspricht nun den Logiernächten. Basierend darauf kann die gesamte Gästefrequenz für ein Jahr mit der Extrapolation der Logiernächte auf 100% berechnet werden. Mit dieser Berechnung liegen die Gästefrequenzen wesentlich anders, als in der vorhergehenden Berechnung (Tabelle 3.12): Im Binntal liegt die Gästefrequenz bei 384'000, im Ela bei 1'546'000, im Gantrisch bei 1'021'000 und im Jura vaudois bei 266'000.

Tabelle 3.13: Berechnete Gästefrequenzen aus Hochrechnungen der Logiernächte. Für den Anteil der Hotelgäste an der Gesamtfrequenz, siehe Anhang A5.

	Anteil der Hotelgäste an der Gästefrequenz (%)		Logiernächte gemäss BfS ²		Gästefrequenz		
	Sommer	Winter	Sommer	Winter	Sommer	Winter	total
Binntal	14	11	26'453	21'475	188'950	195'227	384'177
Ela	18	14	123'471	120'382	685'950	859'871	1'545'821
Gantrisch	8	2	28'940	13'185	361'750	659'250	1'021'000
Jura vaudois	13	12	24'236	9'564	186'431	79'700	266'131

² Bei denjenigen Pärken, wo der Park nur Teile einer Gemeinde abdeckt und gleichzeitig gemeindeweise Daten vorhanden waren (Goms (Binntal), Davos (Ela)), wurden die Logiernächte mit dem Flächenanteil des Parks in der Gemeinde verrechnet. Siehe Methodenteil. In der Gemeinde Belp (Gantrisch) sind die Logiernächte nur für einen Monat zugänglich, die Anpassung der Logiernächte wurde anhand dieses Anteils für das ganze Jahr gemacht.

Der Vergleich der Daten aus den Zählungen bei der Fragebogenausgabe mit den Daten aus den Hochrechnungen der Logiernächte zeigt, dass die zweiten massiv höher ausfallen: im Binnental beträgt der Unterschied Faktor 3, im Ela Faktor 4, im Gantrisch Faktor 5 und im Jura vaudois Faktor 2. Dies weist darauf hin, dass bei den Fragebogenverteilungen auf keinen Fall die anvisierten 90% der Gäste erreicht werden konnten, die durchschnittliche Anzahl Gäste pro Tag (Tabelle 3.11) also massiv zu tief eingeschätzt wurde. Dies deckt sich mit den Erfahrungen der Pärke bei der Fragebogenverteilung: So war es insbesondere bei den grossen Pärken mit sehr vielen Zugangsrouten und -typen (Gantrisch und Ela) schwierig bis unmöglich, genügend Verteilpersonen zu finden, um die bezogen auf die Gästezahl wichtigen strategischen Punkte abzudecken. Selbst in den kleineren Pärken wird davon ausgegangen, dass nur ein Bruchteil der Gäste erreicht wurde. Bei allen Pärken war es zudem schwierig, genügend und motiviertes Verteilpersonal über das ganze Jahr zu finden. Teilweise kam es zu Ausfällen. Es kann hier also bereits gefolgert werden, dass eine Hochrechnung über eigene Gästezahlungen während der Fragebogenverteilung kein geeignetes Mittel zur Abschätzung von Gästezahlen und -frequenzen ist und dieser Zusatzaufwand in kommenden Studien weggelassen werden kann.

Gleichzeitig ist zu erwähnen, dass auch die Hochrechnungen basierend auf den Logiernächten mit Fehlern behaftet sein können: Eine Fehlerquelle liegt in der Zurechnung der Logiernächte zum Park in Gemeinden, die nur teilweise im Parkperimeter liegen. Aufgrund des Datenschutzes darf das BfS keine genauen Aussagen machen, somit können keine genauen Abgrenzungen vorgenommen werden. Weitere Fehlerquellen liegen in Gebieten mit wenig entwickelter Hotellerie. Hier rechnen sich bereits kleine Fehler in der Hochrechnung zu grossen Ungenauigkeiten auf, weil von einer einstelligen Zahl auf 100% extrapoliert wird. Bei nur wenigen Hotelgästen im Parkgebiet ist es möglich, dass diese in der Stichprobe nicht repräsentativ abgedeckt sind, weil die Wahrscheinlichkeit, sie an den Verteiltagen in den Parkregionen zu erwischen, sehr tief ist. Dies mag ein Grund sein, weshalb im Gantrisch entgegen den Erwartungen die Hochrechnungen im Winter doppelt so hoch ausfallen, wie im Sommer. Eine letzte Fehlerquelle kann darin liegen, dass die Gäste nicht dasselbe unter «Hotel» verstehen, wie das BfS. Dies ist bei Unterkünften wie z.B. Reka-Feriendörfern der Fall, die gemäss BfS zur Parahotellerie gehören, von vielen Gästen allerdings als Typ «Hotel» verstanden wird. Wie gross die Unsicherheiten der Hochrechnungen basierend auf den Logiernächten insgesamt sind, kann nicht ermittelt werden.

Basierend auf den Resultaten und Überlegungen werden für die vier Pärke die Hochrechnungen über den Anteil der Hotelgäste an der Gesamtstichprobe und die Logiernächte als definitive Zahlen verwendet (Tabelle 3.14). Diese Zahlen können als plausibelste eingestuft werden. Einzig für den Naturpark Gantrisch muss aufgrund des sehr tiefen Anteils an Hotelgästen (speziell für den Winter) von einer erhöhten Ungenauigkeit ausgegangen werden, die allerdings nicht beziffert werden kann. Zum Vergleich wurde für die UNESCO Biosphäre Entlebuch von Knaus (2011) für Juli bis Ende Oktober eine Gästezahl von ca. 280'000 und eine Gästefrequenz von 600'000 ermittelt. BHP (2010) rechnete für das Entlebuch eine ganzjährige Gästefrequenz von 1'773'000 aus. Für den Nationalpark und die Biosfera Val Müstair kommt Backhaus et al. (2013) auf eine Gästefrequenz für die Sommersaison von 604'000. Die Gästezahlen liegen somit in derselben Grössenordnung.

Tabelle 3.14: Für die weitere Berechnung verwendete Anzahl Gäste und Gästefrequenz.

	Anzahl Gäste			Gästefrequenz		
	Sommer	Winter	total	Sommer	Winter	total
Binnental	28'076	28'171	56'247	188'950	195'227	384'177
Ela	92'696	89'291	181'987	685'950	859'871	1'545'821
Gantrisch	233'387	362'225	595'612	361'750	659'250	1'021'000
Jura vaudois	86'712	46'069	132'781	186'431	79'700	266'131

3.4 Touristischer Umsatz und Wertschöpfung

3.4.1 Gesamter touristischer Umsatz

Zur Berechnung der Wertschöpfung wird zuerst der direkte Bruttoumsatz berechnet, der den Gesamtausgaben aller Gäste während ihres Aufenthaltes in der Parkregion entspricht. Damit diese Berechnung möglichst differenziert ausfällt, wird die Gästefrequenz (Tabelle 3.14) auf die verschiedenen Gästekategorien aufgeteilt und diese Anteile dann mit ihren jeweiligen durchschnittlichen Tagesausgaben multipliziert (Tabelle 3.15). Das Resultat zeigt für jeden Park auf, welche Gästetypen am meisten Geld in der Region ausgeben. Die Ausgaben können zu einem kleinen Teil auch ausserhalb der Regionen anfallen, je nachdem, wo die Gäste übernachtet haben. Am meisten Geld wird von den Übernachtungsgästen ausgegeben, jedoch nicht immer die Hotelgäste, denn auch Gäste in gemieteten oder eigenen Wohnungen können dank längeren Aufenthaltsdauern insgesamt mehr Geld in der Region ausgeben, als Hotelgäste, die zwar höhere Tagesausgaben haben, aber nur wenige Tage in der Region bleiben. Die Ausgaben nach Gästetypen unterscheiden sich zwischen den einzelnen Pärken markant. Generell zeigt sich jedoch klar, dass aus ökonomischer Sicht die Förderung des Tagestourismus wenig effizient ist.

Tabelle 3.15: Übersicht über die täglichen Ausgaben aller Gäste in den vier Pärken, sowie den dadurch ausgelösten Bruttoumsatz, aufgeteilt in die Sommer- und Wintersaison. Bei einer Stichprobengrösse von $n < 4$ (beige) wurden die Daten beider Saisons gemittelt, um eine genügende Stichprobenzahl zu erhalten. Im Falle einer komplett fehlenden Stichprobeneinheit wurde die Grösse der anderen Saison übernommen.

	Übernachtungstyp	Gästefrequenz		Ø tägliche Ausgaben (CHF)		Bruttoumsatz (CHF)	
		Sommer	Winter	Sommer	Winter	Sommer	Winter
Binntal	Tagesgast	5'669	5'857	37	62	209'735	363'122
	Hotelgast	26'453	21'475	148	164	3'915'044	3'521'895
	gemietete FW	49'127	39'045	65	65	3'193'255	2'537'951
	eigene FW	54'796	97'614	58	71	3'178'139	6'930'559
	Freunde	9'448	17'570	44	44	415'690	773'099
	andere	43'459	13'666	39	81	1'694'882	1'106'937
Total						12'606'744	15'233'563
Ela	Tagesgast	13'719	8'599	15	44	205'785	378'343
	Hotelgast	123'471	120'382	164	180	20'249'244	21'668'749
	gemietete FW	185'207	266'560	56	105	10'371'564	27'988'801
	eigene FW	301'818	412'738	51	55	15'392'718	22'700'594
	Freunde	48'017	34'395	87	189	4'177'436	6'500'625
	andere	13'719	17'197	55	84	754'545	1'444'583
Total						51'151'292	80'681'696
Gantrisch	Tagesgast	198'963	336'218	13	16	2'586'513	5'379'480
	Hotelgast	28'940	13'185	167	167	4'832'980	2'201'895
	gemietete FW	21'705	0	133	-	2'886'765	0
	eigene FW	21'705	237'330	128	128	2'778'240	30'378'240
	Freunde	14'470	19'778	83	43	1'201'010	850'433
	andere	75'968	52'740	59	34	4'482'083	1'793'160
Total						18'767'590	40'603'208

Fortsetzung Tabelle 3.15

	Übernach- tungstyp	Gästefrequenz		Ø tägliche Ausgaben (CHF)		Bruttoumsatz (CHF)	
		Sommer	Winter	Sommer	Winter	Sommer	Winter
Jura vaudois	Tagesgast	67'115	38'256	17	18	1'140'958	688'608
	Hotelgast	24'236	9'564	135	218	3'271'864	2'084'952
	gemietete FW	18'643	5'579	43	68	801'653	379'372
	eigene FW	14'914	2'391	26	26	387'776	62'166
	Freunde	31'693	14'346	50	62	1'584'664	889'452
	andere	29'829	9'564	74	52	2'207'343	497'328
Total						9'394'258	4'601'878

Die Summierung der Bruttoumsätze der verschiedenen Gästetypen führt zum gesamten touristischen Bruttoumsatz in der Parkregion (entspricht dem direkten Umsatz, resp. der Gesamtnachfrage). Er beträgt für Sommer und Winter zusammen im Landschaftspark Binntal rund CHF 27.8 Mio., im Parc Ela 131.8 Mio., im Naturpark Gantrisch 59.4 Mio. und im Parc Jura vaudois 14.0 Mio. Basierend auf dem direkten Bruttoumsatz kann nun mittels Multiplikatoren der Gesamtumsatz berechnet werden (Tabelle 3.16). Zuerst wird dazu dem Bruttoumsatz die 8% Mehrwertsteuer abgezogen. Da beim Kauf von Waren und Dienstleistungen immer auch die Nachfrage an regionalen Vorleistungen induziert wird, werden in einem zweiten Schritt diese Vorleistungen dem Nettoumsatz zugerechnet. Sie entsprechen anlehnend an die Methodik von Küpfer (2000) 43% des Nettoumsatzes. Schliesslich werden auch Einkommenseffekte berücksichtigt. Diese widerspiegeln die Ausgaben, welche von Angestellten aufgrund ihres Einkommens gemacht werden, das aus der Nachfrage der Gäste entspringt. Die Einkommenseffekte entsprechen gemäss Küpfer (2000) 22% der Summe aus Nettoumsatz und Vorleistungen. Der gesamte touristische Umsatz beläuft sich auf CHF 44.6 Mio. (Binntal), 209.5 Mio. (Ela), 95.4 Mio. (Gantrisch) und 22.5 Mio. (Jura vaudois).

Tabelle 3.16: Gesamte touristische Umsätze in den vier Pärken (in Mio. CHF) berechnet über Brutto- und Nettoumsatz, Vorleistungen und Einkommenseffekte.

in Mio. CHF	direkt (Brutto)	direkt (Netto)	Vorleistungen	Einkommens- effekte	Gesamt
Binntal Sommer	12.6	11.6	5.0	3.6	20.2
Binntal Winter	15.2	14.0	6.0	4.4	24.4
Ela Sommer	51.1	47.0	20.2	14.8	82.0
Ela Winter	80.7	74.2	31.9	23.4	129.5
Gantrisch Sommer	18.8	17.3	7.4	5.4	30.2
Gantrisch Winter	40.6	37.4	16.1	11.8	65.2
Jura vaudois Sommer	9.4	8.6	3.7	2.7	15.1
Jura vaudois Winter	4.6	4.2	1.8	1.3	7.4

3.4.2 Wertschöpfung

Gemäss BfS (2018) können rund 50% der Umsätze als Wertschöpfung verbucht werden, das heisst, diese Summen werden durch die wirtschaftlichen Aktivitäten als Mehrwert im Parkperimeter geschaffen. Sie werden als Saläre vergütet, als Gewinne ausbezahlt oder in die Unternehmungen reinvestiert. Aus den Werten der Tabelle 3.16 können direkt die Wertschöpfungszahlen für die vier Pärke abgeleitet werden (Tabelle 3.17). Die gesamte, touristisch induzierte Wertschöpfung beträgt somit im Landschaftspark Binntal

CHF 22.3 Mio., im Parc Ela 105.8 Mio., im Naturpark Gantrisch 47.7 Mio. und im Parc Jura vaudois 11.2 Mio. Diese Wertschöpfung deckt die gesamten touristischen Aktivitäten der Gäste in der Parkregion ab.

Mit Hilfe des Parkfaktors kann nun derjenige Anteil berechnet werden, der auf den jeweiligen Park zurückgeht (Tabelle 3.17): Die Aktivitäten des Landschaftsparks Binntal induzieren eine touristische Wertschöpfung von CHF 3.7 Mio., diejenigen des Parcs Ela 8.8 Mio., diejenigen des Naturparks Gantrisch 7.3 Mio. und diejenigen des Parcs Jura vaudois 1.7 Mio. Der grössere Anteil der Wertschöpfung wird dabei mit Ausnahme des Gantrischs jeweils im Sommer erzielt. Diese Resultate liegen in den Grössenordnungen der bereits bekannten Resultate: Für die UNESCO Biosphäre Entlebuch wurde von Knaus (2011) für die Sommersaison eine gesamte touristische Wertschöpfung von CHF 5.2 Mio. berechnet, von Backhaus et al. (2013) für die Sommersaison der Biosfera Val Müstair eine von 3.8 Mio. und für den Nationalpark eine von 19.7 Mio.

Tabelle 3.17: Gesamte touristische Wertschöpfung in den vier Pärken (in Mio. CHF) berechnet über Brutto- und Nettowertschöpfung, Vorleistungen und Einkommenseffekte. Die parkinduzierte Wertschöpfung geht kausal und direkt auf die Aktivitäten des Parks zurück. Sie wird über den Parkfaktor (Tab. 3.9) berechnet.

in Mio. CHF	direkt (Brutto)	direkt (Netto)	Vorleistungen	Einkommens- effekte	Gesamt	Park- induziert
Binntal Sommer	6.3	5.8	2.5	1.8	10.1	2.1
Binntal Winter	7.6	7.0	3.0	2.2	12.2	1.6
Ela Sommer	25.6	23.5	10.1	7.4	41.0	4.9
Ela Winter	40.4	37.1	16.0	11.7	64.8	3.9
Gantrisch Sommer	9.4	8.6	3.7	2.7	15.1	2.4
Gantrisch Winter	20.3	18.7	8.0	5.9	32.6	4.9
Jura vaudois Sommer	4.7	4.3	1.9	1.4	7.5	1.2
Jura vaudois Winter	2.3	2.1	0.9	0.7	3.7	0.5

3.4.3 Beurteilung der parkinduzierten Wertschöpfung

Basierend auf der Bruttowertschöpfung pro Arbeitsplatz können die eher abstrakten Wertschöpfungszahlen in Arbeitsstellenäquivalente umgerechnet werden. Unter Verwendung der in den Methoden beschriebenen Zahlen entstehen in den tourismusbezogenen Wirtschaftskreisen dank den Parkaktivitäten im Landschaftspark Binntal 40 zusätzliche Vollzeitstellen, im Parc Ela 82, im Naturpark Gantrisch 87 und im Parc Jura vaudois 18. Umgerechnet auf den Anteil an Arbeitsplätzen, der durch die parkinduzierte touristische Wertschöpfung entsteht, sind es im Binntal 10%, im Ela 2%, im Gantrisch 0.7% und im Jura vaudois 0.13%. Die Resultate fallen äusserst unterschiedlich aus, da die Regionen wirtschaftlich sehr unterschiedlich aufgestellt sind: Der sehr ländliche und flächenmässig kleine Naturpark Binntal weist nur sehr wenige Arbeitsplätze im Parkperimeter auf, der Parc Ela deckt hingegen eine sehr grosse Fläche ab und bietet somit trotz ebenfalls ländlicher Prägung auch mehr Arbeitsplätze. Der Naturpark Gantrisch und der Parc Jura vaudois hingegen sind wirtschaftlich wesentlich stärker entwickelt und verfügen entsprechend über eine grosse Zahl an bestehenden Arbeitsplätzen. Da fallen die wenigen dutzend durch den Parktourismus ausgelösten Arbeitsplätze nur wenig ins Gewicht. Trotz der geringen Zahl können diese Arbeitsplätze in abgelegenen Teilregionen dieser Pärke jedoch sehr wertvoll sein.

Das Kosten-Nutzen-Verhältnis der eingesetzten Mittel kann in allen Pärken als sehr gut eingeschätzt werden. Im Vergleich zu den Parkbudgets von CHF 1.1 Mio. (Binntal), 1.7 Mio. (Ela), 2.2 Mio. (Gantrisch) und 1.5 Mio. (Jura vaudois) fällt die jeweils damit ausgelöste touristische Wertschöpfung für 2017 um den Faktor 3 (Binntal), 5 (Ela), 3 (Gantrisch) und 1 (Jura vaudois) grösser aus. Hinsichtlich der eingesetzten öffentlichen Geldern fallen die Verhältnisse noch besser aus: Die Grundbeiträge von Gemeinden, Kantonen und Bund von CHF 0.8 Mio. erzielen im Binntal eine 4-fach höhere Wertschöpfung, die 1.35 Mio. im Ela eine 6-fach höhere, die 1.5 Mio. im Gantrisch eine 4-fach höhere und die 1.1 Mio. im Jura vaudois eine 1.5-fach höhere. Die Pärke sind also für die öffentliche Hand eine lohnenswerte Investition. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass nur ein Teil dieser Gelder für touristischen Massnahmen eingesetzt werden.

3.5 Vergleich der Stichprobe «gedruckt» vs. «online»

Im Vorfeld der Untersuchung wurde über mögliche Auswirkungen einer reinen online-Umfrage diskutiert. Um die Gäste möglichst umfassend abzudecken und Verzerrungen z.B. in der Altersstruktur der Stichprobe zu vermeiden, wurde schliesslich die online-Variante mit der traditionellen Verteilung von gedruckten Fragebögen kombiniert. Es stellt sich nun die Frage, ob sich dieser Aufwand gelohnt hat, respektive, wie unterschiedlich die zwei Sub-Stichproben sind. Hierzu werden in diesem Unterkapitel die wichtigsten Variablen pärkeweise zwischen den zwei Sub-Stichproben mittels eines t-Tests verglichen.

Das Alter unterscheidet sich in allen Pärken hoch-signifikant ($p < 0.001$) zwischen den zwei Sub-Samples, die online-Version wurde durchgehend von signifikant jüngeren Gästen ausgefüllt (Tabelle 3.18). Bei den Geldausgaben zeigt sich, dass Leute, die online-Fragebögen ausfüllen mehr Geld pro Tag ausgeben, als Papier-affine. Jedoch sind die Ausgaben nur im Binntal und Ela signifikant unterschiedlich ($p < 0.001$), nicht aber im Gantrisch ($p = 0.1$, $t = 1.73$) und im Jura vaudois ($p = 0.4$, $t = 1.02$). Bei der Parkaffinität und der generellen Zufriedenheit wurde trotz kategorialer Daten ein t-Test durchgeführt. Dies ist nicht ganz korrekt, die Ergebnisse sind aber, da es sich um kategoriale und nicht ordinale Daten handelt, robust. Die Resultate zeigen, dass es in der Parkaffinität im Schnitt keine signifikanten Unterschiede zwischen den Sub-Samples gibt. Bei der generellen Zufriedenheit mit dem Aufenthalt im Park hingegen, gibt es signifikante Unterschiede: Im Binntal und Ela sind die Gäste mit online-Präferenz durchschnittlich leicht zufriedener mit ihrem Aufenthalt ($p < 0.01$). Im Gantrisch hingegen sind diejenigen, die den gedruckten Fragebogen ausgefüllt haben, leicht zufriedener ($p = 0.02$). Im Jura vaudois, schliesslich, gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen «online» und «gedruckt» ($p = 0.12$, $t = -0.83$).

Tabelle 3.18: Unterschiede zwischen den Gästen, die den gedruckten, respektive den online Fragebogen ausgefüllt haben. Bei der Parkaffinität entspricht ein höherer Wert einer höheren Parkaffinität, bei der Zufriedenheit entspricht ein tieferer Wert einer höheren Zufriedenheit.

	Alter (Jahre)		Geldausgaben (CHF)		Parkaffinität		Generelle Zufriedenheit	
	gedruckt	online	gedruckt	online	gedruckt	online	gedruckt	online
Binntal	55.9	49.6	52	87	2.1	2.2	1.22	1.12
Ela	55.4	51.0	50	116	1.7	1.7	1.32	1.27
Gantrisch	58.0	46.9	15	23	2.0	2.0	1.24	1.29
Jura vaudois	54.9	47.7	25	32	1.8	1.9	1.24	1.22

Aus den Resultaten kann gefolgert werden, dass die gedruckte Umfrage nach wie vor wesentlich unterschiedliche Gruppen von Gästen anspricht, als die digitale. Bei Gästenumfragen sollten in den kommenden Jahren also weiterhin beide Umfragemethoden, sowohl die traditionellen gedruckten Fragebögen mit Rückantwortcouvert, als auch die modernere Version mit Postkarten und QR-Code der online-Umfrage, angewendet werden. So kann das ganze Gästespektrum, das sich aus (noch) unterschiedlichen Subgruppen zusammensetzt, abgedeckt werden. Bei einer allfälligen Wiederholung in 5 bis 10 Jahren sollte unbedingt ein weiteres Mal überprüft werden, ob der grosse Aufwand mit gedruckten Versionen noch nötig ist.

4. Diskussion

In dieser Umfrage konnten wichtige Informationen zu den Gästen des Landschaftsparks Binntal, Parc Ela, Naturpark Gantrisch und Parc Jura vaudois zusammengetragen werden. Neben der Ermittlung der Gästecharakteristiken, die ein detailliertes Bild über typische Parkgäste, deren Reisemotive, Informationsquellen, Aktivitäten, Zufriedenheit und Geldausgaben zeichnen, konnten wichtige Hinweise auf mögliche Ansatzpunkte und Massnahmen touristischer Art für die Naturpärke gewonnen werden. Für eine Steigerung der parkinduzierten touristischen Wertschöpfung sollten die Gäste mittels passender Angebote möglichst für kostenpflichtige Aktivitäten im Park gewonnen werden, die zu ihrer vollen Zufriedenheit ausgeführt werden. Sowohl bei Tages- wie auch bei Übernachtungsgästen besteht hierzu noch Potential. Dadurch kann einerseits über die Steigerung der täglichen Ausgaben die Wertschöpfung im Park direkt erhöht werden, andererseits kann mittels zufriedener Gäste die Mund-zu-Mund-Propaganda in den Quellorten der Gäste verstärkt werden. Diese hat sich in der Umfrage als die effizienteste PR-Methode herausgestellt und kann indirekt zu einer weiteren Zunahme der parkaffinen Gäste führen. Als weiterer Kommunikationskanal können Gäste, die bereits im Sommer in die Region gelangen, bei ihrem Aufenthalt auch auf Winteraktivitäten im Park aufmerksam gemacht werden. Weitere Verbesserungsmöglichkeiten bestehen darin, die Informationen zu Angeboten und Aktivitäten der Pärke, insbesondere der Wandermöglichkeiten, noch einfacher per Internet zugänglich zu machen.

Mit diesen Massnahmen touristischer Art und mit den Massnahmen im Bereich Natur und Landschaft schaffen die Naturpärke die Voraussetzungen dafür, dass die Gäste mit ihrer Affinität für schöne Landschaften und intakte Natur kurz- und langfristig in die Parkregionen reisen. Der integrale Schutz- und Entwicklungsansatz bietet also beste Voraussetzungen dafür, in den Parkregionen nachhaltig touristisch induzierte Wertschöpfung zu generieren. Damit Nachhaltigkeit gelebt werden kann, sollte es ein Ziel sein, die negativen Externalitäten des Tourismus im Park tief zu halten. Tagesgäste, die kein bis wenig Geld ausgeben, verursachen praktisch nur negative Externalitäten in der Parkregion. Vor diesem Hintergrund und auch aufgrund der etwas tieferen Zufriedenheit mit dem Angebot des öffentlichen Verkehrs, sollte in allen Pärken versucht werden, Angebote mit Übernachtungen zu fördern und den öffentlichen Verkehr zu stärken, um die Anreisen mit dem Auto und das Verkehrsaufkommen zu reduzieren. Auch dies wird kurz- und langfristig positive Auswirkungen auf den Tourismus im Park haben.

4.1 Methodenkritik

Bezüglich der hier berechneten parkinduzierten touristischen Wertschöpfung bestehen Unsicherheiten, wie dies in den bereits existierenden Studien (Knaus 2011, Backhaus et al. 2013, Job et al. 2005) der Fall ist. Für die Berechnung der Wertschöpfung sind drei Grössen zentral: Die Gästefrequenz, die durchschnittlichen täglichen Ausgaben und der Parkfaktor. Für die Berechnung des Parkfaktors konnte in dieser Studie eine wesentliche Verbesserung erzielt werden: Die Berechnung kommt dank der direkten Frage nach den Gründen, warum die Gäste in den Park gereist sind, mit wesentlich weniger Annahmen aus als die vormaligen Schweizer Studien (Knaus 2011 und Backhaus et al. 2013). Dazu ist die Methodik im Vergleich zu derjenigen in vorherigen Studien auch intuitiv verständlich. Insgesamt kann der hier berechnete Parkfaktor als sehr robust angenommen werden. Die Resultate der durchschnittlichen täglichen Ausgaben sind im Allgemeinen ebenfalls als verlässlich einzuschätzen, auch wenn eine grössere Stichprobe zwecks soliderer Zahlen nach Aufsplittung der Übernachtungsgäste in die verschiedenen Unterkunftstypen wünschenswert gewesen wäre. Diese Angaben sind wichtig, zeigen sich doch beim Vergleich mit einer gröberen Berechnungsmethode, in der nur zwischen Tages- und Übernachtungsgästen differenziert wird, Abweichungen von -5 bis +44% (siehe Anhang A6). Eine Verkleinerung der Stichprobe ist somit aus dieser Perspektive keinesfalls empfehlenswert.

Der grösste Unsicherheitsfaktor in der Abschätzung der Wertschöpfung bleibt jedoch die Berechnung der Gästefrequenz. Hier gibt es nach wie vor die grössten Unsicherheiten: Die zwei angewandten Hochrechnungsmethoden sind in den vier Pärken bis zu einem Faktor von 5 unterschiedlich ausgefallen. Aus den grossen Unterschieden zwischen den zwei angewandten Methoden kann geschlossen werden, dass die Abschätzung der Gästefrequenzen über eigene Zählungen nicht geeignet ist, um verlässliche Zahlen zu erhalten: Um bei Fragebogenverteilungen oder Gästezählungen wirklich 90% der Gäste zu erreichen, und so eine geeignete Datenbasis für die Hochrechnung der Gästefrequenzen über die Gästezählung zu haben, müssten an den Verteiltagen massiv höhere Efforts geleistet werden, als dies in dieser Studie der Fall war:

Es braucht eine zeitlich längere Präsenz vor Ort und gleichzeitig müssen weitaus mehr strategisch wichtige Orte bedient werden. Wenn dies nicht oder nicht immer erreicht werden kann, können keine validen Hochrechnungen gemacht werden. Ob dies aus einer Kosten-Nutzen Perspektive zu rechtfertigen ist, müssen die Auftraggeber beurteilen. Bei den Hochrechnungen basierend auf den Gästezählungen hat sich zudem erneut gezeigt, dass die Stichprobe eher zu knapp war: Aufgeteilt auf Saisons, Wochentage, etc. war die Stichprobe aus 24 Verteiltagen zu klein, um die Gästefrequenz fundiert abzuschätzen. Im Deutschen Ansatz (Job et al. 2005), der bereits für viele Pärke verwendet wurde, werden die Gästezählungen vor Ort zeitlich viel stärker aufgelöst (nach Stunden) und die Hochrechnungen danach über diese Daten gemacht. Auch diese Datensammlungen sind sehr zeitintensiv und müssten in den untersuchten Pärken flächendeckend alle Gästeströme abdecken. Der Aufwand dieser und der vorliegenden Methode dürfte somit vergleichbar sein, die Datenerfassung wird einfach anders vorgenommen. Die (Un-)Genauigkeit der erreichten Resultate ist bei beiden Methoden ebenfalls vergleichbar: Auch der Deutsche Ansatz arbeitet mit einer Reihe von Annahmen und keiner breiteren Datenbasis.

Die zweite Hochrechnungsmethode dieser Studie auf Basis der besseren Grundlagendaten, den Logiernächten, weist ebenfalls Unsicherheiten auf, speziell für Pärke mit wenig ausgeprägter Hotellerie. Die Hotelgäste sind in solchen Gebieten in der Stichprobe schnell unter- oder überrepräsentiert, während gleichzeitig kleine Unterschiede in der Datenqualität, z.B. durch fehlende Meldungen von Logiernächten, einen grossen Einfluss auf das Schlussresultat haben. Ungenauigkeiten rühren von der Zurechnung der Logiernächte zum Park, wenn nur Teile einer Gemeinde im Park liegen. Schliesslich bestehen in dieser Methode Unsicherheiten darüber, ob Gäste dasselbe unter «Hotel» verstehen, wie das Bundesamt für Statistik. In der Studie von Knaus (2011) war dies der Grund dafür, die Hochrechnungen der Gästefrequenzen nicht basierend auf den Logiernächten vorzunehmen. Für den Naturpark Gantrisch muss aufgrund des tiefen Anteils Hotelgäste an der Stichprobe davon ausgegangen werden, dass die berechneten Gästefrequenzen für die Wintersaison mit Vorsicht zu verwenden sind: die effektive Gästefrequenz dürfte irgendwo zwischen den zwei Hochrechnungen (200'000 und 660'000) liegen.

Aus all diesen Ausführungen lässt sich schliessen, dass

- (1) verlässliche Abschätzungen der Gästezahlen und -frequenzen in Pärken mit solider Hotellerie (Anteil Hotelgäste an Gesamtfrequenz >10%) über die Hochrechnung der BfS Logiernächte möglich und robust sind;
- (2) in Pärken mit sehr schwacher bis fehlender Hotellerie mit der vorliegenden Methodik keine verlässlichen Abschätzungen der Besucherfrequenzen gemacht werden können, es sei denn, der Zähl- und Verteilungsaufwand würde massiv gesteigert, was jedoch logistisch kaum möglich ist;
- (3) für fundierte Wertschöpfungsstudien die Stichprobe auf keinen Fall verkleinert werden soll. Bei einer allfälligen Reduktion der Anzahl Verteiltage müssten die Verteilaktivitäten während den Verteiltagen entsprechend intensiviert werden.

Um Pärken mit schwacher Hotellerie eine Möglichkeit für die Ermittlung der Gästefrequenzen zu bieten, aber auch um in Pärken mit solider Hotellerie Möglichkeiten für eine einfachere und effizientere Abschätzung der Gästefrequenzen zu ermöglichen, sollte bei zukünftigen Wertschöpfungsberechnungen ein Augenmerk auf Alternativen für die Erfassung der Gästefrequenzen gelegt werden. Im Nationalpark mit seinen wenigen Eingangspforten können mit den automatischen Zählungen über Zählmatte sehr genaue Angaben zur Anzahl Gäste gemacht werden (Backhaus et al. 2013). Es stellt sich die Frage, ob ähnliche Vorrichtungen auch in Pärken installiert werden könnten. Die angewandte Methode müsste natürlich auf die unterschiedlichen Voraussetzungen, insbesondere die zahlreichen Zugänge, die per Auto, öV und zu Fuss genutzt werden können, angepasst werden. Es müssten jedoch nicht zwingend alle Orte und Routen mit Zählern abgedeckt werden. Die relative räumliche Verteilung der Gäste könnte an einigen Stichprobentagen flächig erfasst werden. Darauf basierend könnten danach mittels automatischer Zählungen an viel begangenen Wegen relativ präzise Hochrechnungen auf das ganze Jahr und den ganzen Perimeter vorgenommen werden. Aufgrund der hohen zu erwartenden Investitionskosten und den methodischen Unklarheiten wäre es zielführend, diese Art der Frequenzermittlung pilotartig in einem Forschungsprojekt zu testen.

5. Fazit

In grossangelegten Gästeumfragen können wichtige Einsichten über die Gäste der Pärke gewonnen und daraus fundierte Rückschlüsse auf die weitere Ausgestaltung von Angeboten touristischer Art gewonnen werden. Gleichzeitig lassen es diese Umfragen zu, Rückschlüsse auf die Gästefrequenzen zu ziehen und damit auch die parkinduzierte touristische Wertschöpfung abzuschätzen. Voraussetzung für solche Studien sind solide Stichprobengrössen, die während vielen Verteiltagen und an vielen Verteilorten gesammelt werden und entsprechend mit viel Aufwand für die Pärke verbunden sind. Die resultierenden Werte für die Wertschöpfung sind derweil nach wie vor mit Unsicherheiten behaftet, vor allem, weil die Gästefrequenz nur ungenau berechnet werden kann. Diesen letzteren Unsicherheitsfaktor mittels automatischer Zählungen zu beheben oder genauere Angaben zur Ungenauigkeit der Hochrechnungen zu erhalten, sollte das Ziel für weitere Untersuchungen dieser Art werden. Dies insbesondere dann, wenn Wertschöpfungszahlen in politischen Prozessen und der Kommunikation mit der Öffentlichkeit als Argumente für Pärke verwendet werden.

6. Referenzen

- Backhaus N., Buser C., Buttica M., Jorio D. & M. Speich 2013: Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal. Schriftenreihe Humangeographie 27. Zürich, Schweiz: Geographisches Institut der Universität Zürich.
- BfS [Bundesamt für Statistik] 2017: Arbeitsstellen und Beschäftigte nach Gemeinde, Wirtschaftssektor und Grössenklasse. Stat-Tab: https://www.pxweb.bfs.admin.ch/default.aspx?px_language=de. Homepage abgerufen am 12.4.2017.
- BfS [Bundesamt für Statistik] 2018: Produktionskonto nach Wirtschaftssektoren. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/volkswirtschaft/volkswirtschaftliche-gesamtrechnung/produktionskonto.assetdetail.5966209.html>
- BHP 2010: Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern. Luzern Tourismus und Rawi Luzern, unveröffentlicht.
- Borrini-Feyerabend G., Dudley N., Jaeger T., Lassen B., Pathak Broome N., Phillips A. & T. Sandwith 2013: Governance of Protected Areas: From understanding to action. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 20. Gland, Schweiz: IUCN.
- Job H., Harrer B., Metzler D. & D. Hajizadeh-Alamdary 2005: Ökonomische Effekte von Grossschutzgebieten. Untersuchung der Bedeutung von Grossschutzgebieten für den Tourismus und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. BfN Skripten 135: Bonn, Deutschland: Bundesamt für Naturschutz.
- Knaus F. 2012: Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Resultate einer umfassenden Gästebefragung. Interner Bericht. Zürich und Schüpfheim, Schweiz: ETH Zürich und Biosphärenmanagement.
- Knaus F. & N. Backhaus 2014: Touristische Wertschöpfung in Pärken. Swiss Academies Factsheet 9(3). Bern, Schweiz: ScNat.
- Küpfer I. 2000: Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus, untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Nationalpark-Forschung Schweiz 90. Zerne, Schweiz: Schweizer Nationalpark.
- Mayer M. & H. Job 2014: The economics of protected areas – a European perspective. Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 58(2-3): 73-97.
- Regiosuisse 2014: Monitoringbericht 2013. Die regionalwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz. Brig, Schweiz: Regiosuisse.

Anhang

A1: Fragebogen



Liebe Gäste

Die ETH Zürich führt im Auftrag des Netzwerks Schweizer Pärke eine Umfrage über Ihren Aufenthalt in der Region Albulatal und Surses: Bergün-Filisur, Savognin-Bivio-Albula durch. Wir sind auf möglichst viele Daten angewiesen und würden uns darum freuen, wenn Sie sich für die Beantwortung der Fragen heute Abend 10 Minuten Zeit nehmen. Es lohnt sich: Attraktive Preise warten auf Sie! Ihre Antworten werden vertraulich und anonym behandelt. Sie können diese Umfrage übrigens auch unter <https://www2.unipark.de/uc/Ela/> ausfüllen. Herzlichen Dank!

1. Wie sind Sie in die Ausflugsregion gereist?

- | | | |
|---------------------------------------|---|--|
| ☐ mit dem Auto | ☐ per Reiseкар | ☐ mit dem Fahrrad |
| ☐ mit dem öV | ☐ mit dem Motorrad | ☐ zu Fuss |

2. Wie haben Sie Ihren Aufenthalt verbracht?

- ☐ alleine ☐ zu zweit ☐ mit der Familie ☐ in einer Gruppe

→ Anzahl Erwachsene (inkl. Ihnen):, Kinder (bis 12 Jahre):, Jugendliche (13 bis 18 Jahre):

3. Wie lange bleiben Sie in der Region Albulatal und Surses?

- ☐ ich war nur heute in der Region und habe nicht übernachtet (→ bei Frage 4 fortfahren)
- ☐ ich übernachtete in der Region und zwar: Nächte in der Ortschaft

3b. In was für einer Unterkunft übernachteten Sie?

- | | | |
|---|---------------------------------------|---|
| ☐ gemietete Ferienwohnung | ☐ Hotel | ☐ eigene Ferienwohnung |
| ☐ Bed and Breakfast (B'n'B) | ☐ Campingplatz | ☐ Agrotourismus |
| ☐ bei Freunden oder Verwandten | ☐ AirBnB | ☐ andere |

4. Wie oft haben Sie die Region schon besucht?

- ☐ es ist das erste Mal ☐ das zweite Mal ☐ einige Male ☐ ich bin Stammgast

5. Welche zwei Eigenschaften verbinden Sie spontan mit der Region Albulatal und Surses?

(1) (2)

6. Was haben Sie heute in der Region Albulatal und Surses gemacht? Bitte alles Passende ankreuzen.

- | | | | |
|--|---|---|---|
| ☐ Wandern | ☐ Velofahren/MTB | ☐ geführte Exkursion | ☐ kultureller Anlass |
| ☐ Geo-Cachen | ☐ Wellness | ☐ Naturbeobachtung | ☐ Teilnahme Seminar |
| ☐ Winterwandern | ☐ Schlitteln | ☐ Ski fahren/Snowboarden | ☐ Schneeschuhlaufen |
| ☐ Museumsbesuch | ☐ Anderes: | | |

7. Wie wurden Sie auf die Region aufmerksam? Bitte alles ankreuzen, was Sie konsultiert haben.

- | | | |
|--|---|--|
| ☐ Internet (inkl. Facebook, etc.) | ☐ Reiseführer | ☐ Tourismusbüro |
| ☐ Vorschläge aus Zeitschriften | ☐ Landkarten | ☐ touristische Broschüren |
| ☐ Freunde / Verwandte | ☐ Vorschläge aus Zeitungen | ☐ Broschüren des Parks |
| ☐ Sonstiges: | | |

8. Spielte der Naturpark «Parc Ela» eine Rolle bei Ihrer Entscheidung, in diese Region zu kommen?

- ☐ nein ☐ kaum ☐ ja, unter anderem ☐ ja, eine wichtige

9. Welche anderen Gründe haben Sie dazu bewogen, in die Region zu reisen? Listen Sie die wichtigsten auf.

1. 2. 3.
4. 5. 6.

10. Wieviel Geld haben Sie heute in der Region Albulatal und Surses ausgegeben?

..... Fr. für die Unterkunft (allenfalls ausrechnen für eine Nacht)
..... Fr. für Verpflegung und/oder Getränke in Restaurants, Cafés, Bars, etc.
..... Fr. in Läden (z.B. Lebensmittel, Souvenirs, Geschenke, Kleider, Miete von Ski, Velo, etc.)
..... Fr. für Transporte innerhalb der Region (z.B. Bergbahnen, Postauto, Tankstelle)
..... Fr. für Eintritte zu Veranstaltungen, Exkursionen und Museen
..... Fr. für alles andere (z.B. Arzt, Coiffeur, Autogarage)
..... Fr. total

11. Für wie viele Personen gelten Ihre Angaben bei Frage 10 (Sie selber mit eingerechnet)?

Anzahl Erwachsene: Anzahl Kinder:

12. Zurück zu Ihrem Aufenthalt: Wie zufrieden waren Sie...

	😊😊	😊	😐	😐	😞😞
... ganz generell mit Ihrem Aufenthalt	☐	☐	☐	☐	☐
... mit der Gastfreundschaft	☐	☐	☐	☐	☐
... mit der Qualität Ihrer Unterkunft	☐	☐	☐	☐	☐
... mit dem Angebot an Aktivitäten	☐	☐	☐	☐	☐
... mit der Auskunft im Tourismusbüro	☐	☐	☐	☐	☐
... mit dem Zustand der Wanderwege	☐	☐	☐	☐	☐
... mit Zugänglichkeit von Informationen	☐	☐	☐	☐	☐
... mit dem Angebot des öffentlichen Verkehrs	☐	☐	☐	☐	☐

13. Falls Sie nicht zufrieden waren: mit was genau waren Sie unzufrieden?

.....
.....

14. Gibt es sonst noch etwas, das Sie uns mitteilen möchten?

.....
.....

Postleitzahl Wohnort: Land: Alter: Jahre

Geschlecht: ☐ Frau ☐ Mann Datum Ihres Besuchs:

Falls Sie am Wettbewerb teilnehmen möchten, bitte hier Email angeben:

Für Fragen und Antworten melden Sie sich bitte bei besucherumfrage@usys.ethz.ch.

A2: Verteilorte

Tabelle A2.1: Detailangaben zu den Verteilorten und den Verteilmodalitäten. Ausgabety: 1=Postkarten oder Fragebogen, 2=nur Postkarten, 3=Postkarten und Fragebogen; Ortstyp: 1=Hotel, 2=Restaurant, 3=Parkplatz, 4=Bergbahnen, 5=ÖV-Stationen, 6=andere; Verteilsaison: 1=ganzjährig, 2=nur Sommer, 3=nur Winter; Verteilart: 1=aktiv bedient, 2=nur Auflage; Verteilzeit: 1=Verteilung am Morgen, 2=am Nachmittag/Abend, 3=ganztags

Koordinate Y	Koordinate X	Ortsbezeichnung	Ortschaft	Ausgabe- typ	Orts- typ	Verteil- saison	Verteil- art	Verteilzeit
Landschaftspark Binntal								
2'657'361	1'135'006	Tourismusbüro Binn	Binn	1	6	1	1	1/2
2'659'550	1'135'728	Restaurant Bärgekristall, Binn	Binn	1	2	1	1	3
2'657'334	1'135'022	Binn Dorf	Binn	3	5	1	1	3
2'658'905	1'143'910	Olympia Sport, Blitzingen	Blitzingen	1	6	1	2	3
2'658'651	1'143'838	Blitzingen	Blitzingen	1	5	1	1	3
2'654'409	1'138'828	Tourismusbüro Ernen	Ernen	1	6	1	1	3
2'654'394	1'138'847	Dorfplatz Ernen	Ernen	1	5	1	1	3
2'650'363	1'135'905	Konsum Grengiols	Grenziols	1	6	1	2	3
2'655'084	1'139'955	Restaurant Hängebrigga, Mühlebach	Mühlebach	1	2	1	1	3
Parc Ela								
2'760'108	1'171'913	Restaurant Solisbrücke	Alvaschein	3	2	1	2	3
2'776'855	1'166'806	Bergün Kurhaus	Bergün	3	1	1	1	3
2'776'688	1'166'844	Bergün Hotel Albula Bergün	Bergün	3	1	1	2	3
2'776'731	1'167'007	Bergün Infostelle/Bahnmuseum	Bergün	3	6	1	2	3
2'776'700	1'167'088	Bahnhof Bergün	Bergün	3	5	1	1	3
2'777'082	1'166'075	Bergbahn Bergün Darlux	Bergün	3	4	1	1	3
2'769'821	1'148'968	Bivio Infobüro	Bivio	3	6	1	2	3
2'769'873	1'148'646	Hotel Post Bivio	Bivio	3	1	1	1	3
2'769'806	1'148'925	Postautohaltestelle, Bivio	Bivio	3	5	1	1	3
2'771'658	1'171'778	Filisur Bahnhöfli	Filisur	3	2/5	1	2	3
2'765'529	1'162'805	Savognin Infostelle Parc Ela	Savognin	3	6	1	1	3
2'765'556	1'162'812	Hotel Piz Mitgel	Savognin	3	1	1	2	3
2'765'320	1'162'951	Hotel Danilo	Savognin	3	1	1	1	3
2'765'666	1'162'755	Postautohaltestelle Savognin, posta	Savognin	3	5	1	1	3
2'764'930	1'163'122	Savognin See	Savognin	3	6	1	1	3
2'764'985	1'162'823	Savognin Bergbahn	Savognin	3	4	1	1	3
2'770'088	1'154'652	Bergasthaus Piz Platta	Sur (Alp Flix)	3	2	1	2	3
2'763'269	1'170'321	Postautohaltestelle Tiefencastel	Tiefencastel	3	5	1	1	3
Naturpark Gantrisch								
2'590'744	1'186'074	Heitenried, Sodbach	Heitenried	1	2	2	1	1
2'601'595	1'188'021	Restaurant Bütschelegg	Oberbütschel	1	2	2	1	1
2'588'356	1'176'673	Bushaltestelle Dorf, Plaffeien	Plaffeien	1	5	1	1	1
2'602'895	1'184'255	Post, Riggisberg	Riggisberg	1	5	1	1	1
2'599'271	1'180'718	Seilpark Längeneybad	Rüschegg Heubach	2	6	2	1	1
2'601'081	1'175'801	Gurnigelberghaus	Rüti b. Riggisberg	1	2	1	1	1
2'600'200	1'175'001	Gurnigel, Wasserscheide	Sangernboden	1	5	1	1	1
2'592'678	1'185'320	Bahnhof Schwarzenbrug	Schwarzenburg	1	5	1	1	1
2'588'488	1'168'828	Bushaltestelle Gypsera, Schwarzsee	Schwarzsee	1	5	1	1	1

Fortsetzung Tabelle A2.1

Koordinate Y	Koordinate X	Ortsbezeichnung	Ortschaft	Ausgabe- typ	Orts- typ	Verteil- saison	Verteil- art	Verteilzeit
Parc Jura vaudois								
2'504'045	1'139'920	Moulins de Chiblins	Gingins	1	6	2	2	3
2'496'270	1'145'862	Col de la Givrine	La Cure	1	5	1	1	Été:1/Hiver:2
2'505'450	1'154'124	Buvette d'alpage Pré aux Veaux	Le Brassus	2	2	2	2	3
2'508'870	1'156'429	Col du Marchairuz	Le Brassus	1	5	1	1	Été:1/Hiver:2
2'508'713	1'157'179	Combe des Amburnex	Le Brassus	2	6	3	2	3
2'514'755	1'169'216	Le Pont	Le Pont	1	6	1	1	3
2'509'004	1'164'390	Le Rocheray	Le Sentier	1	6	2	1	3
2'507'306	1'162'138	Office du Tourisme Le Sentier	Le Sentier	1	6	1	2	3
2'508'211	1'148'128	La Garenne	Le Vaud	2	6	1	2	3
2'517'887	1'167'101	Col du Mollendruz	Mont la Ville	1	5	1	1	Été:1/Hiver:2
2'518'816	1'160'926	Fromagerie gourmande, Montricher	Montricher	2	2	1	2	3
2'514'159	1'161'502	Buvette d'alpage Mont Tendre	Montricher	2	2	2	2	3
2'525'162	1'171'848	Porterie Abbatiale de Romainmôtier	Romainmôtier	1	6	1	2	3
2'501'778	1'144'936	Gare de St-Cergue	St-Cergue	1	5	3	1	2
2'501'555	1'144'690	Office du Tourisme St- Cergue	St-Cergue	1	6	1	2	3
2'497'567	1'145'488	Espace nordique La Givrine - Trélasse	St-Cergue	2	6	3	2	3

A3: Anleitungsblatt für die Verteilung der Fragebögen in den Pärken



RAIT DALS PARCS SVIZZERS

NETZWERK SCHWEIZER PÄRKE – RESEAU DES PARCS SUISSES – RETE DEI PARCHI SVIZZERI –

Innotour-Projekt 2016-2019 „Touristische Innovation, Kooperationen und Qualitätssicherung in Schweizer Pärken“

Anleitung für die Durchführung der Umfrage in den Pärken

1. Die Fragebogenausgabe findet nur an den vordefinierten Ausgabeterminen statt. Es sollen keine Fragebögen z.B. in einem Hotel über das ganze Jahr aufgelegt werden. 5 Tage vor jedem Ausgabetermin wird Rianne Roshier eine Erinnerungsmail an euch versenden, damit ihr die lokalen VerteilerInnen organisieren/ erinnern könnt.
2. Bei zu einheitlichem Wetter (nur schön oder nur schlecht) müssen bis zu 5 zusätzliche Ausgabetermine eingeschoben werden. Diese Tage werden vom Netzwerk in Absprache mit euch festgelegt. Rianne Roshier ist dafür verantwortlich. Sie wird euch nach jedem Verteiltag kontaktieren, um die Wetterverhältnisse abzufragen. Ziel ist es, schönes und schlechtes Wetter in der Sommer-, Winter- und Nebensaison etwa gleichmässig in der Stichprobe verteilt zu haben.
3. Die Fragebogenausgabe findet grundsätzlich jeden Tag von 7 Uhr bis 15 Uhr, bei den Anreise-Orten der Gäste, statt. Als Alternative kann die Verteilung zwischen 13 und 21 Uhr, bei den Abreise-Orten der Gäste, durchgeführt werden. Da sich die Abreise aber nach später verschieben kann (bis 23 Uhr), ist die Anreise einfacher handhabbar. Je nach gemachten Erfahrungen mit dem Verteilen kann die Präsenzzeit an den einzelnen Verteilstellen eingeschränkt werden, es sollen aber 95% der Gäste an jedem Verteilort erreicht werden. Bei keinem Besucheraufkommen (z.B. Nebensaison bei schlechtem Wetter), kann die Fragebogenausgabe nach 2 Stunden abgebrochen werden. Keine Leute anzutreffen ist ebenfalls eine wichtige Information, die wir in unseren Modellen verwerten können.
4. Nach Möglichkeit soll an den Verteilstellen gefragt werden, ob der/die Befragte lieber eine Postkarte für die online Umfrage oder die gedruckte Umfrage möchte und nur die präferierte Form abgegeben werden. Es wird dann entweder die gedruckte Umfrage ODER die Postkarte verteilt (Variante 1). Die gedruckte Umfrage wird immer zusammen mit einem Couvert abgegeben. Wenn es zeitlich nicht möglich ist, die Umfragepräferenz bei den Gästen zu erfragen, können
 - a) bei Verteilstellen mit sehr hohen Frequenzen (d.h. sehr vielen Gästen pro Zeiteinheit, z.B. Bergbahnstationen im Winter) nur Postkarten ausgeteilt werden (Variante 2),
 - b) bei Verteilstellen mit tiefen Frequenzen (wenige Gäste pro Zeiteinheit, z.B. knappe Anbindung von Bus- an Zugverbindung) Postkarte UND gedruckte Umfrage abgegeben werden (Variante 3).

Mit dieser Vorgehensweise können die Ressourcen und Kosten tief gehalten werden. Bitte im Log-Buch für jede Verteilstelle festhalten, welche der drei Ausgabevarianten gewählt wurde (Spalte „Ausgabebetyp“).
5. Grundsätzlich soll jeder Gast eine Postkarte und/oder ein Fragebogen erhalten. Die verteilten Postkarten/Fragebögen entsprechen somit der Anzahl Personen, die an diesem Standort vorbeikommen. Falls Personen explizit keine Fragebogen möchten, sollten dies ebenfalls gezählt werden. Damit später Hochrechnungen über die Anzahl Gäste gemacht werden können, muss Buch über die ausgegebenen Postkarten und Fragebögen, respektive ablehnender Gäste geführt werden. Die Anzahl abgegebener Karten/Bögen soll für jede Ausgabestelle und jeden Verteiltag notiert werden. Bitte fragt nach jedem Verteiltag bei allen euren Verteilstellen diese Zahlen nach und führt sie im Log-Buch immer nach. Rianne Roshier wird die Zahlen zusammen mit den Wetterdaten nach jedem Verteiltag abfragen und ein backup-Log-Buch für jeden Park führen.
6. Bezüglich Kennzeichnung/Dekoration der Verteilstellen: Verteilstellen, die mit HelferInnen besetzt werden sollen möglichst seriös aussehen. Es bietet sich an, einen Verteil-/Massetisch zu platzieren und mit einem Poster mit ETH/Seco Logo zu ergänzen. Es sollen keine Hinweise auf den Park ersichtlich sein, da die Befragung nicht in eine ideelle oder organisatorische Verbindung mit dem Park gebracht werden

soll (Glaubwürdigkeitsproblem). Bei Ausgabestellen mit hohen Frequenzen, die nicht speziell besetzt werden (z.B. Bergbahnstation) muss keine Kennzeichnung angebracht werden.

7. Die HelferInnen bei den Ausgabestellen sollen keine Kleidung mit Hinweisen auf den Park tragen (Gilets, T-Shirts, etc.), sondern möglichst neutral gekleidet sein. Es werden Namensschilder mit ETH Logo zur Verfügung gestellt.
8. **Briefing der VerteilerInnen/Verteilstellen:** Die Personen, welche die Verteilung der Fragebögen übernehmen, sollen über den Sinn und Zweck der Befragung informiert werden. Es geht bei der Befragung darum, Hintergründe über ihren Besuch in der Region herauszufinden (Motivation), die Zufriedenheit mit den Dienstleistungen, ihr Ausgabeverhalten und die Gästecharakteristiken zu erfassen. Es kann darauf hingewiesen werden, dass dieselbe Untersuchung in einigen weiteren Regionen gemacht wird und die Unterschiede und Gemeinsamkeiten untersucht werden. Die Umfrage wird von der ETH Zürich durchgeführt, vom Seco und dem Netzwerk Schweizer Pärke finanziert. Generell sollte nicht darauf hingewiesen werden, dass der Park involviert ist, sondern dass es sich um eine neutrale Besucherumfrage für die Region handelt. Dies, weil durch Bekanntwerden der Parkinteressen allenfalls die Resultate beeinflusst werden indem gesellschaftlich wünschenswerte Angaben gemacht werden und nicht die tatsächlichen. Die VerteilerInnen sollen also auch nicht erwähnen, dass sie vom Park angestellt sind und dass die Umfrage auf die Interessen des Parks zurückgeht. Wenn allerdings Fragen zum Park kommen, können diese natürlich beantwortet werden, sofern möglich.

Die VerteilerInnen/Verteilstellen sollen folgende Arbeiten ausführen:

- Sich an der Verteilstelle einrichten, dass sie gut und flüssig Postkarten/Fragebögen verteilen können
- An ALLE vorbeikommenden Gäste mit freundlicher Geste und Hinweis auf die Umfrage entweder eine Postkarte oder einen Fragebogen MIT Couvert abgeben. Falls zeitlich möglich, soll gefragt werden, ob die Gäste den Fragebogen möchten oder online die Umfrage ausfüllen möchten. Das Ziel ist, möglichst viele für die online-Umfrage zu gewinnen, also möglichst viele Postkarten abzugeben.
- Eine Strichliste o.ä. führen für diejenigen Gäste, die keine Postkarte/Fragebogen annehmen wollten
- Am Ende der Einsatzzeit die Anzahl verteilter Fragebögen und Anzahl verteilter Postkarten berechnen (Anfangsbestand – Endbestand), sowie die Anzahl ablehnender Gäste festhalten.
- Feedback an das Netzwerk Pärke (r.roshier@paerke.ch) geben, wie es gelaufen ist und die Zahlen melden.

Kontakt bei Fragen:
 Florian Knaus
 Ecosystem Management
 Department of Environmental Systems Science
 ETH Zürich
 Universitätstr. 16
 8092 Zürich, Switzerland
 +41 (0) 44 632 3987
florian.knaus@usys.ethz.ch

A4: Verteilung der Tagesausgaben der Gäste auf verschiedene verwendete Unterkunftstypen

Tabelle A4.1: Tägliche Ausgaben der Übernachtungsgäste in den vier untersuchten Naturpärken, aufgeschlüsselt nach Unterkunftstyp. Rot markiert sind Samplegrössen $n < 10$. Da die Mehrheit der Samples zu klein ist, wird auf eine weitere Aufschlüsselung verzichtet.

	Binntal		Ela		Gantrisch		Jura vaudois	
Unterkunftstyp	Sample (n)	Ausgaben (CHF)	Sample (n)	Ausgaben (CHF)	Sample (n)	Ausgaben (CHF)	Sample (n)	Ausgaben (CHF)
Sommer								
Hotel	8	148	43	164	3	167	8	135
gemietete Ferienwhg	19	65	85	56	7	133	5	43
eigene Ferienwhg	19	58	78	51	6	46	4	4
Freunde/Verwandte	7	44	30	87	2	113	16	50
andere	20	39	14	55	21	59	14	74
Winter								
Hotel	2	180	15	180	0		8	218
gemietete Ferienwhg	0		48	105	0		3	88
eigene Ferienwhg	5	71	33	55	2	213	2	47
Freunde/Verwandte	0		4	189	4	43	7	62
andere	2	81	5	84	8	34	2	31

A5: Detailangaben zur Berechnung der Gästefrequenzen

A 5.1 Regressionsmodell zur Zuordnung der Wettergüte basierend auf Prognosedaten der Meteoschweiz

Von der Meteoschweiz wurden zwei Datensätze für jeden Park und jeden Untersuchungstag geliefert: DURSUN (prognostizierte Anzahl Stunden Sonnenschein am nächsten Tag) und TOT_PREC (prognostizierte Summe an Niederschlag (mm) am nächsten Tag). Die Prognose wurde verwendet, da viele Tagestouristen ihren Ausflug vom Wetter am Tag davor abhängig machen und zugleich die Wetterprognosen relativ gut mit dem tatsächlichen Wetter übereinstimmen. Da für jeden Park an den Untersuchungstagen bekannt war, welches Wetter war (es wurde im Log-Buch der Verteilung eingetragen), kann mit einer Binominal-Regression festgelegt werden, welchen Einfluss von der Sonnenscheindauer und vom Niederschlag auf die Einschätzung «gutes» und «schlechtes» Wetter ausgeht. Das Resultat der Regression ist nicht sehr genau (r^2 zwischen 2.6 und 3.7, richtig vorhergesehene Wetterlagen 77%) und sieht folgende Formel zur Berechnung der Wahrscheinlichkeit für gutes Wetter aus den Variablen vor (Sonnenscheindauer ist im Modell nicht relevant): $p=1/(1+e(0.441-0.308*\text{Sonnenschein}+0.074*\text{Regenmenge}))$.

Mittels dieser Formel kann nun für die gesamte Untersuchungsperiode die Anzahl Tage mit gutem und schlechtem Wetter ermittelt werden. Weiter aufgeteilt nach Sommer/Winter und Hoch-/Nebensaison ergeben sich folgende Werte für die vier Pärke (Tabelle A5.1).

Tabelle A5.1: Anzahl Tage mit schönem und schlechtem Wetter aufgeteilt auf die Sommer-, Winter- und Nebensaison.

	Sommersaison		Wintersaison		Nebensaison	
	Schön	Schlecht	Schön	Schlecht	Schön	Schlecht
Binntal	108	20	52	55	97	33
Ela	99	29	55	52	94	36
Gantrisch	103	25	49	58	95	35
Jura vaudois	104	24	50	57	86	44

A5.2 Gästeanzahlen, Gästefrequenzen und Aufenthaltsdauern nach Unterkunftstypen

Zur Abschätzung des Anteils der Hotelgäste an der Gästefrequenz muss der Anteil der Hotelgäste an der Gästezahl umgerechnet werden auf den Anteil an der Gästefrequenz. Hierzu wird die durchschnittliche Anzahl Übernachtungen beigezogen, denn für die Gästefrequenz wird jeder Aufenthaltstag eines Gastes aufsummiert: Der Anteil der Gäste an der Gästezahl wird mit deren durchschnittlicher Anzahl Aufenthaltstage multipliziert und die so erhaltenen Anteile wiederum auf eine Skala von 0 bis 100 normalisiert. Die Aufenthaltsdauer entspricht dabei jeweils der Anzahl Übernachtungen plus 1 Tag. Für eine bessere Übersicht werden die Übernachtungskategorien in gröbere Kategorien zusammengefasst (Tabelle A5.2).

A5.3 Umrechnung Anzahl Gäste in Gästefrequenz

Für die Umrechnung der Anzahl Gäste in die Gästefrequenz wird wie oben der Anteil der Gäste an der Gästezahl mit deren durchschnittlicher Anzahl Aufenthaltstage multipliziert. Der erhaltene Anteil durch den Gesamtanteil vom ursprünglichen Anteil (100%) ergibt den Multiplikationsfaktor (Tabelle A5.3). Für den Faktor des ganzen Jahres wird der Sommer- und Winterfaktor mit ihren jeweiligen Monatsanteilen (7/12 resp. 5/12) multipliziert.

Tabelle A5.2: Verteilung der Gästezahl und der Gästefrequenz auf die verschiedenen Übernachtungstypen in Relation zur Gesamtzahl aller Gäste respektive Gästefrequenz. Die Anzahl Aufenthaltstage entspricht der Anzahl Übernachtungen plus 1 Tag. FW=Ferienwohnung, SO=Sommer, WI=Winter.

Gästetyp		Anteil Gäste an Gästezahl (%)		Ø Anzahl Aufenthaltstage		Anteil an der Gästefrequenz (%)	
		SO	WI	SO	WI	SO	WI
Binntal	Tagesgast	23	22	1	1	3	3
	Hotelgast	19	19	5	4	14	11
	gemietete FW	16	14	11	10	26	20
	eigene FW	16	23	12	15	29	50
	Freunde	7	12	5	5	5	9
	andere	19	10	8	5	23	7
Ela	Tagesgast	14	6	1	1	2	1
	Hotelgast	33	27	4	5	18	14
	gemietete FW	18	27	11	11	27	31
	eigene FW	23	31	14	15	44	48
	Freunde	7	6	7	7	7	4
	andere	5	3	5	6	2	2
Gantrisch	Tagesgast	85	93	1	1	55	51
	Hotelgast	3	1	4	3	8	2
	gemietete FW	2	0	5	2	6	0
	eigene FW	1	2	10	33	6	36
	Freunde	1	1	6	5	4	3
	andere	8	3	4	5	21	8
Jura vaudois	Tagesgast	77	83	1	1	36	48
	Hotelgast	9	5	3	4	13	12
	gemietete FW	2	2	11	6	10	7
	eigene FW	1	1	18	6	8	3
	Freunde	4	4	9	8	17	18
	andere	7	5	5	4	16	12

Tabelle A5.3: Umrechnungsfaktoren von der Anzahl Gäste zur Gästefrequenz

	Sommer	Winter	Ganzes Jahr
Binntal	6.73	6.93	6.81
Ela	7.40	9.63	8.33
Gantrisch	1.55	1.82	1.66
Jura vaudois	2.15	1.73	1.98

A6: Berechnung Bruttoumsatz mit differenzierten und groben Werten

Zur Abschätzung, wie gross die Unterschiede in der Bruttowertschöpfung ausfallen, wenn im Vergleich zur vorliegenden Methode nur eine grobe Unterscheidung der Ausgaben nach Tages- und Übernachtungsgästen vorgenommen wird, wurde die separat berechnet und die Resultate verglichen (Tabelle A6.1 und A6.2). Es zeigt sich, dass die Abweichungen gross sind und zwischen -5 und +44% liegen. Dabei ist zu erwarten, dass bei Berücksichtigung der grossen Unterschiede, die im Ausgabeverhalten der Gäste der verschiedenen Unterkunftstypen und deren unterschiedliche Verweildauer im Park (siehe Tabelle 3.15 und A5.2), wesentlich genauere Resultate erzielt werden können. Sollte die Stichprobe verkleinert werden, ist davon auszugehen, dass diese Differenzierung nicht mehr möglich ist. Die Resultate werden somit wesentlich ungenauer.

Tabelle A6.1: Bruttoumsätze in CHF berechnet nach einer Aufteilung der Gäste in Tages- und Übernachtungsgäste (Ü-Gäste). Berechnung ansonsten analog zur Tabelle 3.15.

		Gästefrequenz		Ø tägliche Ausgaben (in CHF)		Bruttoumsatz (in CHF)		
		Sommer	Winter	Sommer	Winter	Sommer	Winter	total
Binntal	Tagesgast	5'669	5'857	37	27.8	209'753	162'824	
	Ü-Gast	183'282	189'370	63	62.5	11'546'766	11'835'625	
	total					11'756'519	11'998'449	23'754'968
Ela	Tagesgast	13'719	8'599	14.8	44.1	203'041	379'215	
	Ü-Gast	672'231	851'272	77.4	102	52'030'679	86'829'744	
	total					52'233'720	87'208'959	139'442'681
Gantrisch	Tagesgast	198'963	336'218	13	15.8	2'586'519	5'312'244	
	Ü-Gast	162'788	323'033	81.1	62.3	13'202'106	20'124'955	
	total					15'788'625	25'437'200	41'225'826
Jura vaudois	Tagesgast	67'115	38'256	16.6	18	1'114'109	688'608	
	Ü-Gast	119'316	41'444	67.7	118	8'077'693	4'890'392	
	total					9'191'802	5'579'000	14'770'802

Tabelle A6.2: Vergleich der Bruttoumsätze über die nach Unterkunftstypen differenzierende Berechnungsweise (Tabelle 3.15) und grobe Berechnungsweise mit Differenzierung nur nach Tages- und Übernachtungsgäste.

	Bruttoumsätze nach differenzierter Berechnung (in CHF)	Bruttoumsätze nach grober Berechnung (in CHF)	Unterschied (in %)
Binntal	27'840'306	23'754'968	+17
Ela	131'832'987	13'944'2681	-5.5
Gantrisch	59'370'797	41'225'826	+44
Jura vaudois	13'996'136	14'770'802	-5.2