

NORMAN BACKHAUS, SARAH HARTMANN,
ULRIKE MÜLLER-BÖKER & STUDIERENDE DES
GEOGRAPHISCHEN INSTITUTS DER UNIVERSITÄT ZÜRICH

Biosfera Val Müstair: Einheimische und Gäste



HUMANGEOGRAPHIE
GEOGRAPHISCHES INSTITUT DER UNIVERSITÄT ZÜRICH

Humangeographie

Norman Backhaus, Sarah Hartmann, Ulrike Müller-Böker

&

Studierende des Geographischen Instituts der Universität Zürich:

Julian Aebersold, Vanessa Amberg, Philipp Arnold, Eliane Brändle, Laura Calchini,
Nardo Cano Ceyran, Roman Fiabane, Marie-Thérèse Frey, Etienne Gruebler, Daniel
Gutzwiller, Gianluca Gygax, Isabelle Henzmann, Samuel Hepner, Rebecca Jiménez,
Emre Kaya, Jonas Krähenbühl, Sibyl Kunz, David Meier, Remo Niklaus, Alexander Noll,
Nina Rutishauser, Julia Tobler, Olivia Wohlgemuth.

Biosfera Val Müstair **Einheimische und Gäste**

Zürich 2016

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

Biosfera Val Müstair: Einheimische und Gäste/
Sarah Hartmann, Norman Backhaus, Ulrike Müller-Böker & Studierende des Geographischen Instituts der Universität Zürich

Zürich, 2016.

© Norman Backhaus, Sarah Hartmann & Ulrike Müller-Böker

-  Das Werk darf unter folgenden Creative Commons Vereinbarungen (2.0) genutzt werden:
-  Sie dürfen das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen.
-  Sie müssen die Namen der Autoren zitieren (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).
-  Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
-  Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

Zitiervorschlag:

Backhaus Norman, Hartmann Sarah & Müller-Böker Ulrike (2016): Biosfera Val Müstair: Einheimische und Gäste, Zürich: Geographisches Institut der Universität Zürich.

Titelblattgestaltung:

Martin Steinmann

Titelfoto: Müstair mit Blick ins Tal hinauf

Norman Backhaus

Layout:

Norman Backhaus

Diese Studie wurde innerhalb eines studentischen Projektseminars (GEO361) am Geographischen Institut der Universität durchgeführt.

Inhalt

Glossar	4
Vorwort	5
1 Einleitung	6
2 Methoden	9
2.1 Quantitative Befragung	9
2.2 Qualitative Befragung	10
2.3 Methodenkritik	11
3 Tourismus: Angebot und Vermarktung	12
3.1 Gästeprofil und Nutzung des touristischen Angebots	12
3.2 Erwartungen von Touristinnen und Touristen an die Biosfera	17
3.3 Marketing der Biosfera	18
3.4 Empfehlungen	19
4 Die Biosfera aus der Sicht von Beschäftigten	21
4.1 Wahrnehmung der Biosfera durch Beschäftigte im Tourismus	22
4.2 Einstellung der Partnerbetriebe gegenüber dem Biosfera-Label	24
4.3 Empfehlungen	26
5 Einheimische Bevölkerung und die Biosfera	28
5.1 Umsetzung des UNESCO-Bildungsauftrags in der Schule	28
5.2 Einstellung der älteren Bevölkerung zum gesellschaftlichen und kulturellen Leitbild der Biosfera	31
5.3 Wahrnehmung des Val Müstair durch Einheimische	35
5.4 Empfehlungen	38
6 Fazit	39
7 Literatur	41

Abbildungen

1: Themen und Teams	7
2: Das Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer	8
3: Alter der befragten Touristen und Touristinnen	13
4: Herkunft der befragten Touristen und Touristinnen	13
5: Die Befragten sind unterwegs mit...	14
6: Anreise ins Val Müstair	14
7: Unterkunft	15
8: Ausgeübte Tätigkeiten	16
9: Interesse am Angebot im Val Müstair	16
10: Nutzung der Konsummöglichkeiten	17
11: Assoziationen zur BVM	18
12: Erwartungen an ein Biosphärenreservat	18
13: Informationsquellen	19
14: Boxplot der Einschätzungen durch die Bevölkerung	32
15: Aufstellung der Leitziele und deren Bewertung	33

Glossar

SNP	Schweizerischer Nationalpark (kurz: Nationalpark); bildet auch die Kernzone des Biosphärenreservats Val Müstair Parc Naziunal Svizzer
BVM	Biosfera Val Müstair (kurz: Biosfera); umfasst das Gebiet der Gemeinde Val Müstair, die ein regionaler Naturpark ist. Dieser bildet zusammen mit dem Schweizerischen Nationalpark das Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer.
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (deutsch: Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur). Sie vergibt das Label eines Biosphärenreservats.

Vorwort

Der vorliegende Bericht ist das Ergebnis eines Projektseminars der Abteilung Humangeographie des Geographischen Instituts der Universität Zürich, in welchem wir die Biosfera Val Müstair als Thema gewählt haben. Gemeinsam mit Constanze Conradin vom Management der Biosfera Val Müstair wurden Themen ausgearbeitet, welche von den teilnehmenden 23 Studierenden vertieft wurden. Während eines dreitägigen Aufenthaltes wurden Datenerhebungen zum Wissensstand, den Erwartungen und Interessen von Touristinnen und Touristen, zur Kommunikation der Biosfera mit der einheimischen Bevölkerung und zu den Erwartungen und Einstellungen der Einheimischen – von Schulkindern bis zur älteren Bevölkerung – durchgeführt.

Wir möchten Constanze Conradin für ihre grosse inhaltliche und organisatorische Unterstützung danken, Rosmarie Tinner und ihrem Team von der Jugendherberge für die freundliche Unterbringung und das gute Essen und allen Personen, die an der Befragung teilgenommen haben.

Unser Dank gilt auch den Studierenden, die mit grossem Einsatz dabei waren und sich auch nicht von schlechtem Wetter abhalten liessen, Interviews durchzuführen: Julian Aebersold, Vanessa Amberg, Philipp Arnold, Eliane Brändle, Laura Calchini, Nardo Cano Ceyran, Roman Fiabane, Marie-Thérèse Frey, Etienne Gruebler, Daniel Gutzwiller, Gianluca Gygax, Isabelle Henzmann, Samuel Hepner, Rebecca Jiménez, Emre Kaya, Jonas Krähenbühl, Sibyl Kunz, David Meier, Remo Niklaus, Alexander Noll, Nina Rutishauser, Julia Tobler und Olivia Wohlgemuth.

Zürich im März 2016

*Norman Backhaus
Sarah Hartmann
Ulrike Müller-Böker*

1 Einleitung



Foto: Isabelle Henzmann

Was wissen Einheimische und Gäste über die Biosfera Val Müstair? Wie nehmen Einheimische und Gäste die Biosfera Val Müstair wahr? Wie bewerten sie das Projekt? Das sind Fragen, die wir uns gestellt haben. Der vorliegende Bericht gibt einige Einblicke in das Verhältnis verschiedener Menschen und Interessensgruppen zur Biosfera. Er möchte einen Beitrag dazu leisten, die Biosfera zu stärken.

Der regionale Naturpark Biosfera Val Müstair bildet zusammen mit dem Schweizerischen Nationalpark ein Biosphärenreservat, das 2010 von der UNESCO als Modellregion anerkannt wurde¹ (Walder 2010). Im Rahmen des UNESCO-Programms «Man and Biosphere» werden Biosphärenreservate mit dem Ziel eingerichtet, «eine ausgewogene Beziehung zwischen Menschen und der Biosphäre zu fördern und beispielhaft darzustellen» (Schweizerischer Nationalpark; Zugriff 19.02.2016). Das in der Charta 2010/11 «Regionaler Naturpark Biosfera Val Müstair» festgehaltene, übergeordnete Ziel ist es, «die Region Val Müstair durch sinnvolles Zusammenwirken der Bereiche Gesellschaft, Kultur, Natur, Ökologie und Ökonomie als einen wertvollen und starken Lebensraum zu erhalten» (Regionaler Naturpark Val Müstair 2011, S. 10). Entsprechend sind neben dem Management der Biosfera und der

¹ Das Label wurde mit dem Vorbehalt erteilt, dass bis 2015 nördlich der Kernzone im Engadin eine Umgebungszone eingerichtet wird. Die 1995 verabschiedete Sevilla-Strategie verlangt, dass Kernzonen (im Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer besteht diese aus dem Schweizerischen Nationalpark) innerhalb eines Nationalstaates vollständig von einer Umgebungszone umgeben wird. Das Vorhaben zur Errichtung einer solchen Zone scheiterte 2015 teilweise an der Urne, da zwei der betroffenen drei Gemeinden – S-chanf und Zernez – die Zonierung ablehnten. Einzig Scuol stimmte dem Vorhaben zu. Gegenwärtig werden nun neue Lösungen für den Erhalt des Biosphärenreservats gesucht.

Gemeinde Val Müstair als Trägerschaft Interessengruppen aus den verschiedenen Bereichen in das Projekt involviert.

1: Themen und Teams

Team	Thema	Studierende
1	Tourismus mit Fokus auf Marketing	David Meier Jonas Krähenbühl Rebecca Jiménez
2	Tourismus mit Fokus auf Angebot	Marie-Thérèse Frey Nardo Cano Ceyran Alexander Noll
3	Einstellung der älteren Wohnbevölkerung zur Umsetzung der Ziele der Biosfera	Remo Niklaus Emre Kaya Etienne Grüebler
4	Wahrnehmung von Heimat und Kultur durch die Wohnbevölkerung	Julia Tobler Julian Aebersold Roman Fiabane Philipp Arnold
5	UNESCO-Grundsatz «Bildung» in Bezug auf die Biosfera	Isabelle Henzmann Laura Calchini Gianluca Gygax
6	Das Gewerbe und seine Zusammenarbeit mit der Biosfera (Partnerbetriebe)	Sibyl Kunz Nina Rutishauser Olivia Wohlgemuth
7	Kommunikation zwischen Beschäftigten im Tourismus und der Biosfera (v.a. Perits)	Samuel Hepner Daniel Gutzwiller Eliane Brändle Vanessa Amberg

Quelle: eigene Darstellung

Wichtig bei der Realisierung eines solchen Projekts sind aus politischer, wirtschaftlicher, gesellschaftlicher aber auch wissenschaftlicher Perspektive dessen Akzeptanz. Eine Studie von Frick und Hunziker (2015) beispielsweise beschäftigt sich mit Akzeptanz(-problemen) von regionalen Naturparks in der Schweiz. Direkt auf die Biosfera Val Müstair bezieht sich die Arbeit von Karthäuser (2008), die sich mit der Wahrnehmung des Biosphärenreservats durch die lokale Bevölkerung und Touristinnen und Touristen auseinandersetzt, sowie deren Informationsstand, Vorstellungen und Erwartungen. Diese Studie wurde zu einem Zeitpunkt durchgeführt, in der sich die Biosfera Val Müstair noch in der Planungsphase befand. Interessant ist es nun zu sehen, wie verschiedene Personen und Interessensgruppen sich aktuell zur Biosfera äussern.

Der vorliegende Bericht basiert auf empirischen Daten, die Studierende des Geographischen Instituts der Universität Zürich während eines dreitägigen Aufenthalts im Herbst 2015 im Val Müstair² im Rahmen eines Forschungsseminars erhoben haben (siehe Abb. 1).³

² Wir verwenden hier die sächliche Form «das» Val Müstair und beziehen uns auf die deutsche Übersetzung von «la Val» als «das Tal». Jedoch auch die weibliche Form «die» Val Müstair, abgeleitet vom weiblichen «la» Val ist gebräuchlich.

³ Er kann daher insbesondere im saisonal geprägten Bereich Tourismus nur ein unvollständige Analyse liefern.

- 2: Das Biosphärenreservat
 Val Müstair Parc Naziunal
 Svizzer
 Kernzone (gelb = SNP) sowie Um-
 gebungs- und Entwicklungszone
 (blau = BVM)



Bundesamt für Umwelt (2010); Zugriff 16.02.2016

Im Kapitel 3 wird der Tourismus, der für die Wirtschaftslage in der Gemeinde Val Müstair von Bedeutung ist, beleuchtet. Es wurde untersucht, welche Charakteristiken die befragten Touristinnen und Touristen aufweisen und welche Vorstellungen sie von der Biosfera und der touristischen Infrastruktur haben. Ein Augenmerk wird auf das Destinations-Marketing gelegt. Kapitel 4 setzt sich mit Beschäftigten in der Tourismusbranche sowie den Partnerbetrieben der Biosfera und ihre Einschätzung zur Kommunikation und Zusammenarbeit auseinander. Kapitel 5 gibt verschiedenen Gruppen der einheimischen Bevölkerung eine Stimme. Vorstellungen von Heimat und Kultur sowie Haltungen gegenüber der Biosfera werden aufgezeigt. Im Zusammenhang des UNESCO Bildungsauftrags wurde zudem untersucht, wie dieser in der Schule Val Müstair umgesetzt wird und welchen Bezug Schülerinnen und Schüler als jüngster Teil der Bevölkerung zur Biosfera haben. Auch die ältere Bevölkerung wurde speziell berücksichtigt und in Hinblick auf die Realisierung der gesellschaftlichen und kulturellen Ziele des Leitbilds der Biosfera befragt. Im letzten Kapitel werden die Erkenntnisse diskutiert und zueinander in Bezug gesetzt sowie Empfehlungen an die Biosfera formuliert.

2 Methoden



Foto: Rebecca Jiménez

Da diese Untersuchung verschiedene Themenbereiche aufgreift, wurden auch verschiedene methodische Verfahren für die Datenerhebung und Auswertung gewählt. Grundsätzlich wurde der Bereich Tourismus mittels einer quantitativen Befragungen untersucht, in allen anderen wurden weitgehend qualitative sozialwissenschaftliche Methoden angewandt.

2.1 Quantitative Befragung

Um ein Profil der Touristinnen und Touristen im Val Müstair erstellen zu können und möglichst viel über ihr Wissen und ihren Bezug zur Biosfera sowie die Nutzung der touristischen Infrastruktur und marketing-relevanten Medienkonsum zu erfahren, wurde eine quantitative Befragung mit standardisierten Interviews durchgeführt (Mattisek et al. 2013, S. 70–94). Dafür wurde ein Fragebogen erstellt, der vorwiegend aus standardisierten Fragen besteht, aber auch einige offene Fragen enthält, die erst bei der Auswertung in Kategorien zusammengefasst wurden. Die mündliche Befragung wurde von einem Team durchgeführt, das den Fragebogen gemäss den Antworten der befragten Touristinnen und Touristen ausfüllte. Der Fragebogen war so aufgebaut, dass nach einigen Fragen zum Aufenthalt im Val Müstair nach einem Label gefragt wurde, dass die Befragten mit dem Münstertal in Verbindung bringen, ohne zuvor die Biosfera zu erwähnen. Erst danach folgten Fragen mit direktem Bezug zum Biosphärenreservat, um zu eruieren, wie die Bios-

fera wahrgenommen wird, welche Angebote bei Touristinnen und Touristen auf Interesse stossen und welche Werbekanäle Potenzial haben. Abgeschlossen wurde der Fragebogen mit Angaben zur Person.

Die Befragung erfolgte zwischen Freitag und Sonntag Mitte Oktober 2015 – gerade am Ende der Herbstferien einiger Schweizer Kantone – an verschiedenen Standorten in der Biosfera. Aufgrund des kühl-feuchten Wetters waren nicht sehr viele Besucher unterwegs; im Val Müstair wurden insgesamt 33 Personen befragt. Zusätzlich wurden zwei Experteninterviews mit Claudio Daguati, dem Marketingverantwortlichen der Biosfera Val Müstair, und Constanze Conradin, der Projektleiterin für Umwelt, Bildung und Forschung in der Biosfera durchgeführt.

Da aufgrund der relativ kleinen Stichprobe keine statistischen Tests gemacht werden konnten, erfolgte die Auswertung der quantifizierten Daten deskriptiv (Mattisek et al. 2013, S. 98–101). Dadurch können Aussagen zu Merkmalsausprägungen und Häufigkeiten gemacht werden. Die Daten der Stichprobenerhebung geben Hinweise für Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit, werfen Fragen auf, die man mit umfassenderen Befragungen weiter verfolgen könnte und ermöglichen Empfehlungen an die Leitung Biosfera.

Ein weiterer Aspekt der Untersuchung befasste sich mit der Einstellung älterer Personen mit Wohnsitz im Val Müstair zur Biosfera allgemein sowie zu achtzehn konkreten Leitzielen der Biosfera in den Bereichen Gesellschaft und Kultur. Dazu wurde ein Fragebogen mit 25 Fragen ausgearbeitet, der auf der Formulierung der Leitziele basiert. Die Befragten füllten diesen Fragebogen schriftlich aus und wurden aufgefordert, die Aussagen mittels eines fünfstufigen Rankings zu bewerten. Insgesamt wurden 68 Bewohnerinnen und Bewohner an verschiedenen Lokalitäten befragt (vor Dorfläden, in gastronomischen Betrieben oder vor der Kirche). Weiter wurde der Fragebogen an der Generalversammlung des Männerchors und bei einem Ausflug des Vereines ‹Società d’Ütil public› verteilt.

2.2 Qualitative Befragung

Wenn es darum geht persönliche Wahrnehmungen, Haltungen, Erwartungen, Wünsche oder Ängste von Personen zu analysieren, eignet sich ein qualitatives Forschungsdesign nach interpretativ-verstehendem Paradigma (Mattisek et al. 2013, S. 142–190). Verschiedene qualitative Interviews wurden während des Forschungsaufenthalts im Val Müstair geführt, wobei sich die Befragten, vor allem aus der einheimischen Bevölkerung, Beschäftigten im Tourismus aber auch Experten, zu verschiedenen Themen oder Fragen äussern konnten.

Im Vornherein wurden dazu je nach Befragungsgruppe und Fragestellung verschiedene Leitfadeninterviews ausgearbeitet, welche die wichtigen Fragen enthielten, aber Offenheit für die Äusserungen der Gesprächspartnerinnen und Partner liessen. Wenn möglich und sinnvoll, wurden die Kontakte bereits vor dem Forschungsaufenthalt hergestellt und die Interviews angekündigt. Die Durchführung

der Interviews gestaltete sich unterschiedlich je nach Situation oder Forschungsteam. Teils wurden Audioaufnahmen gemacht, um die Gespräche anschliessend zu transkribieren, teils wurden (von mehreren Personen) handschriftlich Notizen gemacht, die im Anschluss ans Interview ergänzt und transkribiert wurden. Mit interpretativ-kategorisierenden Verfahren wurden die Daten aufgebrochen, analysiert und wichtige Aussagen herausgearbeitet (Mattisek et al. 2013, S. 200–216).

2.3 Methodenkritik

Jede Methode hat ihre Stärken und Schwächen. Quantitative Verfahren in der sozialwissenschaftlichen Forschung liefern für die ausgewählte Gruppe repräsentative Ergebnisse und können Durchschnitts- bzw. Mehrheitsmeinungen und -einschätzungen ermitteln. Die Ergebnisse werden in Zahlen ausgedrückt und statistisch ausgewertet. Nachteilig sind die fehlende Flexibilität (ein Fragebogen darf, einmal fertiggestellt, nicht mehr verändert werden) und die oft fehlende Tiefe der Aussagen. Um repräsentativ und statistisch relevant zu sein, muss eine relativ grosse Anzahl an Befragungen durchgeführt werden. Aufgrund des schlechten Wetters war es nicht einfach, genügend Respondenten zu finden. Die Anzahl der verwendbaren Interviews (n=33) reicht aus für eine deskriptive Analyse, doch verzichteten wir auf eine weiterführende statistische Auswertung. Da die Befragung nur an drei aufeinanderfolgenden Tagen im Verlaufe eines Jahres durchgeführt wurde, berücksichtigt das Sampling die Saisonalität des Tourismus nicht. Einige der befragten Personen waren lediglich auf der Durchreise im Val Müstair.

Bei qualitativen Verfahren geht es nicht darum, Mehrheits- oder Durchschnittsmeinungen zu erfassen, sondern das Spektrum von Meinungen und Ansichten. Deswegen werden die Gesprächspartner und-partnerinnen jeweils sorgfältig ausgewählt. Qualitative Interviews sind flexibler und können an die Interviewten angepasst werden. Sie können stärker in die Tiefe gehen, dafür werden sie mit weniger Personen durchgeführt als es bei quantitativen Befragungen der Fall ist. Die in der Biosfera angefragten Personen zeigten eine erfreulich grosse Bereitschaft, ein Interview durchzuführen. Einige Absagen wurden mit Unwissen über die Biosfera begründet, seltener mit fehlender Zeit.

3 Tourismus: Angebot und Vermarktung



Foto: Marie Thérèse Frey

Info-Box Methode:

- mündliche Befragung im Val Müstair
- strukturierter Fragebogen mit Antwortkategorien
- Stichprobe n=33 (z.T. Mehrfachantworten möglich)
- Experteninterviews mit Constanze Conradin und Claudio Daguati
- deskriptive Auswertung der quantitativen Daten

Der Tourismus ist für die wirtschaftliche Entwicklung des Val Müstair eine wichtige Branche, die Arbeitsstellen schafft und Wertschöpfung generiert. 2012 wurden durch den Tourismus in der Biosfera Val Müstair 3.7 Millionen CHF generiert (Backhaus et al. 2013, S. 40). Zu wissen, welche Touristinnen und Touristen die Biosfera Val Müstair besuchen, welche

Beweggründe sie ins Val Müstair geführt haben, welche Angebote sie nutzen, wie zufrieden sie damit sind und welche Assoziationen sie mit der Biosfera verbinden, ist wichtig, um den Tourismus zu stärken und weiter auszubauen. Da das Marketing für die Entwicklung einer Tourismusregion ebenfalls Potenzial enthält, wurde zudem nach Werbeindrücken und der Nutzung von Medien gefragt.

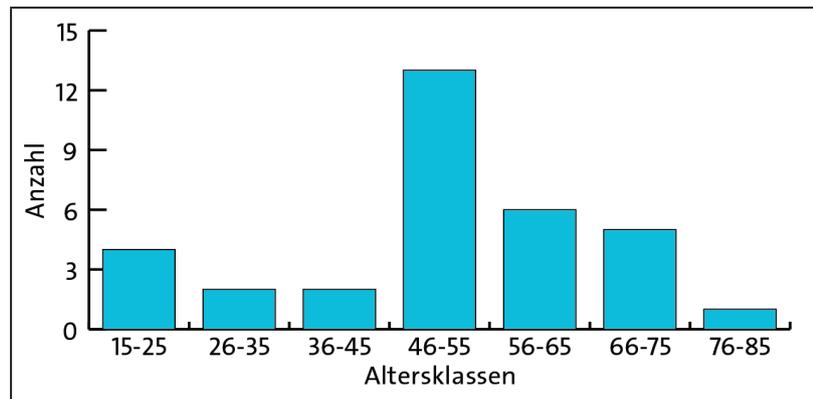
3.1 Gästeprofil und Nutzung des touristischen Angebots

Mittels einer strukturierten mündlichen Befragung mit insgesamt 33 Touristinnen und Touristen an verschiedenen Orten im Val Müstair konnten Charakteristiken der Gäste und ihres Besuchs ermittelt werden.

Die Altersgruppe zwischen 46 und 55 Jahren stellten mit 40 % beinahe die Hälfte der befragten Touristinnen und Touristen. Nochmals gut ein Drittel der Befragten waren zwischen 56 und 75 Jahre alt. Dies weist darauf hin, dass das Val Müstair vor allem Personen mittleren Alters anspricht. Dies wird von vorgängigen Studien bestätigt (Backhaus et al. 2013, S. 19). Eine ähnliche Altersstruktur weist auch das Gästeprofil im Biosphärenreservat Entlebuch auf (Knaus 2012, S. 14). In der Stu-

die zu älteren Besucherinnen und Besuchern im Schweizerischen Nationalpark von Trachsel (2010) wird deutlich, dass ältere Reisende, die oftmals ein grosses Interesse an der Natur zeigen (Trachsel 2010, S. 29), sich meist gut über die Region, die sie besuchen, informieren (Trachsel 2010, S. 42). Jugendliche und junge Erwachsene waren bei den befragten Touristinnen und Touristen im Val Müstair weniger stark vertreten.

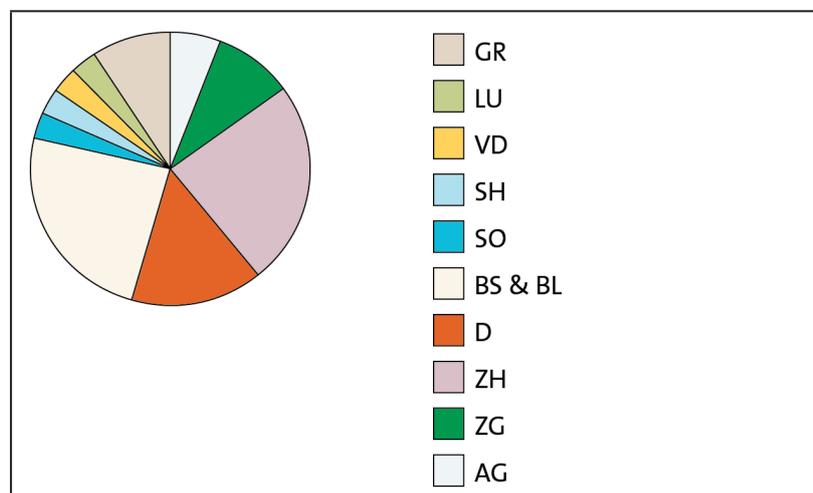
3: Alter der befragten Touristen und Touristinnen



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=33

Touristinnen und Touristen aus der Schweiz machten eindeutig den grössten Teil der Befragten im Val Müstair aus. Nur gerade 5 der 33 Personen kamen aus dem Ausland und zwar aus Deutschland. Dass die Anzahl der Gäste aus den Kantonen Zürich sowie Basel Stadt und Land überwog, liegt vermutlich daran, dass in diesen Kantonen zur Zeit der Befragung gerade Schulferien waren.

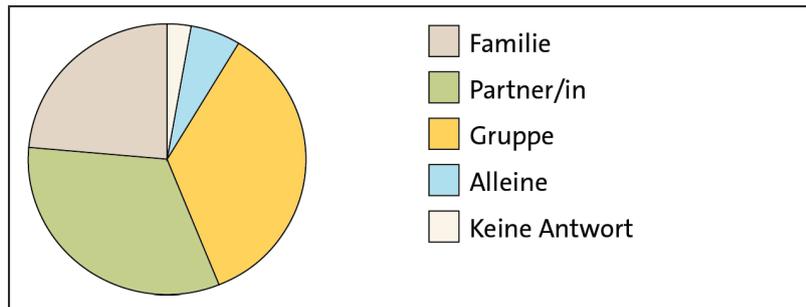
4: Herkunft der befragten Touristen und Touristinnen



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=33

Mit 35 % war der grösste Teil der Befragten in einer Gruppe unterwegs, etwa ein Drittel reiste mit Partner oder Partnerin und ungefähr ein Viertel der Befragten mit der Familie. Nur wenige reisten alleine.

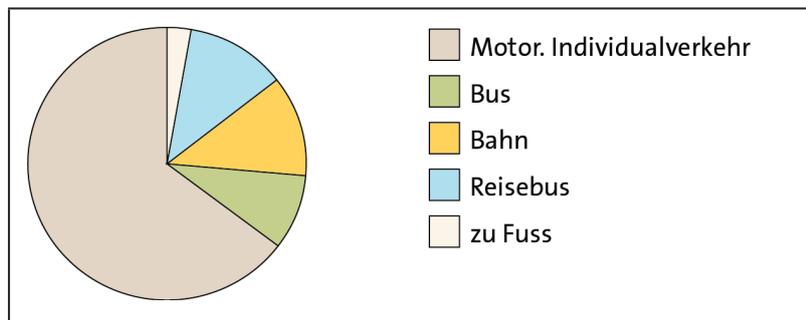
5: Die Befragten sind unterwegs mit...



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=33

Die grosse Mehrheit der befragten Touristinnen und Touristen (64 %) reiste mit motorisiertem Individualverkehr an. Allerdings könnte dieses Ergebnis durch die Befragung vor dem Kloster, wo viele Durchreisende einen Zwischenstopp einlegen, verzerrt worden sein. Dieser hohe Anteil von 70 % wird jedoch auch von anderen Studien gestützt. Die Studie von Backhaus et al. (2013, S. 20) zeigt mit einem Anteil von 60.5 % unter Hotelbesuchern und 71.3 % bei Wanderern ebenfalls, dass der motorisierte Individualverkehr vorherrschend ist. Auch Küpfer's Studie (2000) über die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus spiegelt diesen Trend zum Individualverkehr und stellt fest, dass eine Mehrheit der Besucherinnen und Besucher des Nationalparks trotz ihrem Interesse an naturorientierten Aktivitäten nicht mit den ÖV anreist. Dennoch nutzen mit je 12 % für Bahn respektive Reisebus auch einige den öffentlichen Verkehr.

6: Anreise ins Val Müstair



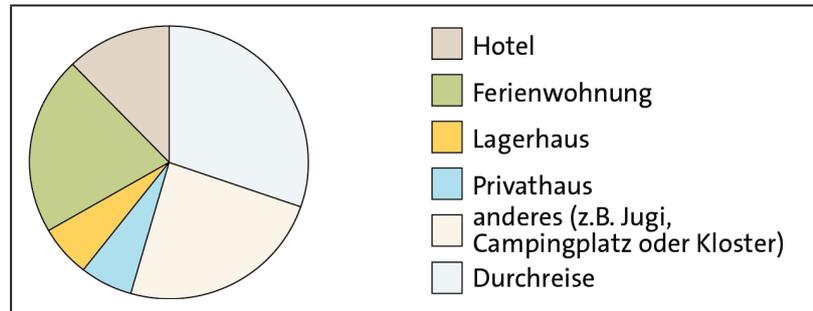
Eigene Darstellung (Team 1&2); n=33

Der hohe Anteil Durchreisender schlägt sich auch auf die Anzahl Übernachtungen der Befragten im Val Müstair nieder. 38 % der befragten Personen blieben nicht über Nacht sondern besuchten das Tal lediglich auf einem Tagesausflug. Die übrigen Befragten blieben unterschiedlich lange. Die Anzahl Übernachtungen lag zwischen einer und sieben Nächten. Für die Übernachtung nutzten nur wenige der Befragten ein Hotel (17 %); Ferienwohnungen wurden hingegen mehr nachgefragt (30 %). Auch wurden häufig alternative Unterkünfte wie beispielsweise die Jugendherberge oder der Campingplatz genutzt (35 %).

Der Besuch des Klosters St. Johann oder eine Wanderung sind die beiden Aktivitäten, die mit Abstand die meisten Touristinnen und Touristen im Val Müstair

unternehmen. Je 27 % der befragten Personen gaben diese Aktivitäten an. Während einige Befragte Naturbeobachtung und Fotografieren angaben, waren das Besuchen von Sehenswürdigkeiten abgesehen vom Kloster, das Ausüben verschiedener Sportarten und Erholung weniger häufig genannte Aktivitäten.

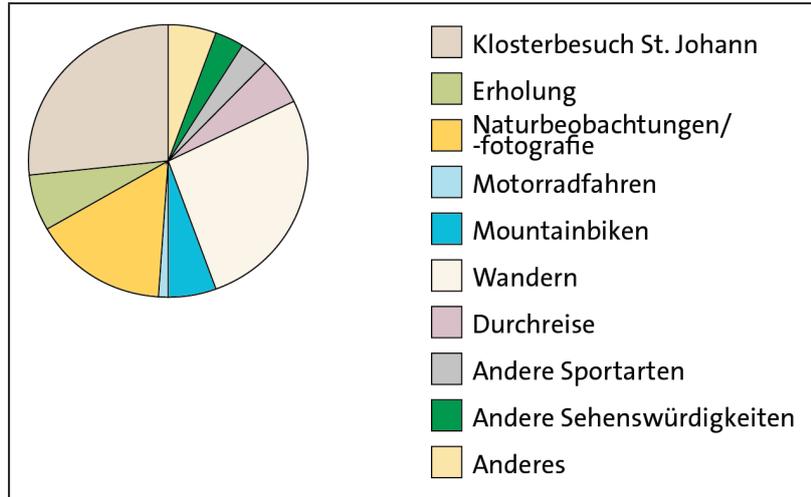
7: Unterkunft



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=33

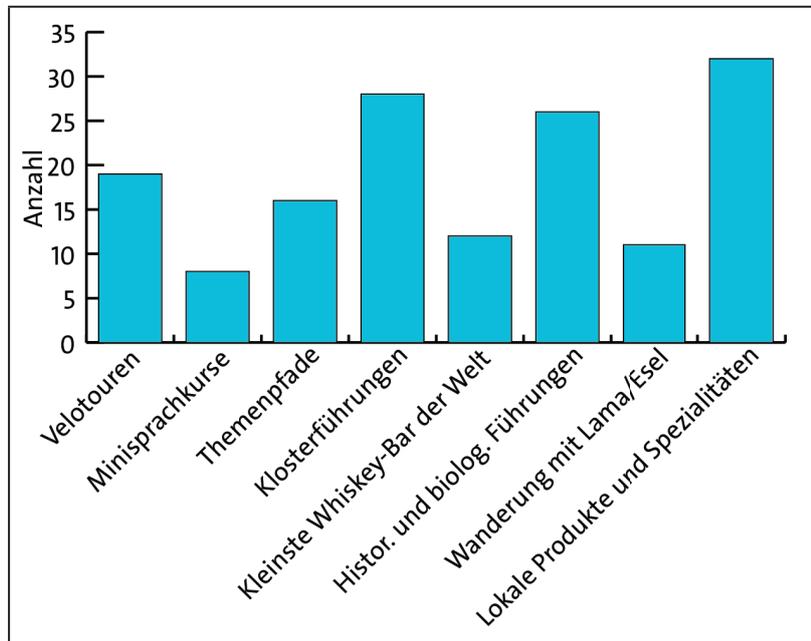
Um das Angebot der Biosfera besser auf die Nachfrage der Touristinnen und Touristen abstimmen zu können, wurde gefragt, an welchen Aktivitäten grundsätzlich Interesse besteht. Die Angebote ‹Klosterführung›, ‹historische und biologische Führung› der Biosfera und Läden mit lokalen Produkten sind bei den befragten Touristinnen und Touristen gefragt. Über 80 % der Personen bekundeten Interesse daran. Auf Interesse stiessen auch Themenpfade (49 %) und Velotouren (60 %); wenig nachgefragt wurden dagegen Wanderungen mit Esel/Lama, die Attraktion ‹kleinste Whiskeybar der Welt› sowie Mini-Sprachkurse (je 20 % bis 40 %). Dass die Wanderungen mit Lama oder Esel auf wenig Interesse stossen, könnte durch die Altersstruktur der Gäste im Val Müstair begründet sein. So waren gerade mal 8 der 33 befragten Personen mit Kindern unterwegs. Die hohe Nachfrage nach Klosterführungen überrascht kaum, da das Kloster St. Johann aufgrund seiner berühmten Fresken und seines Status als UNESCO Weltkulturerbe eine hohe Anziehungskraft besitzt. Die hohe Nachfrage nach biologischen und historischen Führungen untermauert die Annahme, dass die Gäste im Val Müstair kultur- und naturinteressiert sind (vgl. Trachsel 2010).

8: Ausgeübte Tätigkeiten



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=90 (Mehrfachantworten möglich)

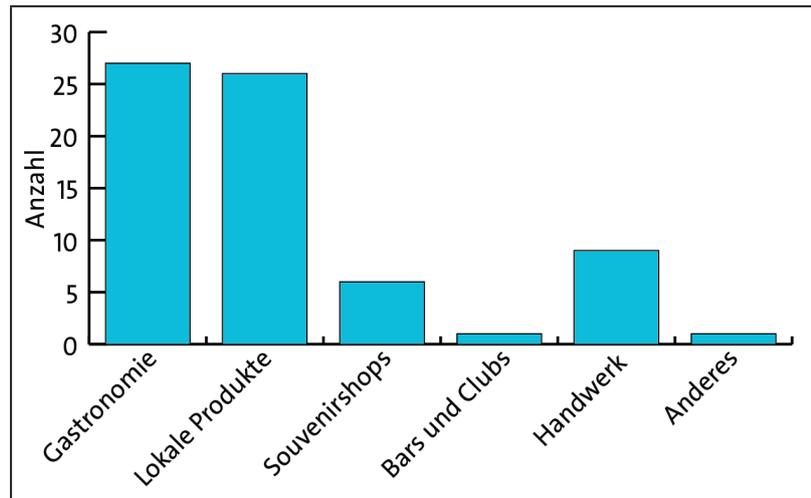
9: Interesse am Angebot im Val Müstair



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=152 (Mehrfachantworten möglich)

Nebst zu ausgeübten und vorstellbaren Tätigkeiten wurden die Touristinnen und Touristen auch zu ihrem Konsumverhalten befragt. Über 80 % der Gäste im Val Müstair kauften lokale Produkte und besuchten Restaurants und Cafés. Dies ist besonders erfreulich, da die Charta der Biosfera eine Promotion der lokalen Produkte vorsieht und die Läden im ganzen Münstertal gut damit ausgestattet sind. Souvenirshops und Handwerk sowie Bars und Clubs werden weniger stark nachgefragt.

10: Nutzung der Konsummöglichkeiten



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=70 (Mehrfachantworten möglich)

Die befragten Personen scheinen mit dem Angebot der Biosfera weitgehend zufrieden zu sein, denn die Aussage, dass die Biosfera ihre Bedürfnisse komplett erfülle, bestätigten 46 % der Befragten (15 Personen). 24 % (8 Personen) gaben an, dass sie dieser Aussage teils zustimmen. Nur eine Person stimmte der Aussage eher nicht zu. Dieses Ergebnis könnte man also dahingehend interpretieren, dass der Wunsch nach einem Ausbau des Angebots eher gering ist. Die Zufriedenheit der Besucherinnen und Besucher der Biosfera wird auch dadurch unterstützt, dass eine klare Mehrheit (85 %) die Biosfera weiterempfehlen würde. Gründe dafür sind die Ruhe und die Natur, welche den Befragten auch am meisten am Tal gefallen. Von einer Mehrheit als störend empfunden wird nur der übermässige Verkehr und die Enge der Strassen, da das Strassennetz im Gebiet des Münstertals wenig ausgebaut ist und viele Durchreisende die einzige Hauptstrasse zwischen Zernez und Mals (IT) nutzen. Zum Schluss, dass die «intakte Landschaft, Ruhe bzw. Abgeschiedenheit» zentrale Motive für einen Besuch der Nationalparkregion sind, kommt auch die Studie von Camenisch (2008, S. 68). Paradoxerweise spalten sich aber die Meinungen bezüglich der Lage der Biosfera Val Müstair. Während ein Teil der Touristinnen und Touristen gerade die Abgeschiedenheit und den Kontrast zum Stadtleben schätzen, sehen andere Personen die Abgeschiedenheit eher als Hürde, das Val Müstair zu besuchen.

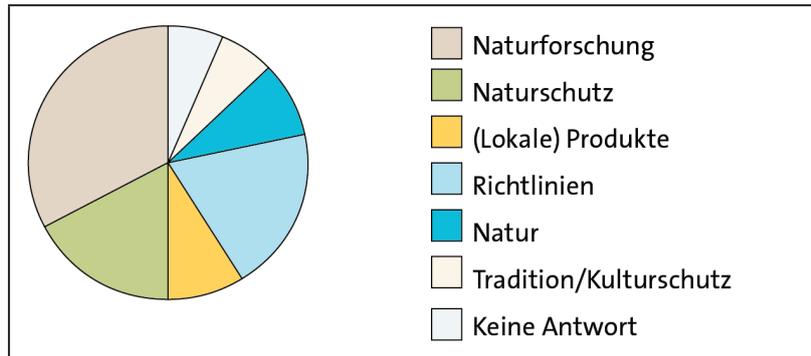
3.2 Erwartungen von Touristinnen und Touristen an die Biosfera

Der zweite Teil des Fragebogens war spezifisch auf das Label Biosfera gerichtet. Ohne die Biosfera direkt anzusprechen wurde zuerst danach gefragt, ob die Gäste ein Label kennen, das mit dem Münstertal in Verbindung steht. Der Grossteil der Befragten nannten die Biosfera nicht; nur 30 % (14 Personen) nannten den Begriff.

Anschliessend wurde nach spontanen Assoziationen zum Begriff «Biosfera Val Müstair» gefragt. Mit 33 % am häufigsten wurde von den Touristinnen und Touristen «Naturschutz» genannt, gefolgt von «Natur» mit 20 %, mit je 9 % wurde von

Richtlinien aber auch von Tradition und Kulturschutz gesprochen. Lokale Produkte wurden von 17 % genannt.

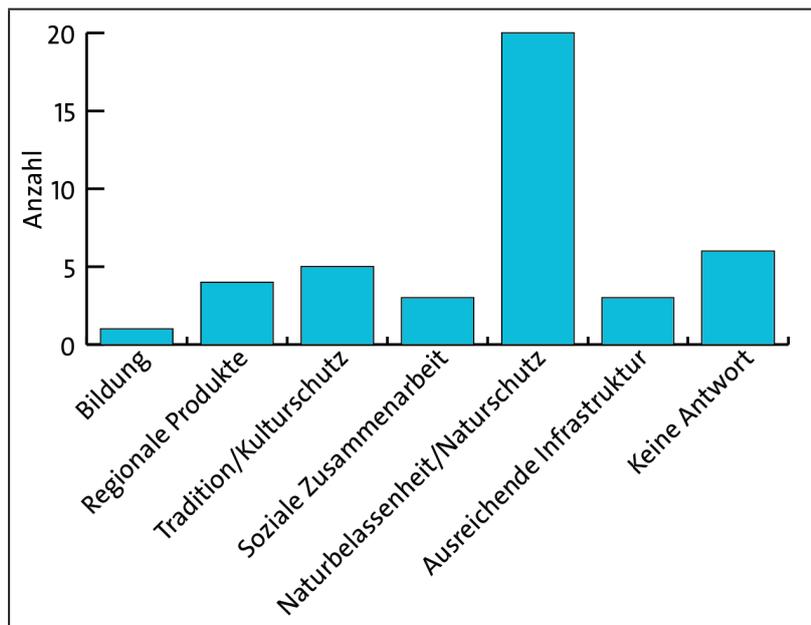
11: Assoziationen zur BVM



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=46 (Mehrfachantworten möglich)

Die meist genannte Erwartung an eine Biosphäre war mit deutlichem Abstand ‹Naturbelassenheit› und ‹Naturschutz›. Deutlich weniger wurden soziale, kulturelle und wirtschaftliche Aspekte genannt. Gut ein Drittel (37 %) der Befragten hat schon einmal Werbung für die Biosfera bewusst wahrgenommen.

12: Erwartungen an ein Biosphärenreservat



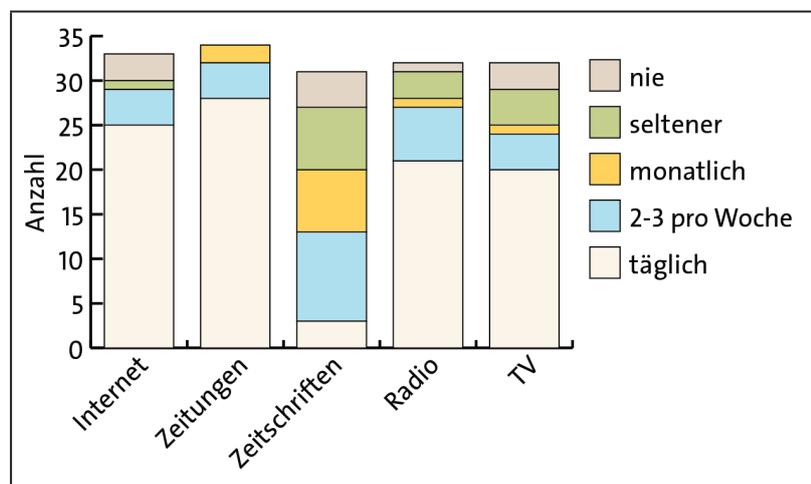
Eigene Darstellung (Team 1&2)

3.3 Marketing der Biosfera

Dieses Teilkapitel beschäftigt sich mit der Frage, wie die Biosfera Val Müstair aktuell vermarktet wird und wie das Marketing verbessert werden könnte. Es ist wichtig, die Medien zu kennen, die vom Zielpublikum genutzt werden. Die Touristinnen und Touristen gaben an, Zeitungen und das Internet als Informationsquelle am häufigsten zu konsultieren. Beinahe 80 % der befragten Personen verwenden diese Medien täglich. Radio und TV werden nur leicht weniger regelmässig konsumiert;

zwischen 60 % und 70 % der Befragten benutzen auch diese Medien täglich. Radio wird nur von ca. 10 % der Personen als Informationsmittel genutzt, wohingegen der Anteil bei TV mit über 20 % höher ist. Zeitschriften werden meist zwei bis drei mal pro Woche, monatlich oder noch seltener konsultiert, was mit deren Erscheinungsfrequenz erklärt werden kann. Obwohl bei dieser Frage gezielt nach Medien als Informationsmittel gefragt wurde, ist es schwierig zu beurteilen, ob die befragten Personen wirklich nur von den Medien gesprochen haben, die sie zum Zweck der Information nutzen oder auch von solchen, die anderen Zwecken wie beispielsweise der Unterhaltung dienen. Schliesslich wurde erhoben, in welchen Medien die Präsenz der Biosfera verbessert werden könnte. Dabei wurden Internet mit 20 % und Printmedien mit 21 % am häufigsten genannt, gefolgt von TV und Plakaten mit je 15 %.

13: Informationsquellen



Eigene Darstellung (Team 1&2); n=162 (Mehrfachantworten möglich)

3.4 Empfehlungen

Wie man ihrem Leitbild entnehmen kann, strebt die Biosfera Val Müstair keinen (Massen-) Tourismus an, sondern eher einen nachhaltigen Tourismus, wie er beispielsweise von Baumgartner (2002) skizziert wird. Die Erhebung hat gezeigt, dass bereits Touristinnen und Touristen ins Val Müstair reisen, die naturbezogene Aktivitäten ausüben wollen. Das bestehende touristische Angebot wird genutzt und von den befragten Personen mehrheitlich für gut befunden. Der Wunsch nach einem Ausbau des touristischen Angebots liess sich aus den Angaben der Befragten im Val Müstair nicht erschliessen. Wenn in der Biosfera jedoch den Tourismus ankurbeln möchte, wäre ein Ausbau von Angeboten, die den jetzigen ähneln, naheliegend.

Wichtig ist es jedoch, dass die Biosfera ihr Leitbild besser kommuniziert. Hier steht vor allem die Herausstellung des Biosfera-Labels für lokale Produkte als Bindeglied zwischen Natur und Kultur im Vordergrund. Dieses ist bisher zu wenig bekannt. Auch die Assoziationen zur Biosfera zeigen hauptsächlich ökologische Aspekte auf, vernachlässigen jedoch die gesellschaftlichen und kulturellen. Den

befragten Touristinnen und Touristen ist demnach wenig bewusst, welche vielseitigen Dimensionen die Modellregion miteinschliesst und auszeichnet. Durch die bessere Vermittlung der Ziele der Biosfera könnte das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung einer Region einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die Biosfera kann sich dadurch von anderen Touristenorten abheben, die ebenfalls naturnahe Aktivitäten anbieten.

Gleichwohl müsste vermehrt darüber reflektiert werden, wie aus Nationalpark und Biosfera die Einheit Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal Svizzer (Backhaus 2013, S.50) und wie das Kloster als Weltkulturerbe in ein Gesamtkonzept integriert werden könnte. Zudem sollte darauf geachtet werden, dass die Hotelangebote auf die (Biosfera-bezogenen) Gästebedürfnisse besser abgestimmt werden und dass auf den demographischen Trend einer steigenden Anzahl älterer Personen reagiert wird (vgl. Trachsel 2010, S. 89).

Bezüglich des Marketings hat die Befragung von Touristinnen und Touristen ergeben, dass die Biosfera das Werbe-Potenzial nur unzulänglich ausschöpft. In der Region selbst könnte mit Plakaten, Informationstafeln und Anlässen Präsenz signalisiert werden. Dies könnte auch bei Durchreisenden das Bewusstsein dafür erhöhen, dass sie sich gerade in einem Gebiet von besonderer Bedeutung bewegen. Mit einer informativeren und schöner gestalteten Internetseite, vermehrter Werbung in elektronischen Medien, Zusammenarbeit mit anderen Tourismusorganisationen und Zeitungswerbung könnte zudem die überregionale Werbung verbessert werden. Dies ist gemäss den Experten-Interviews teilweise bereits in Planung: Die Biosfera-Verantwortlichen Claudio Daguati und Constanze Conradin kommunizierten, dass momentan eine neue Marketingstrategie entworfen wird, welche unter anderem eine neue Website, vermehrte Präsenz in Social-Media-Netzwerken und eine vertiefte Arbeit mit der Tourismusorganisation Graubünden beinhaltet. Gemäss den Erkenntnissen aus der Befragung zum Medienverhalten ist es empfehlenswert, vermehrt in den Zeitungen wie Tages Anzeiger, NZZ und BAZ, im Internet, Radio und allenfalls Fernsehen Werbung zu machen, wobei dies auch in das limitierte Budget der Biosfera passen muss. Eine an die Philosophie der Biosfera angepasste Marketingstrategie mit einem klar definierten Zielpublikum, könnte dazu beitragen, gezielt mehr Touristinnen und Touristen anzusprechen. Dass viele der befragten Personen das Gebiet jedoch auch gerade deshalb schätzen, weil es eher unbekannt und somit nicht überlaufen ist, sollte dabei allerdings berücksichtigt werden.

In der Studie zu älteren Besucherinnen und Besuchern im Schweizerischen Nationalpark von Trachsel (2010) wird deutlich, dass ältere Reisende, die oftmals ein grosses Interesse an der Natur zeigen (Trachsel 2010, S. 29), sich meist gut über die Region, die sie besuchen, informieren (Trachsel 2010, S. 42). Dies sollte in der Angebotsbildung und Werbung berücksichtigt werden.

4 Die Biosfera aus der Sicht von Beschäftigten



Foto: Rebecca Jiménez

Im Leitbild der Biosfera sind verschiedene Grundsätze im Bereich Wirtschaft aufgeführt, die auf Nachhaltigkeit, Regionalität und Tourismus ausgerichtet sind. Die Schaffung und der Erhalt von Arbeitsplätzen, die Stärkung des Dienstleistungssektors und die Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region sind wichtige Ziele (Biosfera Val Müstair, Zugriff 24.02.2016, S. 8–14). Eine besondere Rolle kommt den Beschäftigten in der Tourismusbranche sowie den Gewerbetreibenden im Val Müstair zu. Einige Unternehmen sind mit der Biosfera eine Partnerschaft eingegangen und vermarkten ihre Produkte unter dem eigens eingeführten Biosfera-Label, das der Förderung der regionalen Wertschöpfung dienen soll (Charta 2010, S. 46). Dieses Kapitel befasst sich zuerst mit Beschäftigten im Tourismus und dann mit den Biosfera-Partnerbetrieben. Von Interesse sind die Wahrnehmung der Biosfera und die Zusammenarbeit mit der Biosfera.

4.1 Wahrnehmung der Biosfera durch Beschäftigte im Tourismus

Info-Box Methode:

- Interviews mit Beschäftigten im Tourismus im Val Müstair
- Interviews mit zwei Expertinnen: Constanze Conradin und Anneliese Albertin
- Interviews mit 8 Perits und mit 5 Serviceangestellten
- Auswertung der qualitativen Daten mit interpretativ-kategorisierendem Verfahren

Da die Beschäftigten im Tourismus mit den Gästen im Val Müstair Kontakt haben und potenzielle Botschafter für die Biosfera sein könnten, ist ihr Wissen und ihr Bezug zur Biosfera von Bedeutung. Um zu analysieren, welchen Bezug diese Personengruppe zur Biosfera hat und ob und wie der Informationsfluss zwischen Mitarbeitenden der Biosfera, Beschäftigten in der Tourismusbranche und Touristinnen und Touristen stattfindet, wurden Leitfadeninterviews geführt. Dabei wurde bei Serviceangestellten und Parkfachleuten, genannt Perits und Peritas, nachgefragt.

Viele Mitarbeitende in der Gastronomie wohnen ausserhalb des Tals und pendeln zu ihrer Arbeitsstelle; die befragten Perits hingegen sind fast alle im Val Müstair wohnhaft. Sie sind entweder als Gastroperits oder Naturperits tätig und fungieren als «Botschafterinnen und Botschafter» der Biosfera. Ihre Aufgabe ist es, Informationen zur Biosfera und ihr Spezialwissen an die Gäste des Val Müstair zu vermitteln. Ein Austausch über die Biosfera soll gezielt durch Angebote wie Eselreiten, Fotografie-Kurse, Naturbeobachtungen oder Führungen eines Imkers oder einer Imkerin stattfinden.

In den Interviews zeigte sich, dass die Motivation, die Funktion eines Perits oder einer Perita zu übernehmen respektive als Servicekraft im Tourismus die Modellregion Biosfera zu promoten, unterschiedlich ist. Die Gastroperits erachten das Tal Val Müstair und die Biosfera als wichtige Pfeiler ihrer Tätigkeit. Sie sehen sich als Teil der Biosfera und wollen ein Engagement für ihre Heimat übernehmen. Auch die Naturperits betonen ihre starke und natürliche Identifikation mit dem Münsertal, wobei zwischen dem Val Müstair und der Biosfera kaum differenziert wird. Dass die Natur für sie einen hohen Stellenwert hat, zeigt sich darin, dass bereits ihre sonstigen Tätigkeiten meistens einen Bezug zur Natur haben und ihr persönliches Interesse an der natürlichen Umwelt besonders hoch ist. In den Interviews mit den Serviceangestellten konnte grundsätzlich keine Identifikation mit der Biosfera festgestellt werden, dennoch brachten einige ihren Stolz auf die Region zum Ausdruck.

In den Interviews wurden häufig ökonomische Aspekte betont. Die befragten Serviceangestellten sehen in der Biosfera mehrheitlich eine Chance für die lokale, insbesondere nachhaltige Wirtschaft. Diese Ansicht vertreten auch die Gastroperits. Sie verwendeten oft ökonomische Argumente und erwähnten wirtschaftliche Probleme. Gleichzeitig empfinden einige zwar die Tätigkeit als Biosfera-Fachperson als nebensächlich im Vergleich zu ihrem Hauptgeschäft, gaben aber an, dass das Biosfera-Label für ihr Geschäft wichtig sei. Ein Gastroperit bemerkte jedoch, dass das Tal mit oder ohne Label gleich viel Wert habe.

Kritischer gegenüber wirtschaftlichen Aspekten äusserten sich eher die Naturperits. Sie betonten negative Punkte, wie die Gefahr von Massentourismus oder die

Unterbewertung der eigenen Bedürfnisse gegenüber Bedürfnissen von Touristinnen und Touristen. Ein Serviceangestellter kritisierte, dass die Biosfera als Marketinginstrument missbraucht werde. Das Biosfera-Label werde lediglich zu Marketingzwecken eingesetzt. Die Tourismusstelle Val Müstair sieht in der Förderung des Tourismus aber keine Gefahr sondern eine wirtschaftliche Chance für die Entwicklung der Region.

Im zweiten Teil der Interviews standen jeweils die Organisation und die Wahrnehmung der Kommunikation zwischen Perits respektive Serviceangestellten und anderen mit der Biosfera verbundenen Akteuren und Besuchern im Zentrum. Einerseits war hier der Informationsfluss von der Biosfera zu den Beschäftigten im Tourismus von Interesse und andererseits deren Weitergabe von Informationen an Touristinnen und Touristen. Die Befragungen haben gezeigt, dass sich die Kommunikation zwischen der Leitung der Biosfera und den beiden Befragungsgruppen unterschiedlich gestaltet. Um über die Biosfera informiert zu sein, müssen Serviceangestellte selbst aktiv werden und sich bei einem Besuch im Biosfera-Büro oder über die Biosfera-App erkundigen.

Perits hingegen werden durch das Team der Biosfera regelmässig via Email informiert und erhalten die Möglichkeit, an Weiterbildungskursen und Informationsveranstaltungen teilzunehmen, wobei die Weiterbildung auch kritisiert wird: *«Das ist keine Ausbildung, das ist <Pseudodings>.»* Bei den Gastroperits scheint das Interesse daran allerdings kleiner zu sein als bei den Naturperits: *«Wenn man hier das Geschäft hat, dann noch etwas Externes [eine Weiterbildung] ist schon fast wieder eine Belastung.»* Es wird erwähnt, dass sich die Perits bei Informationsbedarf auch direkt an den Geschäftsleiter der Biosfera oder die Projektleiterin Umwelt, Bildung und Forschung wenden könnten. Dass sowohl Angestellte wie auch Perits das Biosfera-Büro als Informationsquelle erwähnen, lässt darauf schliessen, dass diese keine Berührungsängste zum Management haben. Diese Vertrautheit sei vor allem deshalb möglich, weil man sich im Tal kenne, merkte ein Serviceangestellter an. Es gäbe auch öffentliche Veranstaltungen, an denen auch sie teilnehmen könnten. Jedoch würden sie dieses Angebot selten nutzen, auch seien die Veranstaltungen oft schlecht besucht.

Der Informationsfluss von den befragten Personen zu den Touristinnen und Touristen scheint eher gering zu sein: *«Es ist noch nicht allen bewusst, dass sie Botschafter der Biosfera sind.»* Lediglich ein Naturperit erwähnt, dass er Besucherinnen und Besucher von sich aus über die Biosfera informiert. Die restlichen Serviceangestellten, Natur- und Gastroperits sagen, sie würden zwar die bei den Gästen aufkommenden Fragen beantworten, würden die Biosfera aber von sich aus nicht erwähnen. Als Begründung werde vorgebracht, dass die Besucherinnen und Besucher eher wegen der Natur kämen und nicht wegen der Biosfera. Da einige Gastroperits und Angestellte im Tourismus ihren Gästen Produkte mit Biosfera-Label anbieten, werden sie dennoch öfters auf die Biosfera angesprochen. Angestellte, die selbst nicht

(genug) Bescheid wissen, sagten, dass sie die Fragen dem Chef weiterleiten oder empfehlen, sich im Tourismusbüro zu informieren.

Im Tourismusbüro hat man diesbezüglich andere Vorstellungen. Die befragte Koordinatorin der Perits ist der Meinung, dass sowohl die Perits als auch Hoteliers ihre Gäste als Einstieg über das Gebiet informieren sollten. «*Das passiert leider nur beschränkt*», meint sie jedoch. Von Seiten der Beschäftigten im Tourismus wird argumentiert, dass nicht immer klar sei, wie viel Informationen die Gäste überhaupt wünschten. Um die Kommunikation nach aussen zu stärken, werde die Biosfera auch an Messen in der Schweiz repräsentiert, wobei dies in den letzten Jahren weniger der Fall gewesen sei als zur Zeit der Lancierung der Biosfera.

Der Informationsfluss habe sich laut allen Befragten während des Projekts nicht stark geändert, sie hofften nun aber, dass sich mit der engeren Zusammenarbeit der Tourismusstelle und der Biosferaleitung Zweispurigkeiten verringern liessen und ein besserer Informationsaustausch stattfinden könnte. Serviceangestellte und Hoteliers, die nicht Perits sind, hätten zwar ein Interesse an der Thematik und würden die Gäste über die Biosfera informieren, geben aber an, zu wenig darüber zu wissen.

4.2 Einstellung der Partnerbetriebe gegenüber dem Biosfera-Label

Info-Box Methode:

- Leitfadenterviews mit der Betriebsleitung oder Mitarbeitenden der Biosfera-Partnerbetriebe
- 8 Interviews konnten geführt werden
- interpretativ-kategorisierendes Verfahren zur Datenauswertung

Um die Zusammenarbeit zwischen dem Wirtschaftssektor und der Biosfera zu stärken und neue Produkte zu schaffen, wurden zwischen dem Management der Biosfera und verschiedenen Betrieben im Val Müstair Partnerschaften eingegangen (Charta 2010, S. 74). Im Rahmen dieser Partnerschaften wurde das Biosfera-Label zur Förderung der regionalen Wertschöpfung eingeführt (Charta 2010, S. 46). Das Label soll von den Partnerbetrieben zur Vermarktung ihrer Produkte genutzt werden. In den Interviews mit Repräsentantinnen und Repräsentanten von acht Partnerbetrieben wurde der Frage nachgegangen, wie die Gewerbebetriebe im Val Müstair die Partnerschaft mit der Biosfera beurteilen, wie sie die Zusammenarbeit empfinden und welche Einstellung sie gegenüber dem Biosfera-Label haben.

Bezüglich der Bewertung der Partnerschaft mit der Biosfera lassen sich bei den befragten Personen verschiedener Gewerbebetriebe ambivalente Einstellungen ausmachen. Die Partnerbetriebe haben zu Beginn des Projekts viel Hoffnung in die Einführung des Labels und in die Zusammenarbeit mit dem Management der Biosfera gesetzt. Man glaubte, mit der Biosfera eine sehr gute Plattform zur Vermarktung und Bekanntmachung der Region zu erhalten, die auch das wirtschaftliche «Überleben» des Tals stärken könnte. Die Partnerbetriebe verstanden das Label als Mittel zur Wirtschaftsförderung und erhofften sich durch dessen Einführung einen Fortschritt für den eigenen Betrieb: «*Sehr gute Plattform. Sehr gute Wirtschaftsförderungs-Idee.*»

Inzwischen hat sich bei den Partnerbetrieben aber mehrheitlich eine grosse Ernüchterung eingestellt, was auf die Diskrepanz zwischen ihren zum Teil hohen Erwartungen und den Ergebnissen zurückzuführen ist. Die Einstellungen der befragten Personen gegenüber der Partnerschaft decken allerdings eine grosse Spannweite ab, von «immer noch positiv» bis «enttäuscht».

Als zentraler Kritikpunkt wird von mehreren Partnerbetrieben die Kommunikation und Präsenz des Managements der Biosfera angesprochen. Diese werden von vielen als ungenügend wahrgenommen, man habe sich durch die Partnerschaft mehr Unterstützung erhofft!

«Die Biosfera ist in der heutigen Konstellation für uns nicht existent.» Generell würden verschiedene Organisationen im Val Müstair unterschiedliche Ziele verfolgen, so zum Beispiel das Tourismusbüro und das Biosferamanagement. Durch den häufigen Managementwechsel habe man das Vertrauen in die Biosfera teilweise verloren. Mit dem jüngsten Managementwechsel wurde aber die Hoffnung geweckt, nun auf einen guten Weg zu kommen: «Durch die Zusammenarbeit erwarteten wir die Entdeckung neuer Märkte und neuer Möglichkeiten der Werbung für unsere Produkte.»

Der zum Teil fehlende Informationsfluss wird auch sichtbar, indem etwa die Hälfte der Partnerbetriebe angibt, dass sie sich selber über die Aktivitäten der Biosfera informieren müssten. Auch die fehlenden Richtlinien bezüglich der Vergabe des Labels sowie nachfolgend die Kontrolle ihrer Einhaltung sorgt bei den Befragten für Unmut. Dies wird von den meisten als Defizit empfunden, da das Biosfera-Label so an Aussagekraft und als Qualitätsmerkmal an Gültigkeit verliere. Es soll sich beim Label um ein Gütesiegel handeln und nicht um ein «Etikett und nichts dahinter!». Eine professionellere Zusammenarbeit wird gewünscht.

Auffällig ist, dass in punkto Zusammenarbeit aber nicht nur jene zwischen dem einzelnen Betrieb und der Biosfera angesprochen wurde, sondern auch die Zusammenarbeit der verschiedenen Partnerbetriebe. Die Passivität mancher Gewerbebetriebe bezüglich des Biosfera-Projekts wird von einer befragten Person als Problem artikuliert. Es bestehe auch hier eine «*Mehrgleisigkeit*» wobei unterschiedliche Interessen wie Gewinn, Tourismus oder die Bewahrung der Natur verfolgt würden.

Auch in Bezug auf wirtschaftliche Gesichtspunkte werden kritische Stimmen laut. Obwohl einige der Partnerbetriebe eine Steigerung der Produktion, Kaufkraft und/oder des Ertrags feststellen konnten, wird diese positive Entwicklung von einigen Betrieben nicht auf das Label zurückgeführt.

Die Partnerbetriebe konnten die Anzahl Arbeitsplätze sichern oder sogar steigern, wobei aber erneut von den interviewten Personen betont wird, dass dies ihrer Meinung nach nicht durch das Biosfera-Label beeinflusst wurde. Allgemein ist es für die Befragten schwierig zu sagen, ob die wirtschaftliche Entwicklung ohne Biosfera-Label und Partnerschaft anders ausgefallen wäre. Doch viele sind davon überzeugt, dass die Biosfera nicht zur aktuellen Wirtschaftslage beigetragen habe. Von

den meisten Partnerbetrieben wird angegeben, dass die Einheimischen keinen Wert auf das Biosfera-Label legen würden und die Touristen auch nur selten.

Es gab – so die Einschätzung einiger Befragten – keine grossen Veränderungen durch die Partnerschaft mit der Biosfera bezüglich Regionalität und Nachhaltigkeit der Produkte, obwohl die Nachhaltigkeit für die Befragten durchaus ein wichtiger Bestandteil des Labels ist. Es muss jedoch betont werden, dass viele Betriebe im Val Müstair die Richtlinien der Biosfera in Bezug auf nachhaltige Rohstoffe aus der Region bereits durch ihre Mitgliedschaft bei der Bio-Suisse-Knospe erfüllen. Labels wie die Bio-Suisse-Knospe oder Alpina Vera haben gemäss den Betrieben aufgrund jährlicher Kontrollen eine stärkere Präsenz und Bedeutung als das Biosfera-Label und sind für sie somit wichtiger. Regionalität sei für die Partnerbetriebe – unabhängig von der Biosfera – schon immer von Bedeutung gewesen. *«Man hat schon immer auf regionale Erzeugnisse bei allen Produkten geachtet, das war auch schon vor der Partnerschaft mit der Biosfera der Fall.»* Dennoch wird in der Biosfera von auch ökonomisches Potenzial gesehen: *«Es hätte eine gewisse Wirkung auf unsere Kunden, würde die Biosfera nach aussen so vermarktet.»*

Trotz dieser kritischen Stimmen scheinen die Partnerbetriebe im Val Müstair nach wie vor von der Idee ‹Biosfera› überzeugt zu sein und haben ihre positiven Einstellungen überwiegend bewahrt. Dies lässt sich daran erkennen, dass einige Betriebe heute wieder die gleiche Entscheidung treffen und eine Partnerschaft mit der Biosfera eingehen würden. Jene Betriebe, welche mit der Partnerschaft nicht zufrieden sind, setzen grosse Hoffnungen in das neue Management. Zudem wurde betont, dass die Zusammenarbeit zwischen den Betrieben mehrheitlich gut funktioniere und dass dies ein wichtiger Schritt in der Entwicklung zur Erhaltung der Überlebensfähigkeit des Tals sei.

4.3 Empfehlungen

Mit Ausnahme der befragten Serviceangestellten, welche der Biosfera gegenüber wenig Interesse zeigten, sind die meisten befragten Personen aus den Bereichen Tourismus und Gewerbe der Biosfera und einer Zusammenarbeit gegenüber positiv eingestellt. Sie sehen die Biosfera als ein Potenzial, die wirtschaftliche Entwicklung des Tals zu stärken. Allerdings gilt es einige Schwachstellen zu beseitigen. Die Kommunikation und der Austausch zwischen Biosfera-Management und den Beschäftigten im Tourismus und den Partnerbetrieben sollten besser organisiert werden und regelmässiger stattfinden. Es besteht nicht immer ein Konsens bei den Vorstellungen der Biosfera-Leitung und den Beschäftigten in der Gastronomie sowie den Perits darüber, wie und welche Informationen den Gästen über die Biosfera vermittelt werden sollten. Hier könnten die Verantwortlichen der Biosfera ihr Anliegen deutlicher kommunizieren und ein entsprechendes Informationsangebot für ihre Botschafterinnen und Botschafter schaffen. Dadurch könnten sich diese aktiver am Projekt beteiligen und hätten dafür die nötigen Voraussetzungen. Zudem könn-

te man sich überlegen, wie man auch Servicekräfte für die Biosfera begeistern oder sie zumindest so gut informieren könnte, dass sie auf Fragen der Gäste vorbereitet sind.

Wie könnte das Management der Biosfera zur Verbesserung des Projekts der Partnerbetriebe ansetzen? Auch bei dieser Zusammenarbeit ist die Kommunikation verbesserungswürdig, denn sie wurde von den Partnerbetrieben als unzureichend wahrgenommen. Der monatliche Versand eines Newsletters wäre eine Möglichkeit, um ein Zeichen der Präsenz zu setzen und um die Betriebe über die aktuellen Aktivitäten in der Biosfera zu informieren. Auch könnte mehr Unterstützung bei der Umsetzung von Betriebsprojekten, z.B. bei der Generierung von Werbung oder Umstrukturierungen seitens der Biosfera geleistet werden. Das Potenzial des Labels Biosfera Val Müstair könnte zudem besser ausgeschöpft werden, zum Beispiel durch die wieder vermehrte Teilnahme an Messen: *«Als die Biosfera noch an Ausstellungen und Publikumsmessen teilnahm, sprachen sehr oft Menschen über die Biosfera. Seit zwei Jahren fragt niemand mehr danach.»*

Schliesslich sollten Vergabe- und Qualitätskriterien des Labels klarer definiert und besser kontrolliert werden.

5 Einheimische Bevölkerung und die Biosfera



Foto: Isabelle Henzmann

Die Gemeinde Val Müstair ist seit Jahrzehnten mit einer Stagnation bzw. leichten Abnahme der Wohnbevölkerung konfrontiert. Der Bevölkerungsrückgang durch die Abwanderung der jungen Bevölkerung aufgrund der schwierigen Wirtschaftslage und die Überalterung der Bevölkerung, stellen das Val Müstair vor eine ungewisse Zukunft (Charta 2010, S. 8). Das Biosfera-Projekt, das mit der Gemeinde Val Müstair als Trägerschaft und somit mit der einheimischen Bevölkerung eng verknüpft ist, hat diesbezüglich eine wichtige Funktion: «Die Biosfera umfasst alle Interessensgruppen des Tales und hat dadurch auch dazu beigetragen, dass allgemein die starke Identifikation mit der Val Müstair gestärkt wurde» (Charta 2010, S. 9). Das folgende Kapitel setzt sich damit auseinander, welchen Bezug verschiedene Bevölkerungsgruppen – von den Jüngsten bis zu den Ältesten – zur Biosfera haben.

5.1 Umsetzung des UNESCO-Bildungsauftrags in der Schule

Mit dem UNESCO-Label Biosphärenreservat geht auch ein Bildungsauftrag einher, der auf dem Projekt «Weltdekade Bildung für nachhaltige Entwicklung (DBNE)» der Vereinten Nationen basiert. Das Ziel von Bildung für nachhaltige Entwicklung ist es, «die Menschen zur aktiven Gestaltung einer ökologisch verträglichen, wirtschaftlich leistungsfähigen und sozial gerechten Umwelt unter Berücksichtigung globaler Aspekte zu befähigen» (Schweizerische UNESCO-Kommission 2005; Zugriff 21.10.2015). Der UNESCO Bildungsauftrag fließt in das Leitbild der Biosfera Val

Müstair ein, indem explizite Bildungsziele festgehalten werden. So strebt die Biosfera an, das Interesse bei der Jugend in den Bereichen Natur, Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft zu wecken sowie die Grundlagen für ein positives Verständnis der Leitlinien eines Biosphärenreservates durch die Schule zu vermitteln. Die Grundkenntnisse der kulturellen und natürlichen Werte ihrer Umwelt sollen ebenfalls durch die Schule vermittelt werden (Biosfera Val Müstair, Zugriff 16.02.2016, S. 16).

Der UNESCO-Bildungsauftrag aus Sicht der Lehrpersonen

Info-Box Methode:

- 4 Leitfadeninterviews mit Lehrpersonen der Primarschule Müstair, inklusive dem Rektor
- 1 Experteninterview mit der Bildungsverantwortlichen der Biosfera
- interpretativ-kategorisierendes Verfahren zur Datenauswertung

Um mehr über die Zusammenarbeit zwischen der Primarschule Val Müstair und der Biosfera zu erfahren, wurden vier Lehrpersonen und die Projektleiterin der Biosfera im Bereich Bildung befragt. Die Antworten der Lehrpersonen waren teils homogen, teils kontrovers. Grundsätzlich zeigt sich aus den

Befragungen, dass die bestehende Zusammenarbeit der Biosfera und der Schule ausbaufähig ist. Von beiden Seiten ist eine verbesserte und erweiterte Kooperation erwünscht. Nur eine Person hiess den Status quo gut. Einer Zusammenarbeit mit der Biosfera stehen die Lehrpersonen sehr offen gegenüber, betonen aber deutlich, dass sie durch ihren Lehrplan zeitlich eingeschränkt seien. So erklärte eine Lehrperson: *«Der Lehrplan der Schule ist für uns Lehrpersonen verbindlich – nicht das Leitbild der Biosfera.»* Ebenfalls äusserst präsent in den Antworten der Lehrpersonen war die Problematik der erschwerten Zusammenarbeit mit der Biosfera, bedingt durch die vielen Wechsel in deren Leitung: *«Im Moment ist die Situation schwierig, da in der Führung der Biosfera keine Konstanz besteht.»* Dennoch wurde die bestehende Informationsvermittlung der Biosfera positiv bewertet und erwähnt, dass die Lehrpersonen Kenntnis über die zu Verfügung stehenden Hilfsmittel hätten: *«Wenn ich Material für meinen Unterricht brauche, kann ich bei der Biosfera anklopfen – ich weiss wo ich mich melden kann.»* Allerdings bestünde gemäss den Lehrpersonen eine Schwierigkeit in der Vermittlung des Projekts Biosfera in dessen Abstraktheit, weshalb es für die Schülerinnen und Schüler oftmals schwer fassbar sei. Dessen ungeachtet sind sie sich über die Wichtigkeit der Biosfera einig und erachten den Einbezug der Kinder in die Thematik als ausgesprochen sinnvoll. In Anlehnung daran wurde vereinzelt erwähnt, dass die Akzeptanz in der Bevölkerung gesteigert werden könne, wenn die Kinder die Idee der Biosfera nach Hause trügen.

Sowohl das Leitbild der Biosfera als auch den Bildungsauftrag der UNESCO kannte nur die Minderheit der Lehrpersonen. Hinsichtlich der Frage, ob die Bildungsziele des Leitbildes erfüllt seien, gingen die Meinungen auseinander. Die einen sahen sie als erfüllt, die anderen wiederum verneinten die Frage. Grundsätzlich wird die Biosfera von den Lehrpersonen nur implizit in den Unterricht eingebaut, während der faktische Austausch zwischen den Schülerinnen und Schülern und der Biosfera an Projekttagen stattfindet. Eine Lehrperson reflektiert kritisch: *«Die*

Schule hätte von der Biosfera mehr profitieren können.» Vorausblickend wurde die laufende Planung künftiger Projektstage und die Bemühungen, die Biosfera als festen Programmpunkt einzubauen, genannt. Die Befragten sehen die Biosfera als Bereicherung für die Schule und sind ihr gegenüber positiv eingestellt.

Auch Constanze Conradin, Bildungsverantwortliche der Biosfera, bestätigt, dass der Kontakt zwischen der Schule und der Biosfera durch die häufigen Wechsel in der Leitung beeinträchtigt wurde. Jeder dieser Wechsel erfordere viel Einarbeitungszeit, wobei der Schule stets geringe Priorität beigemessen wurde. Wichtiger seien finanziell lohnenswerte Themen wie der Tourismus oder die Produktion regionaler Produkte. Die Projektleiterin im Bereich Bildung ist nun aber entschlossen, den Kontakt zur Schule zu verbessern und auszubauen. Die Lehrpersonen wurden bereits zu einer Informationsveranstaltung eingeladen. In Zusammenarbeit mit Ihnen möchte die Biosfera zwei Projektstage pro Schuljahr erarbeiten, in denen sich die Schülerinnen und Schüler intensiv mit der Biosfera auseinandersetzen sollen. Trotz den Fortschritten betont Constanze Conradin: *«Wir sind noch meilenweit davon entfernt, den Bildungsauftrag wunschgemäß umzusetzen.»* Ein weiteres Problem sieht sie in der mangelnden Akzeptanz der Bevölkerung. Sie betont, dass die Bevölkerung des Tals oft falsche Erwartungen an die Biosfera habe. Zudem wird im Interview erwähnt, dass die Bevölkerung oft nicht wisse, was die Biosfera genau macht. Constanze Conradin wünscht sich, dass in Zukunft alle an einem Strang ziehen: *«Es ist wichtig, dass schon die Kinder den Grundgedanken der Biosfera kennen, denn ich sehe die Biosfera als Idee, die wir alle gemeinsam leben wollen – vom Jüngsten bis zum Ältesten.»*

Wahrnehmung der Biosfera durch Schulkinder

Info-Box Methode:

- Gestaltung einer Schulstunde mit der 6. Klasse der Primarschule Val Müstair mit indirektem Erfassen der Wahrnehmung der Biosfera durch die Schulkinder
- Teil 1: Begriffssammlung, was den Kindern an ihrem Zuhause besonders gefällt
- Teil 2: Gestaltung eines Posters zum Thema Biosfera
- Teil 3: Formulierung von Wünschen betreffend der Biosfera
- Datenauswertung durch thematisches Kodieren

Um zu erfahren, was Kinder im Schulalter über das Biosphärenreservat wissen, wurde mit Schülerinnen und Schülern der 6. Klasse der Primarschule eine Lektion gehalten. In dieser zeigte sich, dass die Kinder nur über implizites Wissen über die Biosfera verfügen. Sie identifizieren die Biosfera hauptsächlich mit dem Val Müstair, ihrem Lebensraum. Ihr Wissen über die Natur ist gross, und die Kinder wirken sehr naturverbunden. Eine Begriffssammlung zu ihrem Zuhause brachte hauptsächlich Nennungen wie *«Berge»* oder *«Nationalpark»* hervor. Spezifisches Wissen, wie jenes über eine geschützte Schmetterlingsart (ein konkretes Projekt der Biosfera), war vereinzelt vorhanden. Einige Schülerinnen und Schüler nannten zudem Produkte mit dem Biosfera-Label. Eine Verbindung der Produkte oder des geschützten Schmetterlings zur Biosfera konnten die Kinder aber nicht herstellen. Der Begriff *«Biosfera»* scheint für sie zu abstrakt. Explizites Wissen darüber beschränkt sich auf Anmerkungen wie *«das Logo der Biosfera»*, *«es gibt ein Büro in Tschier»* und *«sie sind Sponsor des Bikemarathons»*.

Neben diesen Nennungen führten die Kinder verschiedene Aspekte auf, die für ihr Alltagsleben von Bedeutung sind, ohne aber direkt auf die Biosfera Bezug zu nehmen. Im Vordergrund stand vor allem der Sport, der für alle befragten Kinder von grosser Wichtigkeit ist. Auch der Jagd wurde von vielen Schülerinnen und Schülern ein hoher Stellenwert beigemessen. Dabei tauchte der Wunsch nach Revierjagd vermehrt auf. Auch der Wunsch nach einem grösseren Freizeitangebot wurde geäussert.

5.2 Einstellung der älteren Bevölkerung zum gesellschaftlichen und kulturellen Leitbild der Biosfera

Info-Box Methode:

- Fragebogen mit 25 Fragen zu den Leitzielen der Biosfera im Bereich Gesellschaft und Kultur – Bewertung auf Skala mit 5 Abstufungen
- 68 befragte Personen
- statistische Auswertung
- qualitatives Gruppen-Interview mit 6 Personen zwischen 72 und 94 Jahren

Neben den Bereichen Bildung und Wirtschaft hat die Biosfera in ihrem Leitbild auch Ziele bezüglich Gesellschaft und Kultur definiert (Biosfera Val Müstair, Zugriff 16.02.2016). Wissenschaftliche Studien zur Biosfera untersuchten bisher aber vor allem wirtschaftliche und ökologische Themen, und frühere

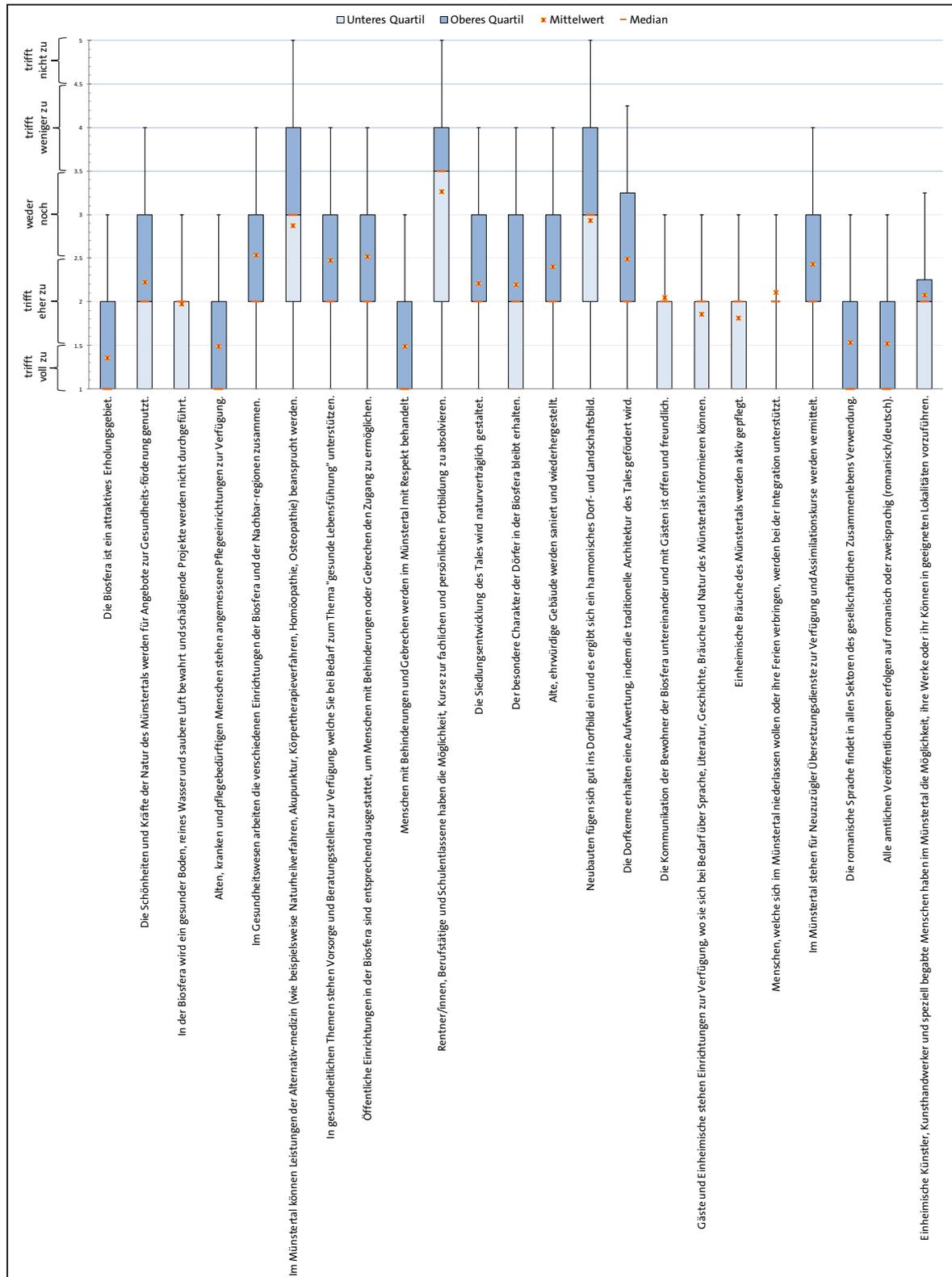
Studien in anderen Biosphärenreservaten oder im Schweizerischen Nationalpark konzentrierten sich ebenfalls auf diese Bereiche (z.B. Backhaus et al. 2013; Küpfer et al. 2001). Soziokulturellen Aspekten, die eine Biosphäre ebenfalls einschliesst, wurde in der wissenschaftlichen Literatur über das Münstertal hingegen eher wenig Beachtung geschenkt.

Eine Ausnahme stellt die Untersuchung von Karthäuser (2008) dar, in der die gesellschaftliche Akzeptanz des damals noch geplanten Biosphärenreservates untersucht wurde. Die Studie zeigt auf, dass ein Anteil von 63.4 % der Bewohner der Region Münstertal eine positive Einstellung zum Projekt des Biosphärenreservates hatten. Die Autorin schloss daraus, dass das Biosphärenreservat damit von der klaren Mehrheit der Bewohner akzeptiert werde. Dennoch zeigte ihre Untersuchung, dass seit der Anfangsphase des Biosfera-Projekts die Zustimmung der lokalen Bevölkerung bereits abgenommen hatte. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage: Welche Einstellung hat die ständige Wohnbevölkerung des Münstertals heute zu den offiziellen soziokulturellen Zielen der Biosfera Val Müstair? Dabei wurde der Fokus auf die Bevölkerungsgruppe der über 50-Jährigen gelegt, da diese möglicherweise einen anderen Blickwinkel auf Veränderungen hat als der jüngere Teil der Bevölkerung. Die Stimme dieser Bevölkerungsgruppe wird als besonders gewichtig erachtet, da die Bevölkerung im Münstertal im Vergleich mit dem nationalen Durchschnitt als überaltert gilt (Bundesamt für Statistik 2015).

Die Ergebnisse der Befragung von 68 Personen sind dem Boxplot-Diagramm (siehe Abbildung 14) zu entnehmen. Es ist ersichtlich, dass die Bewertung der einzelnen Fragen zu den Leitzielen der Biosfera Val Müstair allgemein positiv ausgefallen ist. Drei Fragen wurden im Mittelwert als sehr zufriedenstellend, 15 Fragen als zufriedenstellend und nur fünf Fragen als neutral bewertet. Aufgrund des relativ kleinen

Samples von 68 ausgefüllten Fragebögen deckt der Quartilsabstand teilweise einen grossen Bereich des Antwortspektrums ab und die Varianz ist relativ hoch.

14: Boxplot der Einschätzungen durch die Bevölkerung



Eigene Darstellung (Team 3); n=68

Die in Tabelle 15 dargestellten drei Leitziele wurden am schlechtesten bewertet. Dies bedeutet, dass lediglich je ein Leitziel in den Oberthemen <Gesundheit>, <Bildung> und <Siedlungsentwicklung> mit einem neutralen Wert beurteilt wurde. Im Vergleich zu den anderen Grundsätzen wird die Umsetzung der Leitziele Boden, Wasser und Luft rein und gesund zu halten, Fortbildungsmöglichkeiten zu schaffen und ein harmonisches Dorf- und Landschaftsbild zu bewahren negativer bewertet. Dennoch ist die Einstellung der Bevölkerung des Münstertals generell positiv gegenüber der Biosfera und ihren Leitzielen.

Die Hypothese, dass der ältere Teil der befragten Personen den Leitzielen der Biosfera gegenüber kritischer eingestellt sein könnte, kann verworfen werden, da keine signifikanten Differenzen zwischen den Alterssegmenten hervortreten. Nur geringe Unterschiede in der Bewertung konnten festgestellt werden, jedoch wurden die Ziele von der älteren Generation nicht überproportional negativ bewertet.

Eine zusätzliche Befragung von sechs Bewohnerinnen und Bewohnern des Pflegeheims Santa Maria in Form eines Gruppeninterviews hat ergeben, dass die befragten Betagten nicht im Detail über die Biosfera Bescheid wissen. *«Wir haben eigentlich nicht so viel gespürt von der Biosfera. Man hört davon, versteht aber nicht alles.»* Dennoch konnten Informationen gewonnen werden, welche implizit in Verbindung stehen mit den Leitzielen der Biosfera. Als Hauptaussage ist festzuhalten, dass das Leben im Münstertal als sehr angenehm bewertet wurde, obwohl auch ansatzweise unerwünschte Veränderungen angesprochen wurden. Diese Veränderungen verknüpften die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Gesprächs jedoch nicht mit der Biosfera, sondern eher mit einem generellen Wandel der Zeit. Die Biosfera wird als positive Instanz angesehen, welche diesen Veränderungen entgegenwirken kann und die ursprünglichen Werte des Münstertals aufrechterhält.

15: Aufstellung der Leitziele und deren Bewertung

Auszüge aus dem offiziellen Leitbild der Biosfera Val Müstair - Parc Naziunal		Resultate der Befragung	
Grundsätze, die uns wichtig sind	Ziele, die wir erreichen wollen	Kategorie	Wert
Gesundheit			
1. Die ursprünglichen Kräfte und Schönheiten unserer Natur werden für Angebote zur Gesundheitsförderung genutzt.	Anreizende Angebote rund um die Gesundheitsförderung machen das Val Müstair zu einem attraktiven Erholungsgebiet.	trifft eher zu	1.8
2. Kranken, alten oder pflegebedürftigen Menschen stehen angemessene Pflegeeinrichtungen zur Verfügung.	Wir haben ein Akutspital mit angeschlossener Arztpraxis, Notfalldienst, Pflegeabteilung und ambulanter Pflege. Für spezielle Behandlungen ausserhalb des Leistungsauftrags (z.B. Geburtshilfe) steht uns das Regionalzimmer zur Verfügung.	trifft eher zu	1.8
3. Wir begegnen Menschen mit Behinderungen und Gebrechen mit Respekt und achten ihre Persönlichkeit.	Behindertengerechte öffentliche Einrichtungen erleichtern die Integration von benachteiligten Mitmenschen.	trifft voll zu	1.5
Wert der Auswertung: 1 = Aussage trifft voll zu – 5 = Aussage trifft nicht zu			

Auszüge aus dem offiziellen Leitbild der Biosfera Val Müstair - Parc Naziunal		Resultate der Befragung	
Grundsätze, die uns wichtig sind	Ziele, die wir erreichen wollen	Kategorie	Wert
4. Lebensqualität und Gesundheit sind eng miteinander verflochten. Auf die gesundheitliche Vorsorge und Beratung wird Wert gelegt.	Unsere Bevölkerung kennt Methoden und Möglichkeiten einer gesunden Lebensführung.	trifft eher zu	2.0
5. Für die Heilung von Krankheiten und Gebrechen und für eine gesunde Lebensweise werden verschiedene Kräfte und Mittel genützt.	Einheimische und Gäste können alternative Angebote der medizinischen Leistungen beanspruchen.	trifft eher zu	2.5
6. Verzicht auf Projekte, die einer natürlichen Gesundheitsförderung schaden.	Wir pflegen und nützen die natürlichen Elemente unserer Umwelt sorgfältig und mit Respekt. Wir bewahren einen gesunden Boden, reines Wasser und saubere Luft.	weder noch	2.9
7. Enge Zusammenarbeit im Gesundheitswesen mit allen Leistungsanbietern und mit unseren Nachbarregionen unter gleichzeitiger Beachtung einer häuslichen Inanspruchnahme der medizinischen Dienstleistungen.	Unser Gesundheitszentrum steht im Dienste der medizinischen Versorgung der Bevölkerung des Tales und der Gäste sowie der benachbarten Orte jenseits der Landesgrenze. Mit besonderen Angeboten seitens der Versicherer und der Leistungserbringer werden die Kosten im Gesundheitswesen stabilisiert.	trifft eher zu	2.0
Bildung			
10. Die Schulbildung endet nicht mit der Erfüllung der Schulpflicht.	Schulclassene, Berufstätige und Rentner haben die Möglichkeit, Kurse zur fachlichen und persönlichen Fortbildung zu absolvieren.	weder noch	3.3
Siedlungsentwicklung und Dorfbilder			
1. Die Siedlungsentwicklung des Tales wird naturverträglich gestaltet.	Die Bauanträge werden von einem fachlich versierten Gremium geprüft und gegebenenfalls den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung angepasst.	trifft eher zu	2.2
2. Die Sanierung alter, erhaltungswürdiger Bausubstanz wird gefördert, dadurch bleibt der Charakter der Dörfer erhalten.	Bauberatung sowie finanzielle Förderung zur Sanierung erhaltungswürdiger Bausubstanz.	trifft eher zu	2.3
3. Neubauten werden nach den Grundsätzen der zeitgemässen Architektur ausgeführt, das heisst eine sinnvolle Kombination des Baustiles in bestehende Bauten, Energieeffizienz und landschaftsverträglicher Bauweise.	Sämtliche Bauten ergeben ein harmonisches Dorf- und Landschaftsbild.	weder noch	2.9
4. Die traditionelle Architektur des Tales wird gefördert und die handwerklichen Fähigkeiten werden an die jüngere Generation weitervermittelt.	Die Sanierung alter, erhaltungswürdiger Bausubstanz soll gefördert und honoriert werden. Die Dorfkerne erhalten eine Aufwertung und somit wiederum Möglichkeiten für das Kleingewerbe. Ökologisches Bau-Handwerk wird gefördert.	trifft eher zu	2.5
Brauchtum, Sprachen und Museen			
1. Die Pflege einer offenen, aufrichtigen Kommunikation untereinander und mit unseren Gästen.	Die Bewohner der Biosphären-Region werden für ihre offene und freundliche Art der Kommunikation geschätzt.	trifft eher zu	2.0
Wert der Auswertung: 1 = Aussage trifft voll zu – 5 = Aussage trifft nicht zu			

Auszüge aus dem offiziellen Leitbild der Biosfera Val Müstair - Parc Naziunal		Resultate der Befragung	
Grundsätze, die uns wichtig sind	Ziele, die wir erreichen wollen	Kategorie	Wert
2. Die Erhaltung und Förderung der romanischen Sprache unter Beibehaltung der Besonderheiten der lokalen Mundart «Jauer».	Die romanische Sprache findet in allen Sektoren des gesellschaftlichen Zusammenlebens Verwendung. Alle amtlichen Veröffentlichungen erfolgen auf romanisch oder zweisprachig (romanisch/deutsch).	trifft eher zu	1.5
3. Die überzeugte Pflege, Förderung und Bekanntmachung der einheimischen Kultur ist eine Aufgabe der gegenwärtigen und zukünftigen Generation.	Gäste und Einheimische können sich in Bezug auf Sprache, Literatur, Geschichte, Bräuche und Natur der Biosphären-Region informieren. Im Informationszentrum der Biosfera VM/PN und in der Dokumentationsbibliothek der Chasa Jaura stehen entsprechende Unterlagen zur Verfügung.	trifft eher zu	1.9
4. Die Pflege und Bekanntmachung des gelebten Brauchtums als Attraktion für Gäste und Einheimische.	Die kulturellen Vereinigungen und Institutionen stehen aktiv im Dienste der Öffentlichkeitsarbeit im Tal. Sie pflegen auch Kontakte zu den benachbarten Regionen (Engadin-Vinschgau-Veltlin).	trifft eher zu	1.8
5. Die Förderung der individuellen Begabungen der einheimischen Bevölkerung.	Künstler, Kunsthandwerker und speziell begabte Menschen haben die Möglichkeit, ihre Werke, ihr Können in geeigneten Lokalisationen vorzuführen.	trifft eher zu	2.1
6. Die Unterstützung bei der Integration von Menschen, die sich im Tal niederlassen oder hier die Ferien verbringen.	Das Informationszentrum der Biosfera VM/PN stellt einen Übersetzungsdienst zur Verfügung und vermittelt Assimilation	trifft eher zu	2.3
Wert der Auswertung: 1 = Aussage trifft voll zu – 5 = Aussage trifft nicht zu			

5.3 Wahrnehmung des Val Müstair durch Einheimische

Info-Box Methode:

- 20 Leitfadenterviews mit Einheimischen in den Dörfern Santa Maria, Müstair, Fuldera, Tschier und Valchava
- interpretativ-kategorisierendes Verfahren zur Datenauswertung

Ohne sich auf eine bestimmte Alterskohorte zu beziehen, war es das Interesse eines Forschungsteams, die Wahrnehmung der erwachsenen einheimischen Wohnbevölkerung gegenüber ihrem Heimatort zu erfassen und etwaige Veränderungen ihrer Einschätzungen, seitdem das Val Müstair von der UNESCO als Biosphärenreservat anerkannt wurde, festzustellen. Dafür wurden an verschiedenen Orten im Val Müstair Interviews geführt, die von offenen Fragen geleitet waren.

Die befragten Personen wurden zuerst gebeten, das Val Müstair zu beschreiben und zu überlegen, was sie einem ortsfremden Gast zeigen würden. Mit ihren Antworten brachten die Einheimischen einen gewissen Stolz auf ihr Tal zum Ausdruck. Oft wurde genannt, dass das Val Müstair ein wunderschönes Tal sei. Es sei ein «Wohlfühlort», ruhig und abgelegen. Die zu einem grossen Teil intakte Natur wird von der Bevölkerung sehr geschätzt. Zum Beispiel wurde von einer Einheimischen gesagt, dass «man naturverbunden sein muss, um das hier schätzen zu können. Es ist noch nichts kaputt oder noch nicht fest kaputt und ich kann nur hoffen, dass es so bleibt.» In diesem Zitat wie auch in anderen Interviews wurde deutlich, dass die Bewohnerinnen und Bewohner von Sorgen und Ängsten bezüglich der Zukunft des Tals

betroffen sind. Vor allem Aussagen bezüglich der künftigen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung brachten Bedenken zum Ausdruck. Die eher traditionell geprägte Region ist von der Abwanderung junger Erwachsener besonders stark betroffen, was die Sorgen um die rückläufige Bevölkerungszahl verstärkt. Ein Einheimischer sagte dazu: *«Diejenigen, die hier wohnen, kann man schon brauchen. Wir müssen schon auch kämpfen, dass das Tal nicht ausstirbt.»* Durch diese Abwanderung, aber auch durch die Zuwanderung von deutschsprachigen Personen, ist bei vielen auch die Gefährdung der lokalen Sprache (romanischer Dialekt Jauer des Vallader-Idioms) ein präsent Thema: *«Viele haben Angst, dass ihre Idiome verloren gehen»*, bemerkte ein Einheimischer. Der lokalen Sprache wird von den einheimischen Befragten ein sehr hoher Stellenwert beigemessen.

Von den Interview-Führenden wurde die Biosfera in den Einstiegsfragen bewusst nicht direkt angesprochen, um zu sehen, ob und wie diese thematisiert wird. Mit einer Ausnahme erwähnten die Befragten die Biosfera nicht direkt im Zusammenhang mit dem Val Müstair, erst als diese in den weiteren Fragen benannt wurde, bezogen sie sich darauf. Die Interviewpartnerinnen und -partner zeichneten oft ein positives Bild der Biosfera. Zum Beispiel wirke die Biosfera der Abwanderung entgegen, da sie auch den wirtschaftlichen Sektor beeinflusse und Arbeitsplätze zu schaffen vermochte. In einzelnen Branchen wie beispielsweise im Tourismus wird die Biosfera besonders als Chance wahrgenommen. Aus den Interviews hat auch ganz klar herausgestochen, dass durch das Label die Vermarktung einheimischer Produkte verbessert wurde. Ein Einheimischer bemerkte dazu folgendes: *«Es hat Arbeitsstellen gegeben, das ist sicher etwas Gutes. Und ja, man hat durch die Biosfera viel mehr einheimische Produkte, auf die man mehr Gewicht legt.»*

Einige Leute scheinen von der Biosfera hingegen nicht viel mitbekommen zu haben. Auffallend war dies bei einem Interview mit einer jungen Einheimischen, welche auf die Biosfera angesprochen stets unwissend reagierte: *«Das habe ich gar nicht gross mitbekommen»*, antwortete sie auf die Frage, ob die Entstehung der Biosfera für sie irgendeine Veränderung mit sich brachte. Ein Grund dafür könnte sein, dass sie ihre dreijährige Lehre ausserhalb vom Val Müstair absolviert hatte und erst vor weniger als einem Jahr wieder zurückgekehrt ist. Auch unwissend über die Biosfera war eine ältere Frau, die doch schon über sieben Jahre im Val Müstair wohnhaft ist. Es schien ihr peinlich zu sein und sie sagte deshalb im Interview: *«Vielleicht hätte ich ein bisschen besser aufpassen müssen.»*

Auffällig ist, dass Befragte im Hauptort des Tals, in Müstair, die Biosfera etwas anders wahrnehmen als in den übrigen Dörfern. In Müstair steht das Kloster St. Johann, welches das Label eines Weltkulturerbes trägt und als Wahrzeichen des Tals gilt. Für die einheimische Bevölkerung in Müstair hat das Kloster eine viel grössere Bedeutung als die Biosfera. Deswegen wird dort im Gegensatz zu den Bewohnern und Bewohnerinnen der anderen Dörfer die Biosfera weniger stark wahrgenommen.

Einige der Befragten werteten die Biosfera als reines Marketingtool ab. Es wurde zum Beispiel gesagt: *«Biosfera ist nur ein Label, sonst nichts.»* Sichtbar werde die Biosfera nur auf Produkten. Auf die Frage, ob sich für den Interviewten seit der Entstehung der Biosfera etwas verändert habe, wurde geantwortet: *«Vielleicht steht auf der Verpackung das Biosfera-Label drauf, sonst nichts.»*

Einige Leute sehen im Programm der Biosfera Potenzial, die Region zu erhalten und zu fördern. Ein Einheimischer der durch die Biosfera Hoffnung für die Zukunft des Val Müstair schöpft, sagte zum Beispiel: *«Ich finde die Biosfera super und denke, dass es DIE Chance für das Tal ist. Es gibt (...) zu viele Einheimische, die kein Bewusstsein dafür haben, die es nicht wirklich leben. (...) Aber ich finde, es ist absolut die Chance für dieses Tal zu überleben.»* Doch nicht nur für die Einheimischen selbst hat die Biosfera grosses Potenzial. Die Aufgabe der Biosfera bestehe nämlich auch darin, das Tal gegen aussen zu vermarkten und Tourismus zu fördern. Eine Einheimische sagte dazu: *«Leute, die hier wohnen, identifizieren sich schon lange mit dem Tal. Biosfera soll eher anspornen, wie man das Tal gegen aussen trägt.»*

Die befragten Personen betonen allerdings wiederholt, dass dieses Potenzial nicht ausreichend ausgeschöpft werde. Oft zeigten sie aber Verständnis dafür, dass dies nicht von heute auf morgen passieren könne, sondern dass es sich um einen langandauernden Prozess handle. Zum Beispiel antwortete ein Einheimischer auf die Frage, ob die Entstehung der Biosfera Veränderungen mit sich zog: *«Es hat sich schon etwas verändert, gewisse Sachen, aber es müsste noch mehr kommen. (...) Alle müssten am gleichen Strick ziehen, dann würde es besser laufen. Man könnte noch mehr rausholen, es braucht noch etwas Zeit.»*

In diesem Zitat wird ein zentraler Kritikpunkt angesprochen, der für die Ausschöpfung des Potenzials hinderlich ist. Eine der primären Herausforderungen scheint eine gut funktionierende Zusammenarbeit zu sein. In einem Interview wurde zum Beispiel folgendes gesagt: *«Man muss, wie gesagt, lernen, besser zusammenzuarbeiten. (...) Jeder <wurstelt> ein bisschen. (...) Deshalb kann sich nichts richtig entwickeln.»* Auch wurde in einem Interview die Biosfera selbst für die verlorene Abstimmung im Unterengadin verantwortlich gemacht. Die fehlende Kommunikation ihrerseits habe dabei das Problem dargestellt: *«Es wurde zu wenig gemacht. Die Kommunikation war zu wenig vorhanden. Deshalb ist die Biosfera selber schuld.»* Ein weiterer Effekt mangelnder Kommunikation könnte zudem sein, dass sich Personen, die nicht explizit mit dem Tourismus oder der Natur zu tun haben, sich von der Biosfera kaum angesprochen fühlen. Auffällig an den Daten war nämlich, dass die Engagements in den Bereichen Kultur und Gesellschaft des Biosfera-Projekts bei den befragten Personen weitgehend unbekannt waren.

Als Lösungsansatz wird zum Beispiel eine stärkere Führung seitens der Biosfera vorgebracht: *«Was der Biosfera fehlt, ist die Kontrolle. (...) Es bräuchte jemanden, der herkommt und kontrolliert, wie bei den Produkten.»*

Nichtsdestotrotz erkennt ein Teil der Bevölkerung ein Potenzial, dass die Biosfera für die Region noch bedeutsamer werden kann. Auf eine Frage, ob die Existenz der Biosfera in Gefahr ist, antwortete ein engagierter Einheimischer: «*Wenn daraus nichts gemacht wird, ist hier wahrscheinlich irgendwann Game Over!*»

5.4 Empfehlungen

Im Bereich der Bildung zeigen sowohl die Verantwortliche der Biosfera wie auch die befragten Lehrpersonen Interesse an einer Zusammenarbeit und ein Austausch findet bereits statt. Aufgrund des vollen Lehrplanes sind den Lehrpersonen bei der Einbindung der Biosfera in den Unterricht aber Grenzen gesetzt. Dennoch bieten sich Gelegenheiten, die Biosfera in der Schule zu thematisieren und man sollte dies vermehrt nutzen, wie beispielsweise bei den geplanten Projekttagen im kommenden Jahr. Bei der Zusammenarbeit von Schule und dem Team der Biosfera könnten auch gegenseitige Vorstellungen, Erwartungen und Bedürfnisse geklärt werden. Ein Ziel sollte sein, den Kindern den Begriff «Biosfera» anschaulich zu vermitteln und das komplexe Konstrukt für sie fassbar zu machen. Um die Biosfera und ihre Ideen den Kindern spielerisch näherzubringen, würde sich ein auf die Kinder des Val Müstair ausgerichtetes Freizeitangebot als Projekt der Biosfera eignen. Mit Hilfe der Kinder kann die Biosfera erreichen, dass Informationen in die Familien getragen werden. Dies könnte die allgemeine Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber der Biosfera steigern. Daher wird der Biosfera empfohlen, die Kinder des Tals als wichtiges Zielpublikum wahrzunehmen und mit allen Mitteln anzustreben, diese Bevölkerungsgruppe zu erreichen.

Mit der Umsetzung der Leitziele in den Bereichen Gesellschaft und Kultur scheinen die befragten Personen weitgehend zufrieden zu sein. Es empfiehlt sich also, diese wie bislang weiterzuverfolgen. Gemäss den Angaben wäre der Ausbau von Kursangeboten, die auf verschiedene Altersgruppen abgestimmt sind, zudem wünschenswert. Auch der Schutz eines harmonischen Dorf- und Landschaftsbild sowie der Qualitätserhalt von Boden, Luft und Wasser sollte nicht aus den Augen verloren werden.

Dass die lokale Bevölkerung stolz auf ihren Tal und die intakte Naturlandschaft aber auch Sorge um den Erhalt ihrer Heimat zum Ausdruck bringen und in der Biosfera Potenzial sehen, stellt gute Voraussetzungen dar. Es wäre empfehlenswert zu überlegen, wie die Wohnbevölkerung durch ein aktiveres Engagement vermehrt in die Projekte der Biosfera eingebunden werden könnte und ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl gefördert werden könnte.

6 Fazit



Foto: Norman Backhaus

Der vorliegende Bericht hat aufgezeigt, wie sich das Verhältnis verschiedener Personen und Interessensgruppen zur Biosfera zur Zeit gestaltet. Dabei wurde beleuchtet, wie die Biosfera in unterschiedlichen Kontexten wie Tourismus, Gewerbe, Kultur oder Bildung von der Wohnbevölkerung sowie Touristinnen und Touristen wahrgenommen wird, über welches Wissen die befragten Personen verfügen und wie sie das Projekt bewerten.

Grundsätzlich scheint die Biosfera weitgehend auf positive Resonanz zu stossen und dem Projekt wurde vielfach Entwicklungspotenzial zugeschrieben. Ein Austausch mit Akteuren aus der Wirtschaft und Bildung wie auch der lokalen Bevölkerung findet statt und teilweise ist eine Zusammenarbeit aufgegleist. Dennoch werden diesbezüglich von den befragten Personen einige Defizite aufgezeigt, besonders im Bereich der Kommunikation sowie bei der Überprüfung der Label-Richtlinien. Verbesserungspotenzial gibt es ebenfalls im Bereich Tourismus, denn eine verbesserte Marketingstrategie könnte die Bekanntheit der Biosfera fördern. Obwohl die Biosfera einigen Touristinnen und Touristen ein Begriff war, wusste die Mehrheit der befragten Personen nicht oder kaum Bescheid über das Projekt und dessen Reichweite. Um die Biosfera zu stärken, wurden bereits Empfehlungen abgegeben; im Folgenden sind nochmals die wichtigsten Erkenntnisse aufgeführt:

- Die touristische Infrastruktur stösst bei den befragten Touristinnen und Touristen auf Interesse. Insbesondere werden Wanderungen, Themenpfade, Führungen,

Sportgelegenheiten und das Angebot an lokalen Produkten geschätzt. Die bisherige Strategie zum Aufbau eines nachhaltigen Tourismus sollte deshalb beibehalten werden. Das Angebot könnte allerdings unter Berücksichtigung verschiedener Bevölkerungsgruppen (v.a. Kinder und Jugendliche oder ältere Personen) und deren Interessen angepasst werden.

- Das Marketing der Biosfera könnte durch direkteres Ansprechen der Zielgruppe, einer aktualisierten Internetseite und Nutzung von Social Media als Informationskanal verbessert werden. Um die Präsenz und Sichtbarkeit der Biosfera im Val Müstair selbst zu erhöhen, könnten beispielsweise vermehrt Plakatwerbungen und Informationstafeln eingesetzt werden.
- Die Zusammenarbeit zwischen der Biosfera und Akteuren der Wirtschaft wurde im Rahmen des Perits-Programms und des Biosfera-Labels bereits etabliert. Wichtig ist es nun, Wünsche und Zielvorstellungen abzugleichen und eine konstruktive Kommunikationskultur zu schaffen, um gemeinsame Projekte erfolgreich zu realisieren. Gegenseitige Updates in Form eines Newsletters und eine abgestimmte Marketingstrategie könnten dazu beitragen.
- Die mit dem Biosfera-Label versehenen Produkte und Dienstleistungen sollten rigoros kontrolliert werden, um die Qualität zu verbessern, aber auch um die Bedeutung des Labels zu erhöhen und dessen Besonderheit herauszustreichen.
- Die Biosfera in der Schule zu thematisieren, bietet eine tolle Gelegenheit, Kinder und Jugendliche mit direktem Bezug zur Region auf die Relevanz von Mensch-Umwelt-Beziehungen und die Anliegen eines Biosphärenreservats zu sensibilisieren. Der Kontakt zwischen den Verantwortlichen der Biosfera und den Lehrkräften wird von beiden Seiten geschätzt. Es wäre wünschenswert, diesen zu festigen und eine Plattform für einen nachhaltigen Austausch zu schaffen.
- Die positive Bewertung der Umsetzung der Biosfera-Leitziele im Bereich Kultur und Gesellschaft durch die lokale Bevölkerung zeigt, dass die diesbezüglich verfolgte Strategie weiterzuführen ist. Offen bleibt, wie die Wohnbevölkerung selbst, die durchaus Stolz auf ihre Heimatregion und Interesse an ihrer Entwicklung signalisiert hat, motiviert werden könnte, sich aktiver für das Projekt der Biosfera zu engagieren.

7 Literatur



Foto: Julian Aebersold

- Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. (2012): Ständige Wohnbevölkerung Graubünden 1980-2011. Chur.
- Backhaus, N., Buser, C., Butticaz, M., Jorio, D. & Speich, M. (2013): Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal. Schriftenreihe Humangeographie, 27. Zürich.
- Baumgartner, C. (2002): Vom Ökotourismus zum nachhaltigen Tourismus in den Alpen, CIPRA Hintergrundbericht. Graz.
- Biosfera Val Müstair Parc Naziunal: Leitbild, <http://www.biosfera.ch/leitbild.pdf>; Zugriff 24.02.2016.
- Bundesamt für Umwelt (BAFU) (2010): Val Müstair und Nationalpark bilden ein gemeinsames Biosphärenreservat; <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/19313.jpg>; Zugriff 16.02.2016.
- Camenisch, R. (2008): Charakteristiken der Besucherinnen und Besucher der Region Unterengadin / Val Müstair mit Fokus auf die Bedeutung des Schweizerischen Nationalparks. Masterarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich. Zürich.
- Frick, J. & Hunziker, M. (2015): Hintergründe der Akzeptanz von Regionalen Naturparks. WSL Berichte, 30. Birmensdorf.
- Karthäuser, J.M. (2008): Die Biosfera Val Müstair-Parc Naziunal: Zur Akzeptanz des geplanten UNESCO-Biosphärenreservats. Diplomarbeit an der Universität Oldenburg. Oldenburg.

- Knaus, F. (2012): Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Interner Bericht ETH Zürich und Biosphärenmanagement UBE. Schöpfheim.
- Küpfer, I. (2000): Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Nationalpark-Forschung Schweiz, 90. Liestal.
- Küpfer, I., Schmid, A. & Elsasser, H. (2001): Zur wirtschaftlichen Bedeutung von Schutzgebieten. Vermessung, Photogrammetrie, Kulturtechnik, 11: 692–697.
- Mattisek, A., Pfaffenbach, C. & Reuber, P. (2013): Methoden der empirischen Humangeographie. Braunschweig.
- Regionaler Naturpark Biosfera Val Müstair. (2011): Charta 2010/2011: Regionaler Naturpark Biosfera Val Müstair. Tschieriv.
- Schweizerische UNESCO-Kommission. (2005): Was ist ‹Bildung für nachhaltige Entwicklung›?; https://web.archive.org/web/20160224142121/http://www.unesco.ch/fileadmin/user_upload/3_Wie/bildung/bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung/was-ist-bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung.pdf; Zugriff 24.02.2016.
- Schweizerischer Nationalpark: Unesco-Biosphärenreservat; <http://www.nationalpark.ch/de/about/ueber-uns/unesco-biosphaerenreservat/>; Zugriff 19.02.2016.
- Trachsel, A. (2010): Wahrnehmung und Bedürfnisse der älteren Besucherinnen und Besucher des Schweizerischen Nationalparks. Masterarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich. Zürich.
- Walder, B.S. (2010): Val Müstair und Nationalpark bilden ein gemeinsames UNESCO Biosphärenreservat. Medienmitteilung, Bundesamt für Umwelt (BAFU). Bern.